2025 Investors' Darling

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

manager magazin

BERENBERG

Begrüßung und Moderation

Simone Salden

Stellvertretende Chefredakteurin
manager magazin

Majda Allalou

Associate Director Investment Banking DACH
BERENBERG

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT manager magazin BERENBERG

Grußwort

Stefan Ries

Head of Investment Banking DACH
BERENBERG

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT manager magazin BERENBERG

Preisverleihung

Investors’ Darling 2025

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

manager magazin

BERENBERG

Agenda

1. **RIC-Modell und Leitgedanken**
2. **Zielsetzungen und Trends**
3. **Erkenntnisse Investors’ Darling 2025**
4. **Handlungsfelder**

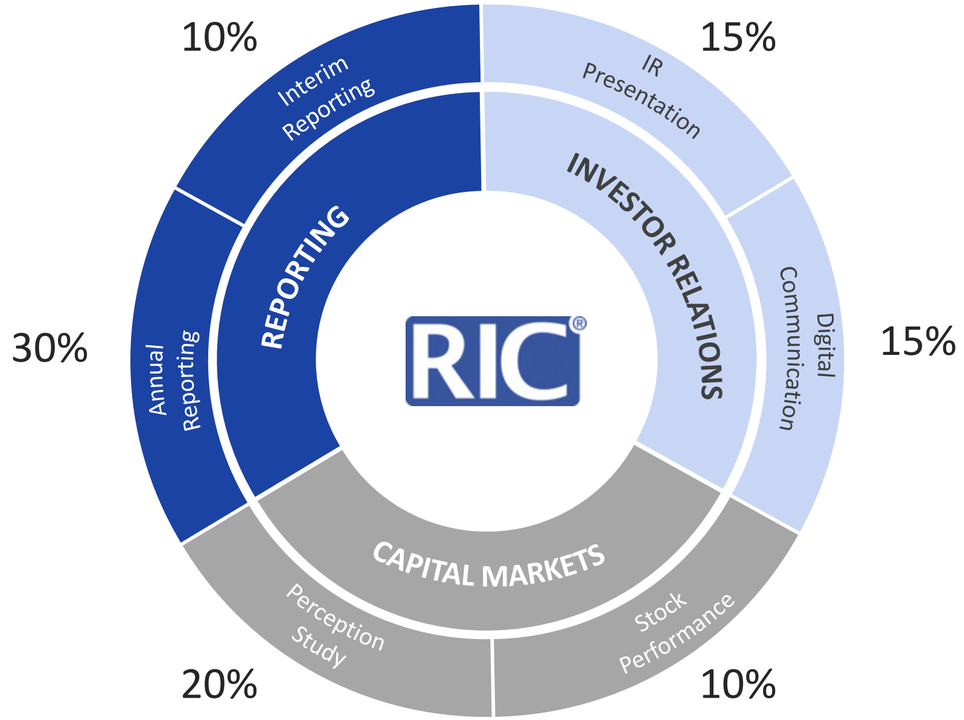
01

RIC-Modell und Leitgedanken

Unsere Analyse stützt sich auf das von uns entwickelte RIC-Modell

Die Betrachtung der Dimensionen Reporting, Investor Relations und Capital Markets erlaubt es, die Kapitalmarktkommunikation eines Unternehmens ganzheitlich zu beurteilen.

Das RIC-Modell deckt sowohl die **Sender-** als auch die **Empfängerperspektive** der Kapitalmarktkommunikation ab.



Die Dimension **Reporting** betrachtet die jährliche und unterjährige Berichterstattung.

Die Dimension **Investor Relations** betrachtet wesentliche IR-Präsentationen sowie die Digitale Kommunikation.

Die Dimension **Capital Markets** betrachtet die Aktien-performance sowie die Wahrnehmung durch Analysten.

02

Zielsetzung und Trends

Der umfassendste Kapitalwettbewerb, um Stakeholdervertrauen zu stärken

Hintergrund

Der Wettbewerb Investors' Darling betrachtet und beurteilt ganzheitlich die **Kapitalmarktkommunikation** der 160 größten deutschen Unternehmen aus Dax, MDax und SDax, anhand der drei Dimensionen Reporting, Investor Relations sowie Capital Markets.

Beitrag

Durch die ganzheitliche Betrachtung ist „**Investors' Darling**" der umfassendste Kapitalmarktwettbewerb in Deutschland und trägt nicht nur dazu bei, das **Grundvertrauen** in die **Anlageform Aktie** zu stärken, sondern auch die **Kapitalmarkt-kommunikation** in Deutschland zu **verbessern**.

Gewinner

Der Gesamtsieger des Wettbewerbs „**Investors' Darling 2025**" versteht es, kohärent und verständlich die Informationsbedürfnisse der Stakeholder zu befriedigen.

Ziel: Die Stellung der Aktie als Anlageform festigen.

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT manager magazin BERENBERG

Sustainability Communication and Digital Communications sind die Key Trends

Digitale Disruption

KI und Digitalisierung im Projektmanagement: Kommt der „digitale Projektassistent“?

Wie Sie generative KI auch in Ihrem Unternehmen nutzen können

ChatGPT künftig mit Kaufberatung

Warum Finanzinstitute mit ChatGPT um neue Kunden werben

Digitale Dynamik und neue Transparenz erzwingen **Anpassungen am Finanzmarkt**.

Digital Communication

- Digitaler Geschäftsbericht
- Social Media
- CEO-Video
- Influencer
- KI-Kompetenz

Digitale Kommunikation erhöht Reichweite und Dialogbereitschaft mit Investoren

Neue Stakeholdergruppen & Wachsende Stakeholderansprüche

Studie zu Impact Investments: Großes Interesse, wenig Wissen

Investieren statt Sparen Wie junge Menschen fürs Alter vorsorgen

Nachhaltigkeit ist bei Großanlegern trotz Gegenwind etabliert

Generation U30 zieht es an die Aktienmärkte

Anleger fordern Transparenz bei Nachhaltigkeit. Gen Y und Z drängen zunehmend an den Kapitalmarkt.

Sustainability Communication

- Nachhaltigkeitsberichterstattung
- Integratives Nachhaltigkeitsverständnis
- Kohärente Berichterstattung

Nur gelebte Nachhaltigkeit schafft Vertrauen am Kapitalmarkt

Quelle: GoingPublic (2025); Handelsblatt (2025); Der Bank Blog (2025); Manager Magazin (2022)

Hypothesen

H1 Die Drei-Klassen-Gesellschaft aus Dax, MDax und SDax hat Bestand.

H2 Nachhaltigkeitskommunikation muss eine Steuerungsfunktion einnehmen, um das Geschäftsmodell resilienter zu machen.

H3 Digitale Kommunikation ist ein Differenzierungskriterium am Kapitalmarkt.

03

Erkenntnisse Investors’ Darling 2025

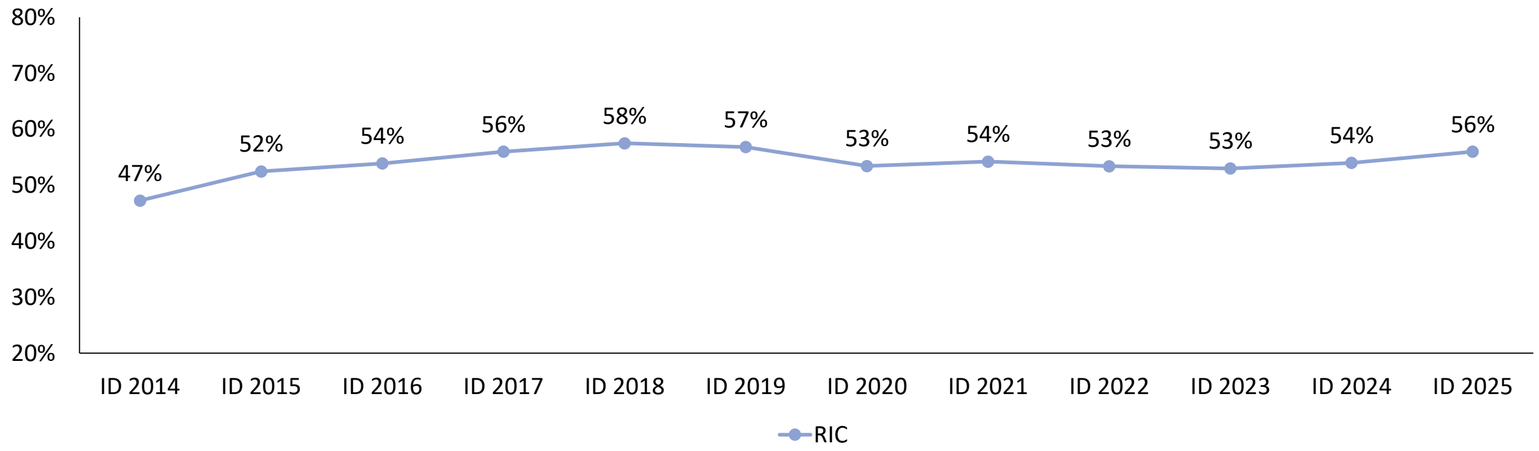
Hypothesen

H1 Die Drei-Klassen-Gesellschaft aus Dax, MDax und SDax hat Bestand.

H2 Nachhaltigkeitskommunikation muss eine Steuerungsfunktion einnehmen, um das Geschäftsmodell resilienter zu machen.

H3 Digitale Kommunikation ist ein Differenzierungskriterium am Kapitalmarkt.

Ein Überblick der Ergebnisse im Zeitverlauf



	ID 2014	ID 2015	ID 2016	ID 2017	ID 2018	ID 2019	ID 2020	ID 2021	ID 2022	ID 2023	ID 2024	ID 2025
Reporting	51%	52%	54%	55%	58%	56%	53%	53%	53%	52%	54%	57%
Investor Relations	46%	47%	49%	50%	52%	55%	46%	48%	47%	46%	49%	51%
Capital Markets	41%	59%	58%	63%	62%	60%	61%	61%	60%	60%	59%	61%
RIC	**47%**	**52%**	**54%**	**56%**	**58%**	**57%**	**53%**	**54%**	**53%**	**53 %**	**54%**	**56%**

Erkenntnisse

- Das Niveau des **RIC-Scores** ist im Vorjahresvergleich leicht gestiegen.
- Trotz weiterer Spezifizierungen bei den Fragen **insbesondere im Bereich Digitales und Nachhaltigkeit** ist ein leichter Anstieg der Bewertungen in den beiden Dimensionen Reporting und Investor Relations festzustellen.
- Das Vertrauen der befragten Fondsmanager und Analysten in deutsche Unternehmen hat sich marginal verbessert. Vertrauen ist im Markt.

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT manager magazin BERENBERG

Allgemeine Erkenntnis

Investors’ Darling

Drei-Klassen-Gesellschaft

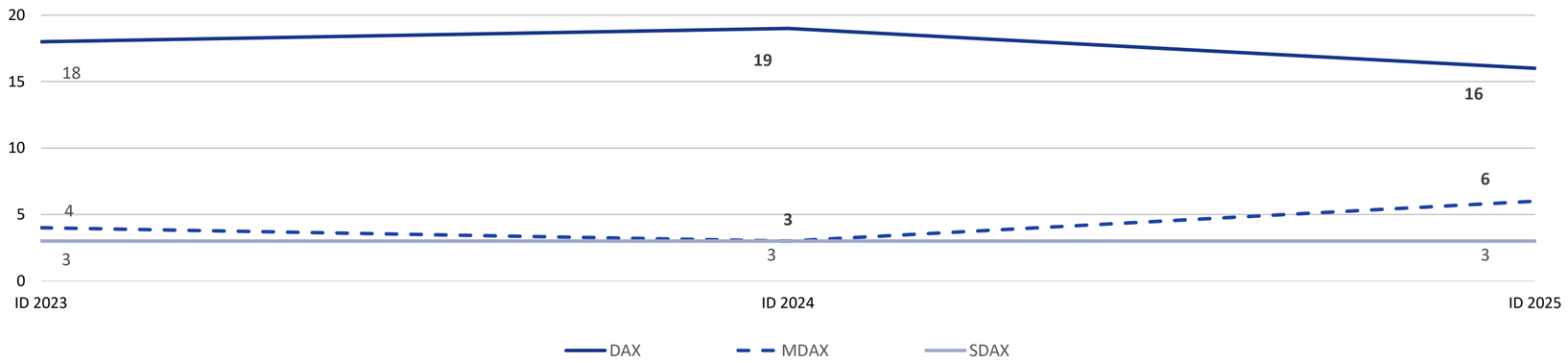
Die Schere zwischen Dax, MDax und SDax hat Bestand.

In den Top 25 sind **68%** Dax-; **20%** MDax- und **12%** SDax-Unternehmen vertreten.

Allgemeine Erkenntnis

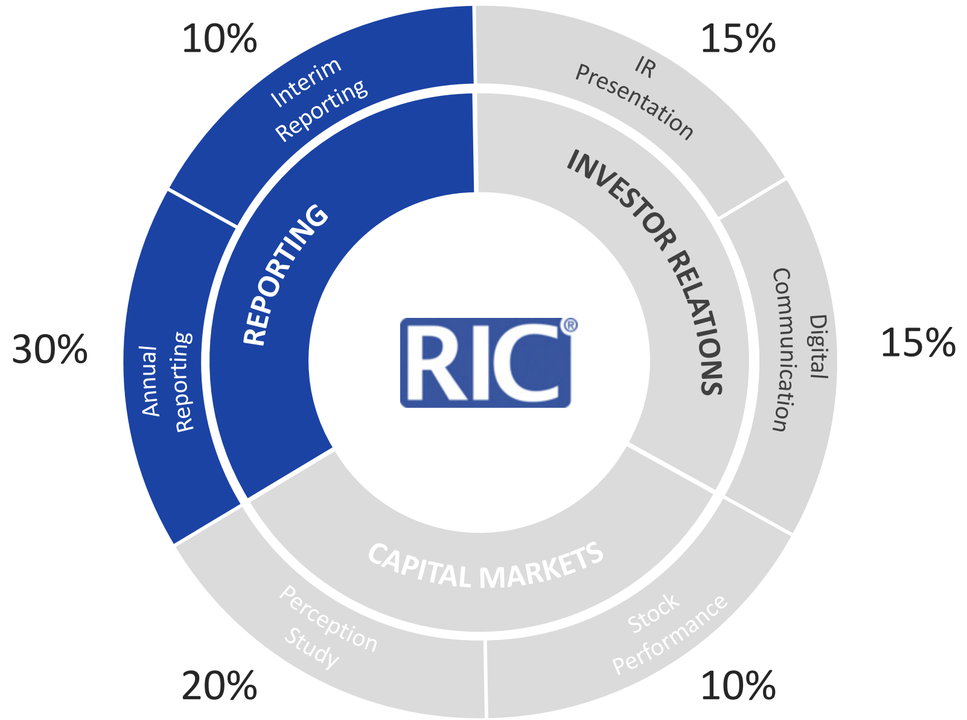
Investors’ Darling

Drei-Klassen-Gesellschaft



- Einzelne MDax-Unternehmen stechen heraus und verkleinern die Lücke.

Dimension Reporting



Dimension Reporting | Corporate Governance | Deep Dive

40%

… aller Unternehmen verknüpfen Vergütungsbestandteile mit Nachhaltigkeitszielen.

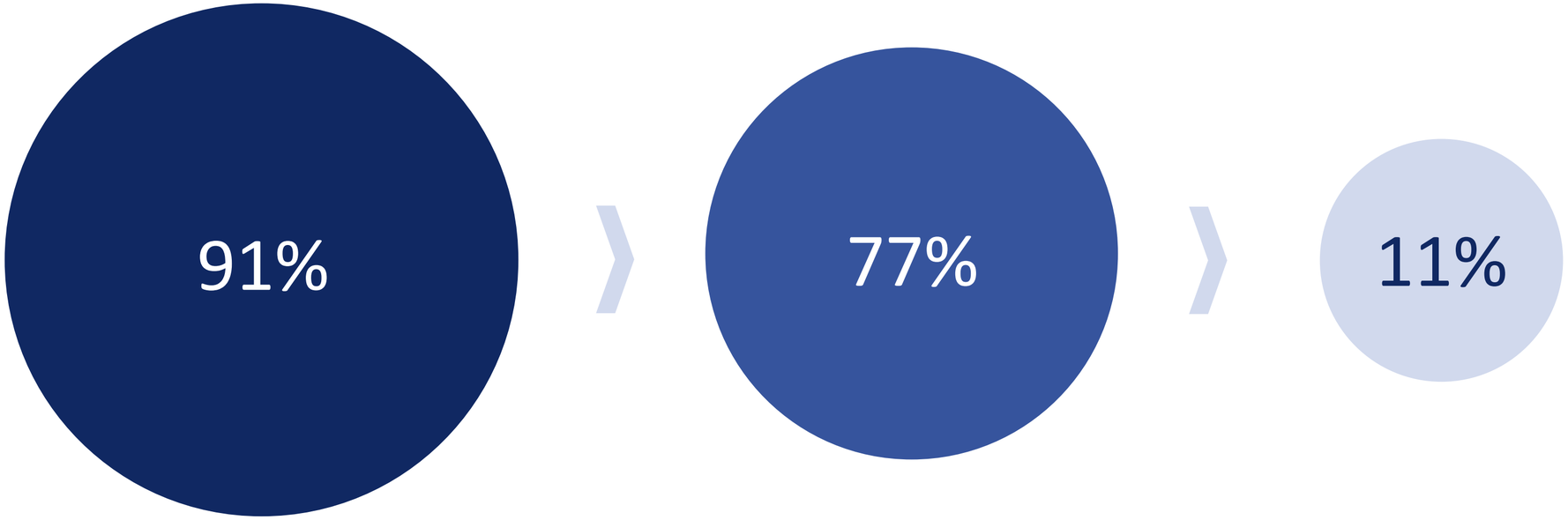
64%

… aller Unternehmen geben an, dass die Vergütungsbestandteile des Managements mit den Steuerungskennzahlen verknüpft sind.

70%

… aller Unternehmen legen Angaben zur Umsetzung der DCGK-Entsprechens-erklärung offen.

Dimension Reporting | Chancen und Risiken | Deep Dive



Offenlegung der Chancen und Risiken

Nennung der Eintrittswahrscheinlich-keiten von Risiken

Nennung der Eintrittswahrscheinlich-keiten von Chancen

88%

… der Dax-Unternehmen setzen auf eine prüferische Durchsicht des Halbjahresberichts. Wohingegen nur 34% der SDax-Unternehmen dies machen.

Hypothesen

H1 Die Drei-Klassen-Gesellschaft aus Dax, MDax und SDax hat Bestand.

H2 Nachhaltigkeitskommunikation muss eine Steuerungsfunktion einnehmen, um das Geschäftsmodell resilienter zu machen.

H3 Digitale Kommunikation ist ein Differenzierungskriterium am Kapitalmarkt.

43%

… aller Unternehmen berichten in vollständiger Übereinstimmung mit den ESRS.

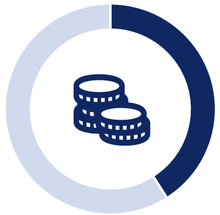
Sustainability Reporting

Nichtfinanzielle Steuerungskennzahlen
(z.B. CO_2-Emissionen, Energieverbrauch)

Ja Nein

39%

Vorstandsvergütung in Abhängigkeit von der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen

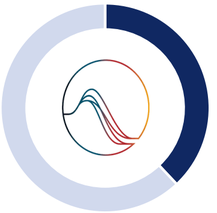


41%

Direkte Einbindung von externen Stakeholder in die Wesentlichkeitsanalyse

40%

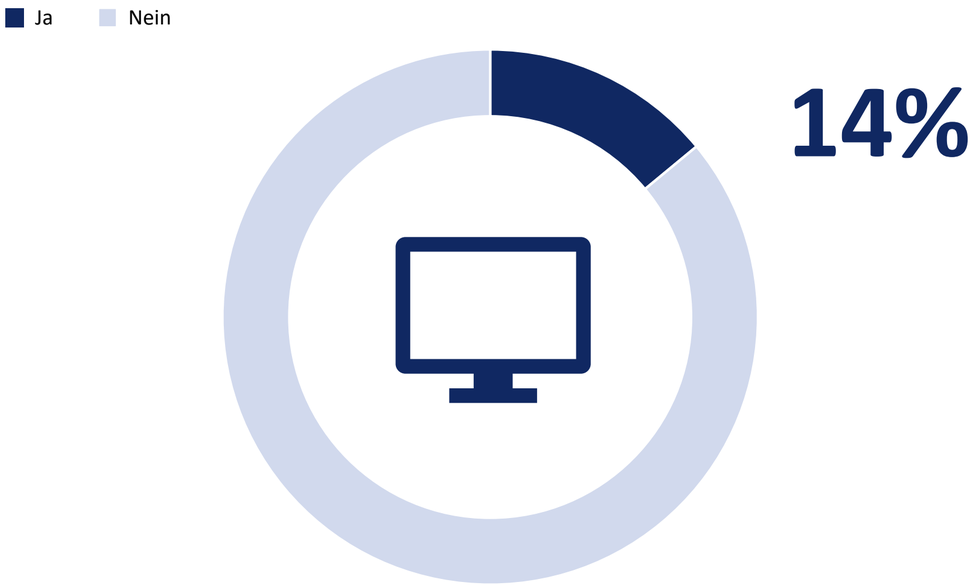
Verifizierung der Emissionsziele durch die Science-based targets Initiative



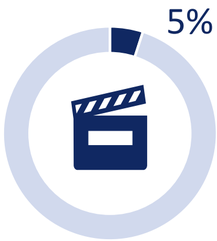
38%

Kohärente Berichterstattung

Digitaler Nachhaltigkeitsbericht



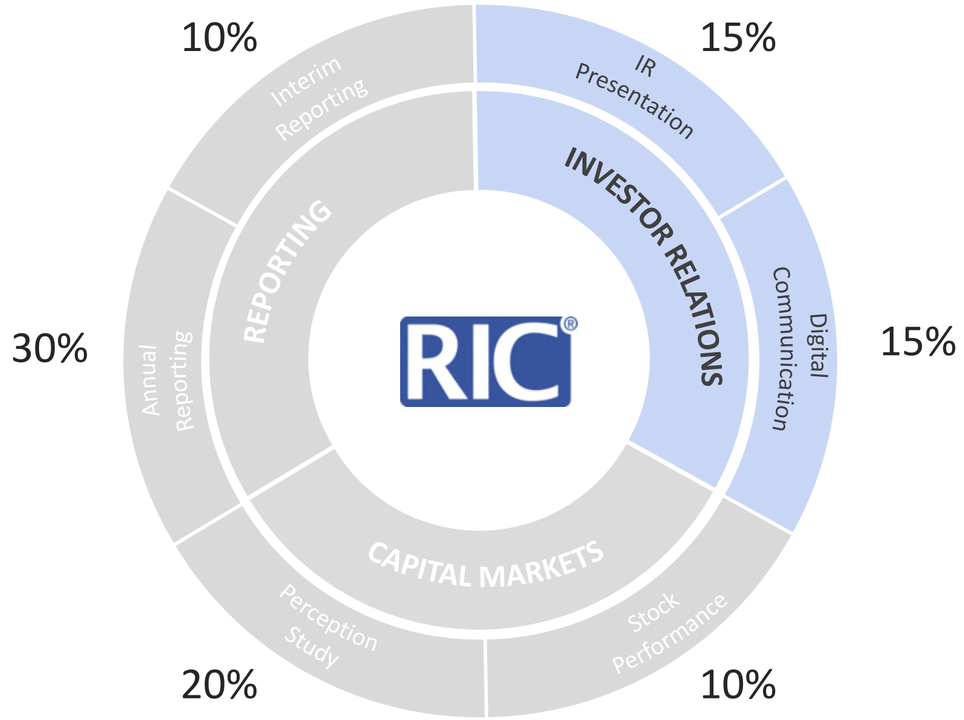
ESG-Themen in Videoformaten auf IR-Website



Nachhaltigkeitsinformationen im Halbjahresbericht

Nachhaltigkeitsinformationen im Quartalsbericht

Dimension Investor Relations



HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

manager magazin

BERENBERG

Hypothesen

H1 Die Drei-Klassen-Gesellschaft aus Dax, MDax und SDax hat Bestand.

H2 Nachhaltigkeitskommunikation muss eine Steuerungsfunktion einnehmen, um das Geschäftsmodell resilienter zu machen.

H3 Digitale Kommunikation ist ein Differenzierungskriterium am Kapitalmarkt.

Investor Relations

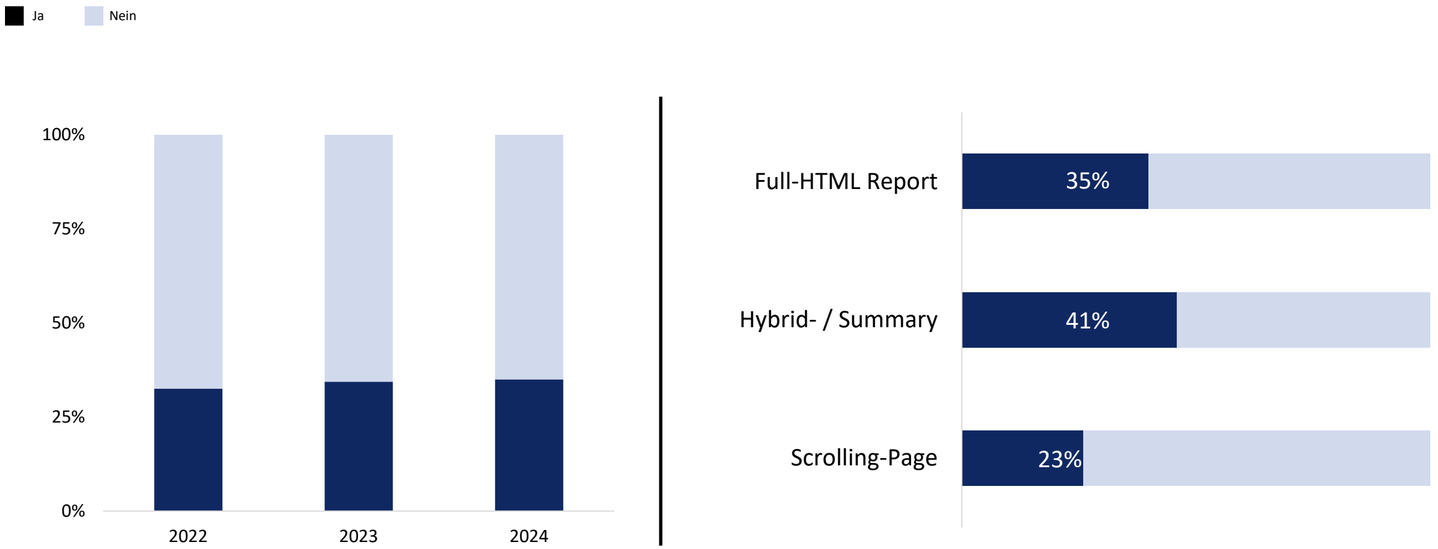
Website

57% aller untersuchten Unternehmen haben auf der IR-Website einen eigenen Menüpunkt zu Sustainability.

90% aller DAX-Unternehmen setzen Nachhaltigkeit deutlich sichtbar auf die Agenda ihrer IR-Website.

Dimension Investor Relations | Digital Communication | Deep Dive

Aufbereitung digitaler Geschäftsberichte

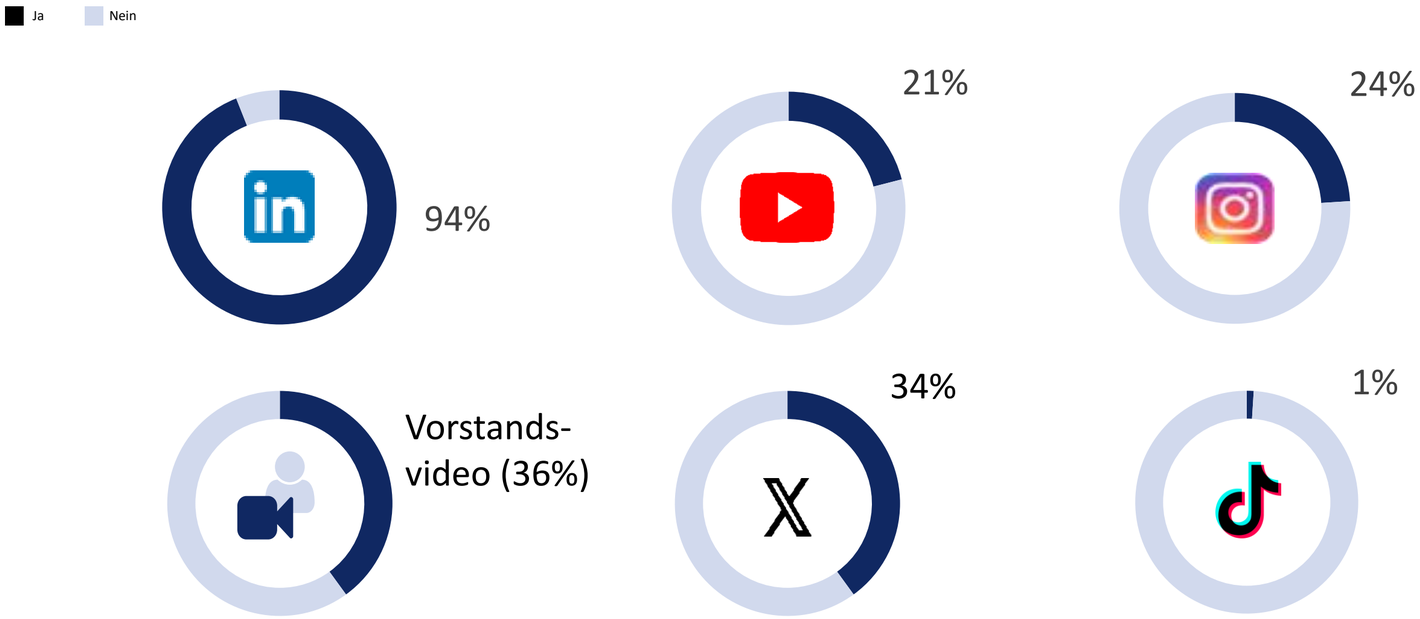


Erkenntnisse

- Nutzung digitaler Geschäftsberichte stagniert auf Vorjahresniveau
- Teil-digitalisierte Reports dominieren; Full-HTML gewinnt an Gewicht

Dimension Investor Relations | Digital Communication | Deep Dive

Social-Media-Akitivität in ID 2025



Erkenntnisse

- LinkedIn führend bei der IR-Kommunikation, während X an Relevanz verliert
- Videoauftritte des Vorstandes in digitalen Geschäftsberichten unterrepräsentiert

04

Handlungsfelder

Mögliche Handlungsfelder I – Social Executives (1/2)

Die Telekom machts vor: Kommunikation durch Beteiligung

Erkenntnisse

- Vorstände treten persönlich in den Dialog mit Followern
- Der Vorstand ist nicht Sender, sondern Teil der Story – aktiv, nicht belehrend.
- Social Media dient hier nicht der Verbreitung, sondern der Beteiligung.
- Das Format stärkt so die emotionale Verbindung zwischen Führung und Stakeholdern.

Es zeigt: Führung kann sichtbar sein, ohne sich aufzudrängen.

Quelle: Deutsche Telekom AG LinkedIn (2025)

Mögliche Handlungsfelder I – Social Executives (2/2)

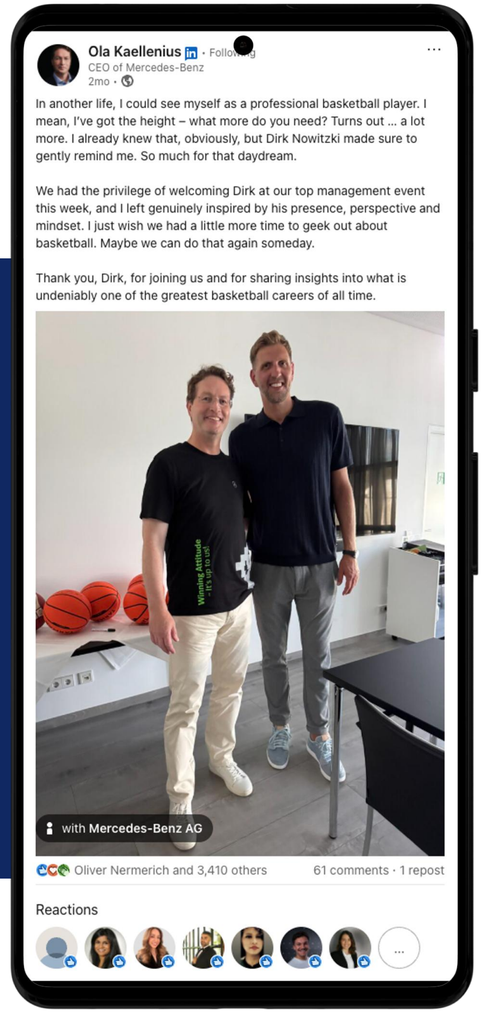
Top-Führungskräfte werden als Corporate Influencer platziert

Eigenschaften eines Social Executives

- Authentizität und Nahbarkeit
- Klare Kommunikation und Konsistenz
- Engagement und Interaktivität

Von modernen Führungskräften wird erwartet, online den Dialog mit Stakeholdern zu führen. Kommunikation als zentrales Instrument für Engagement und Beziehungspflege.

Quelle: Ola Källenius LinkedIn (2025)



Mögliche Handlungsfelder II – KI-Anwendung (1/3)

KI trifft digitale Geschäftsberichte

Geändertes Suchverhalten führt zu

KI-Tools als Gatekeeper

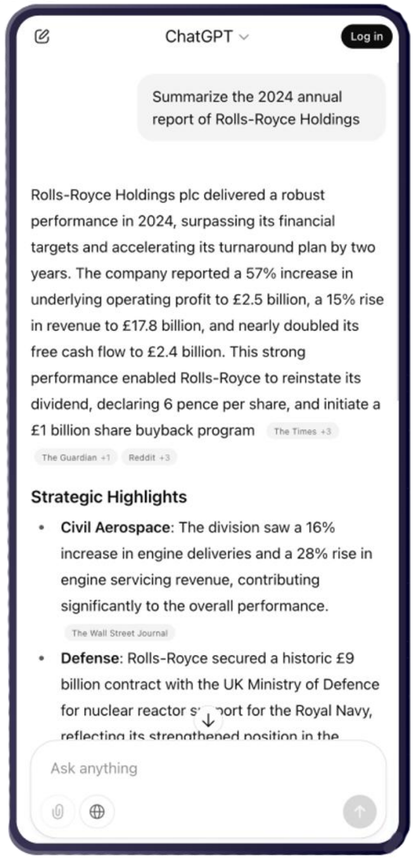
Wie versorgen Unternehmen ihre Stakeholder über KI-Tools mit Informationen?

Geschäftsberichte sind die umfassendste und auch vertrauenswürdigste Quelle für Finanz- und Nachhaltigkeitsinformationen. In Form eines digitalen Geschäftsberichts werden diese Informationen auch für KI zugänglich gemacht.

Mögliche Handlungsfelder II – KI-Anwendung (2/3)

KI trifft digitale Geschäftsberichte

Rolls-Royce Holdings



adidas

Mögliche Handlungsfelder II – KI-Anwendung (3/3)

KI trifft digitale Geschäftsberichte

ChatGPT fragt täglich

4.400 x

Informationen (requests) mittels digitaler Geschäftsberichte von Dax40-Unternehmen ab

Digitale Berichte
sind in KI-Tools

2,3x

sichtbarer als PDFs

Bewertung der Hypothesen

H1 Es zeigt sich weiterhin eine Drei-Klassen-Gesellschaft, jedoch rücken zunehmend mehr MDax-Unternehmen in die Top-Platzierungen des Wettbewerbs auf

H2 Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung, ist aber noch zu wenig im Top-Management verankert. Konsistenz und Anreizsysteme fehlen. Sie muss stärker in die Steuerung integriert werden.

H3 Digitale Formate steigern Reichweite und Dialog. Wer sie konsequent nutzt, hebt sich klar ab. Doch Vorstandsvideos und Full-HTML-Reports sind noch selten.

Unser Angebot

Erfahren Sie, wo Sie stehen!

Unsere Auswertung gibt Ihnen nicht nur einen Überblick über Ihre Wettbewerber, sondern auch konkrete Handlungsempfehlungen, die Sie in Ihrer IR-Arbeit sofort umsetzen können.

1.210 EUR

RIC-Facts
Individuelles Gutachten

Bewertung in den drei RIC-Dimensionen mit Stärken- und Schwächen-Profil

2.680 EUR

Factbook
Handbuch

Best Practices, konkrete Handlungsempfehlungen und Branchenvergleich

3.680 EUR

Kombipaket

Beide Angebote kombiniert.

Preis auf Anfrage

Workshop

Eintägige Schulungsver-anstaltung mit individuellen Inhalten.

HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

manager magazin

BERENBERG