

INVESTORS' DARLING 2026

PREISVERLEIHUNG

FRANKFURT A.M., 17. SEPTEMBER 2026



HHL

LEIPZIG
GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT

INHALTSVERZEICHNIS

1	RIC-Modell und Leitgedanken	03
2	Unsere Hypothesen für 2026	06
3	Erkenntnisse INVESTORS' DARLING 2026	08
4	Handlungsfelder - Was Forschung und Praxis zeigen	24
5	Key Take Aways	33

01

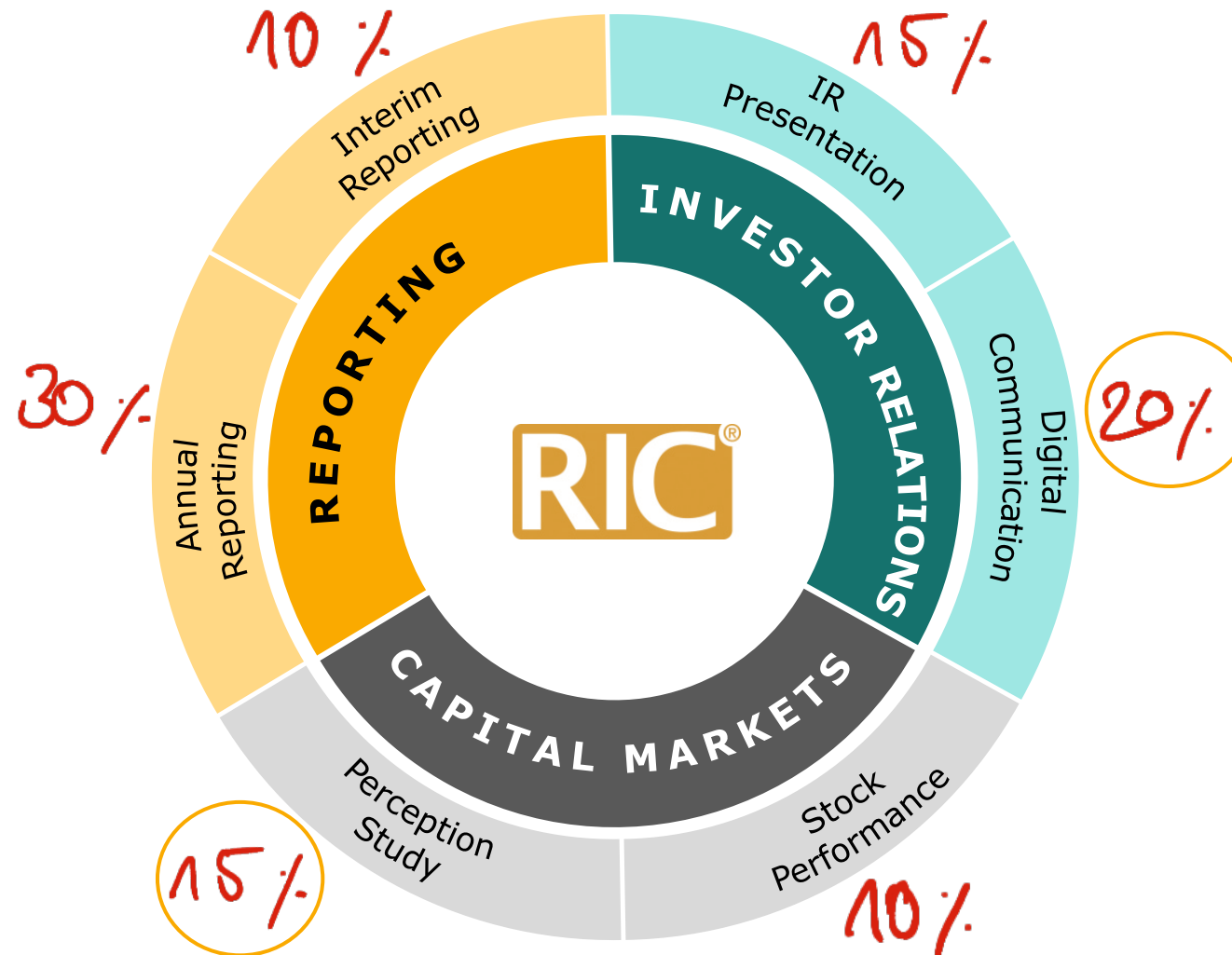
RIC-Modell und Leitgedanken

Die Bewertung folgt drei Dimensionen: Reporting, Investor Relations und Capital Markets

Aufbau des Bewertungsmodells im Überblick

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 Aktienperformance sowie die Wahrnehmung durch Analysten.

RIC-Modell und Leitgedanken

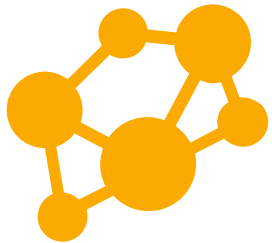
Abzielen auf eine verständliche, verknüpfte und damit kohärente Darstellung, welche sich an Best Practices orientiert

LEITGEDANKEN



Verständlichkeit

Das Ziel sollte eine **einfache** und **verständliche Darstellung** sein. Unsere Analysen sind geleitet durch die Annahme, dass die Berichterstattung für eine **breite Leserschaft** verständlich sein sollte.



Kohärenz

Informationen sollen **verknüpft dargestellt** werden. Sollten Aspekte nicht direkt innerhalb eines Abschnitts deutlich werden oder zu Redundanzen führen, sollte ein **Verweis** auf den Abschnitt der Darlegung existieren.



Best Practice

Die Analysen beziehen sich auf eine **bestmögliche Lösung** in der **Darstellung** und Kommunikation. Dabei orientiert sich diese am maximal möglichen und geht weit über die Pflichtenforderung hinaus.

02

Unsere Hypothesen für 2026

Trends in 2026?

Hypothesen

H1 ➤ Der **MDAX** schließt zum DAX auf – der **SDAX verliert** den Anschluss.

H2 ➤ **Nachhaltigkeitsthemen** bleiben auch **ohne regulatorischen Druck** auf der Agenda und werden zunehmend in die **Unternehmenssteuerung integriert**.

H3 ➤ **Digitale Kommunikation** ist ein **Differenzierungskriterium** am Kapitalmarkt.

03

Erkenntnisse INVESTORS' DARLING 2026

Trends in 2026?

Hypothesen

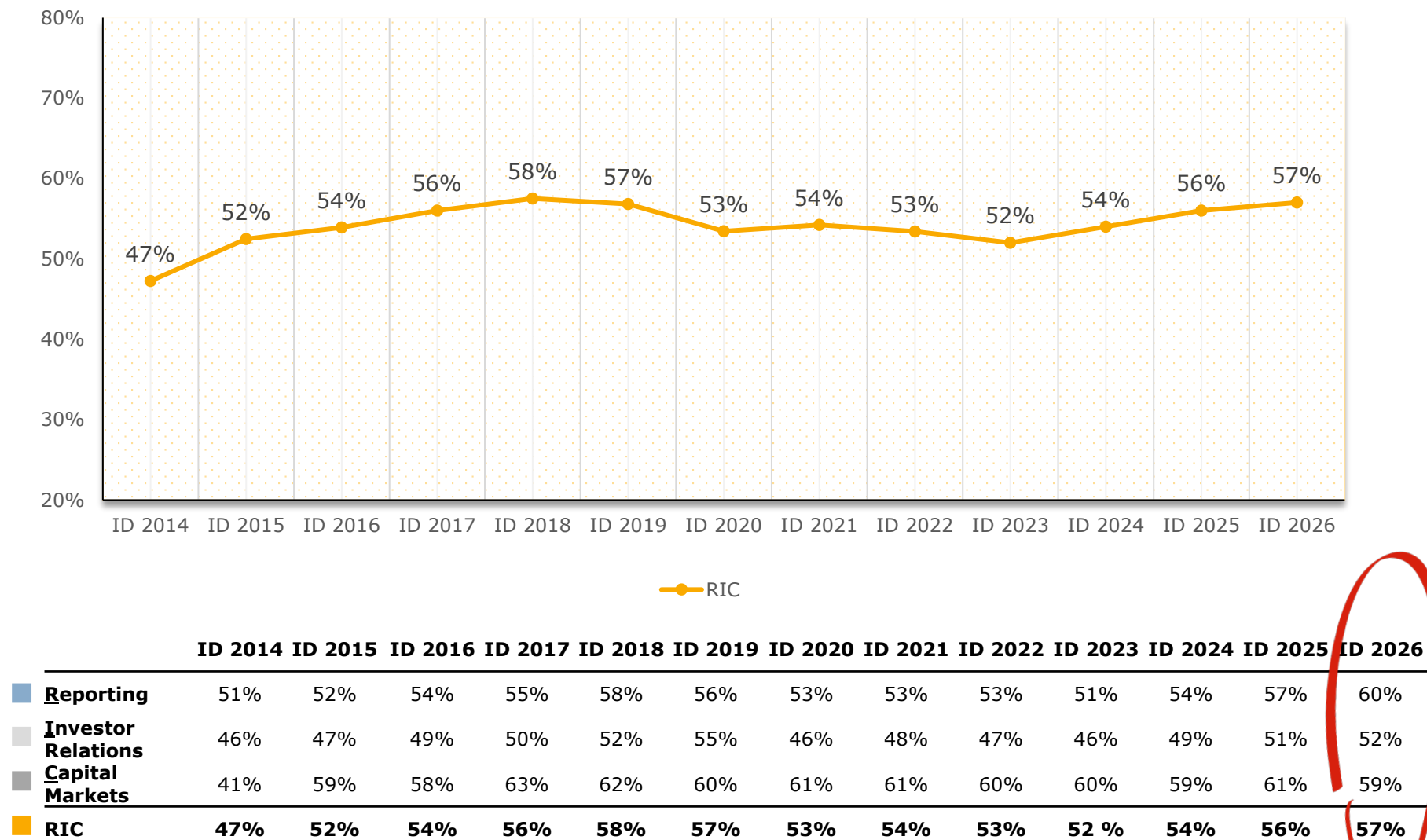
H1 ➤ Der **MDAX** schließt zum DAX auf – der **SDAX verliert** den Anschluss.

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

H3 **Digitale Kommunikation** ist ein **Differenzierungskriterium** am Kapitalmarkt.

Ergebnisse INVESTORS' DARLING 2026

Ein Überblick der Ergebnisse im Zeitverlauf



Erkenntnisse

- Das Niveau des **RIC-Scores** ist im Vorjahresvergleich leicht angestiegen.
- 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 verschlechtert.



Investors' Darling

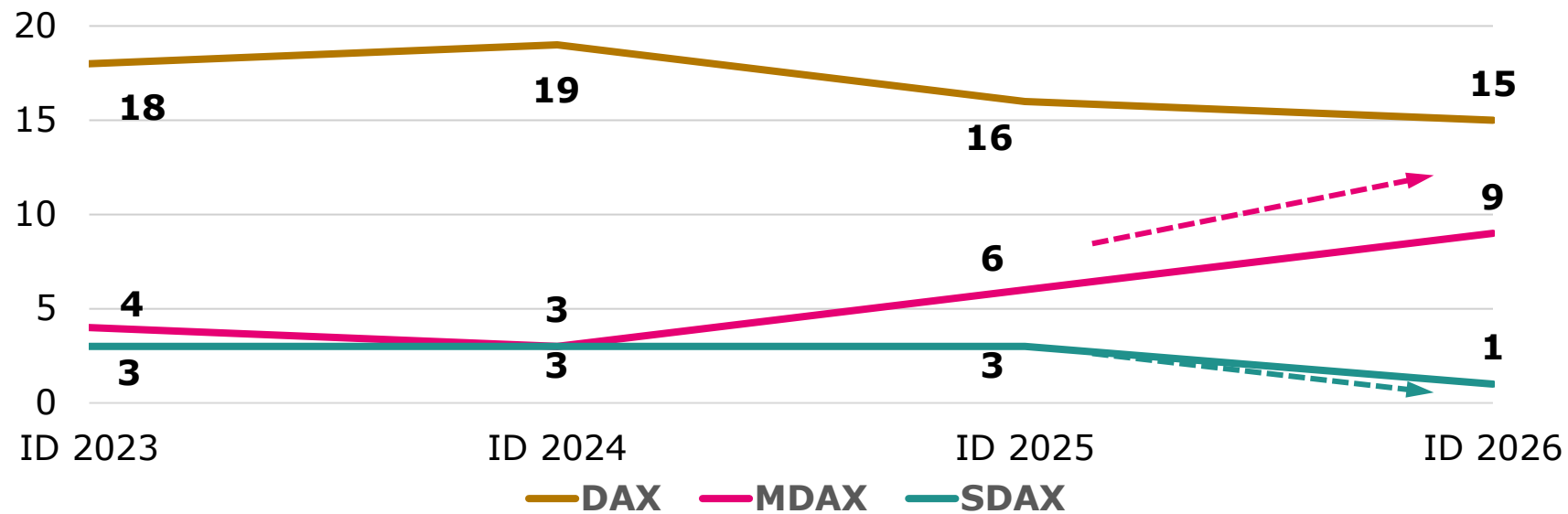
Der MDAX holt auf – der SDAX verliert den Anschluss.

In den Top 25 sind **60%** DAX-; **36%** MDAX-; und **4%** SDAX-Unternehmen vertreten.



Investors' Darling

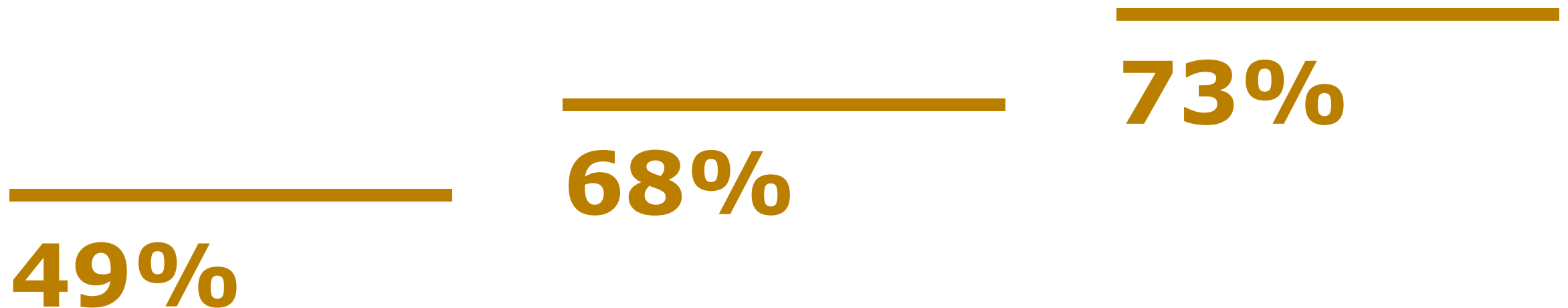
Zwei Klassen-Gesellschaft



Der MDAX schließt die Lücke zum DAX – der SDAX verliert an Boden

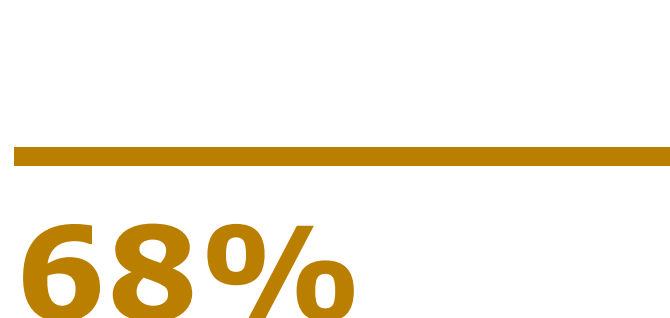
Governance-Kennzahlen im Aufwärtstrend – ESG-Kopplung wächst am stärksten (+9 PP)

Dimension Reporting | Corporate Governance | Deep Dive



49%

... aller Unternehmen verknüpfen Vergütungsbestandteile mit Nachhaltigkeitszielen.



68%

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

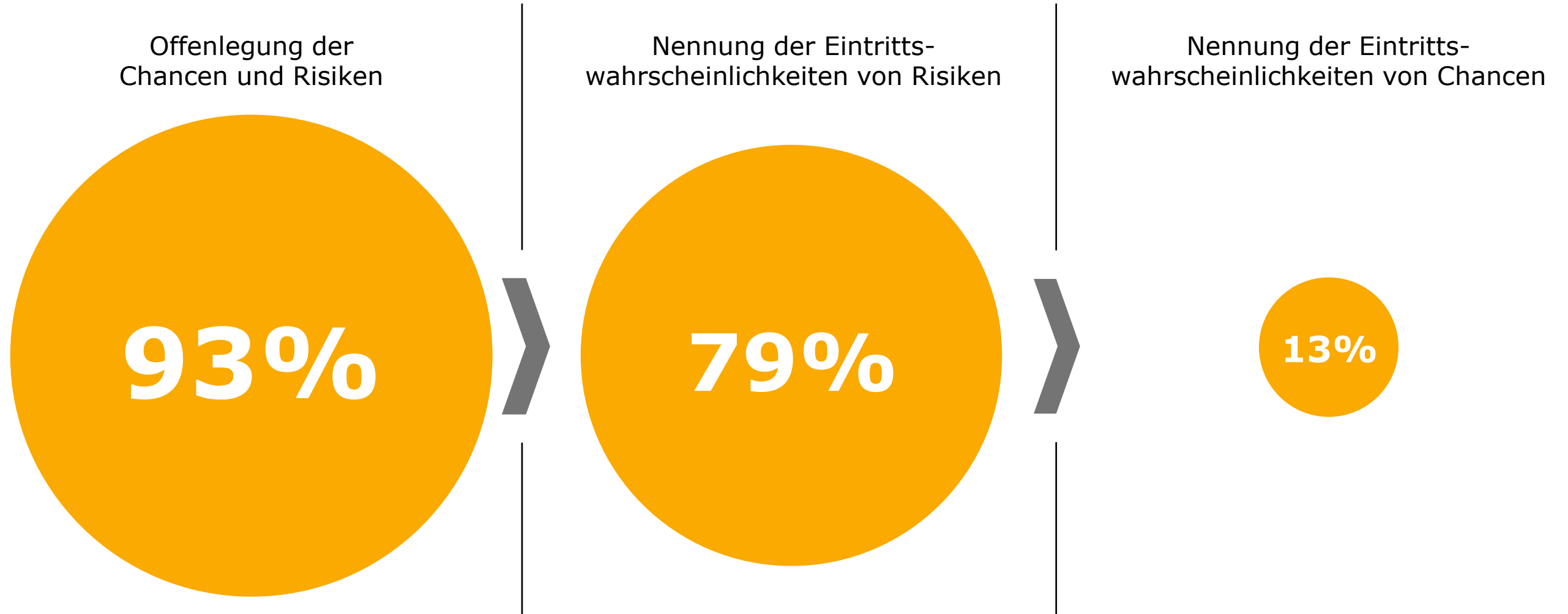


73%

... aller Unternehmen legen Angaben zur Umsetzung der DCGK-Entsprechenserklärung offen.

Unternehmen berichten Risiken quantifiziert, Chancen indes nicht.

Dimension Reporting | Chancen und Risiken | Deep Dive



Prüferische Durchsicht: SDAX holt auf, DAX gibt nach – Lücke schrumpft von 54 auf 46 PP

Dimension Reporting | Interim Reporting | Deep Dive



85%

der DAX-Unternehmen setzen auf eine prüferische Durchsicht des Halbjahresberichts. Wohingegen nur 39% der SDAX-Unternehmen dies machen.

Trends in 2026?

Hypothesen

H1 ➤ Der MDAX schließt zum DAX auf – der SDAX verliert den Anschluss.

H2 ➤ **Nachhaltigkeitsthemen** bleiben auch **ohne regulatorischen Druck** auf der Agenda und werden zunehmend in die **Unternehmenssteuerung integriert**.

H3 ➤ **Digitale Kommunikation** ist ein **Differenzierungskriterium** am Kapitalmarkt.

ESRS-Compliance springt um +25 PP – aus der Minderheit wird die Mehrheit

Dimension Reporting | Sustainability Communication | Deep Dive



68%

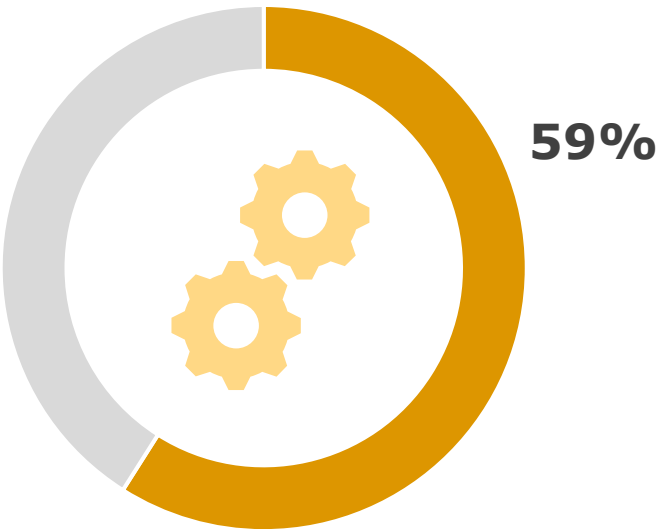
... aller Unternehmen berichten in vollständiger
Übereinstimmung mit den ESRS – 2025 waren es 43%.

Nachhaltigkeit wird Steuerungsgröße: nichtfinanzielle KPIs +20 PP auf 59 %

Dimension Reporting | Sustainability Communication | Deep Dive

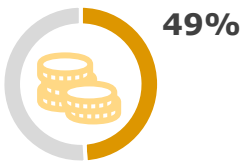
Sustainability Reporting

Nichtfinanzielle **Steuerungskennzahlen**
(z.B. CO₂-Emissionen, Energieverbrauch)

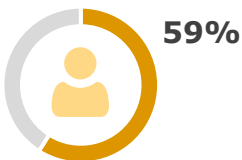


Ja Nein

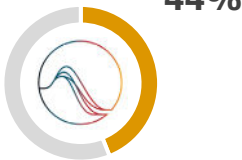
Vorstandsvergütung in Abhängigkeit von
der Erreichung von **Nachhaltigkeitszielen**



Aufstellung und Veröffentlichung eines
Klima-Transitionsplan nach ESRS



Verifizierung der Emissionsziele durch die
Science-based targets Initiative

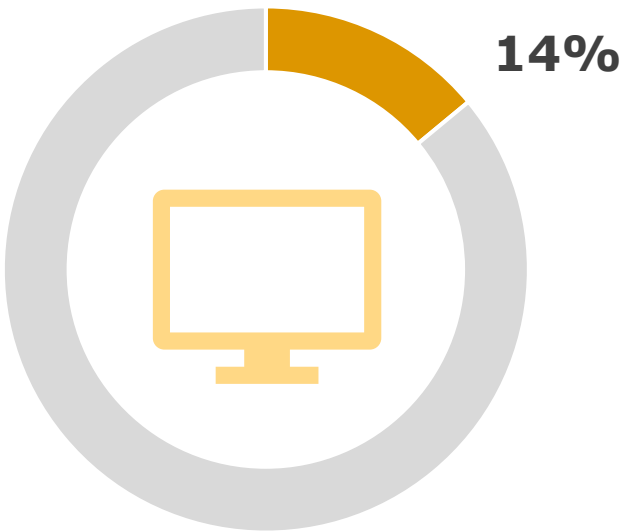


Digitale ESG-Formate stagnieren: Bericht 14 %, Video 7 %

Dimension Reporting | Sustainability Communication | Deep Dive

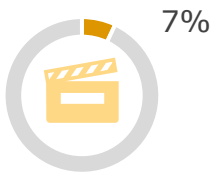
Kohärente Berichterstattung

Digitaler Nachhaltigkeitsbericht

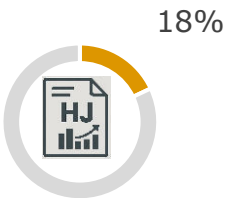


Ja Nein

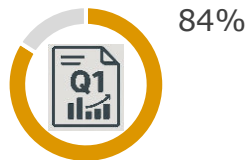
ESG-Themen in Videoformate auf IR-Website



Nachhaltigkeitsabschnitt im Halbjahresbericht



Nachhaltigkeitsinformation im Quartalsbericht



Trends in 2026?

Hypothesen

H1 ➤ Der MDAX schließt zum DAX auf – der SDAX verliert den Anschluss.

H2 ➤ Nachhaltigkeitsthemen bleiben auch ohne regulatorischen Druck auf der Agenda und werden zunehmend in die Unternehmenssteuerung integriert.

H3 ➤ **Digitale Kommunikation** ist ein **Differenzierungskriterium** am Kapitalmarkt.

Sustainability verliert Sichtbarkeit auf der IR-Website: 57 % → 53 % (–4 PP)

Dimension Investor Relations | Website | Deep Dive



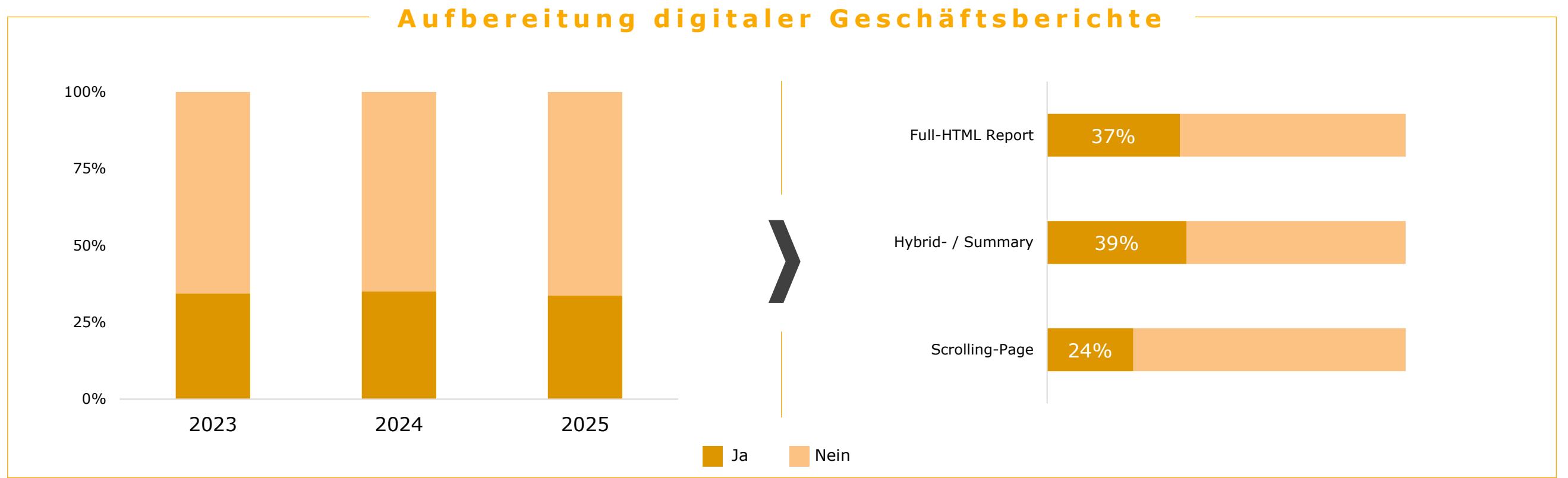
Investor Relations

Website

53 % aller untersuchten Unternehmen haben auf der IR-Website einen eigenen Menüpunkt zu Sustainability.

Digitale Geschäftsberichte stagnieren im dritten Jahr: 54 von 160 – Formatmix unverändert

Dimension Investor Relations | Digital Communication | Deep Dive

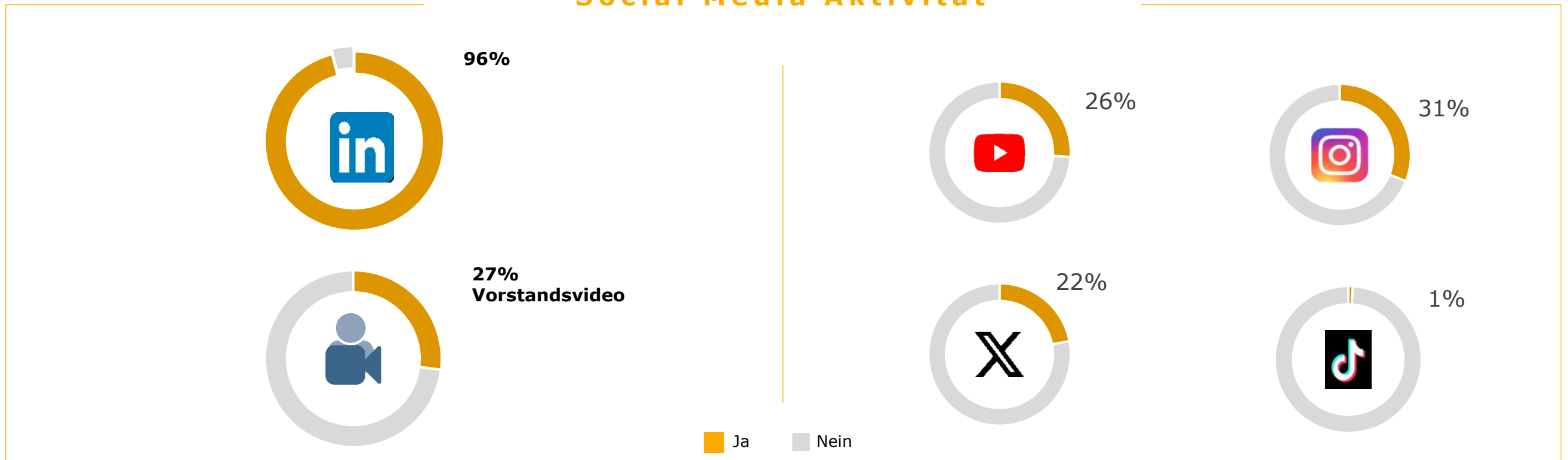


Nutzung digitaler Geschäftsberichte unverändert auf Vorjahresniveau;
Teil-digitalisierte Reports führend; Full-HTML Reports knapp dahinter

X bricht ein (34 % → 22 %), Bild- und Videokanäle wachsen – LinkedIn gesättigt bei 96 %

Dimension Investor Relations | Digital Communication | Deep Dive

Social Media Aktivität



LinkedIn ist dominierende Social Media Plattform, TikTok wird praktisch nicht genutzt
Videoauftritte des Vorstands in digitalen Geschäftsberichten wenig verbreitet

04

Handlungsfelder – Was Forschung und Praxis zeigen

Handlungsfelder im Überblick

Zwei Handlungsfelder der Finanzkommunikation und ihre Wirkung am Kapitalmarkt



Zwei Handlungsfelder – eine Wirkung

A

Social Executives

Handlungsfeld A: Wer kommuniziert – Führungskräfte als authentische Stimme in sozialen Medien

B

KI in der Finanzkommunikation

Handlungsfeld B: Wie kommuniziert wird – Digitale Geschäftsberichte und KI in der Finanzkommunikation

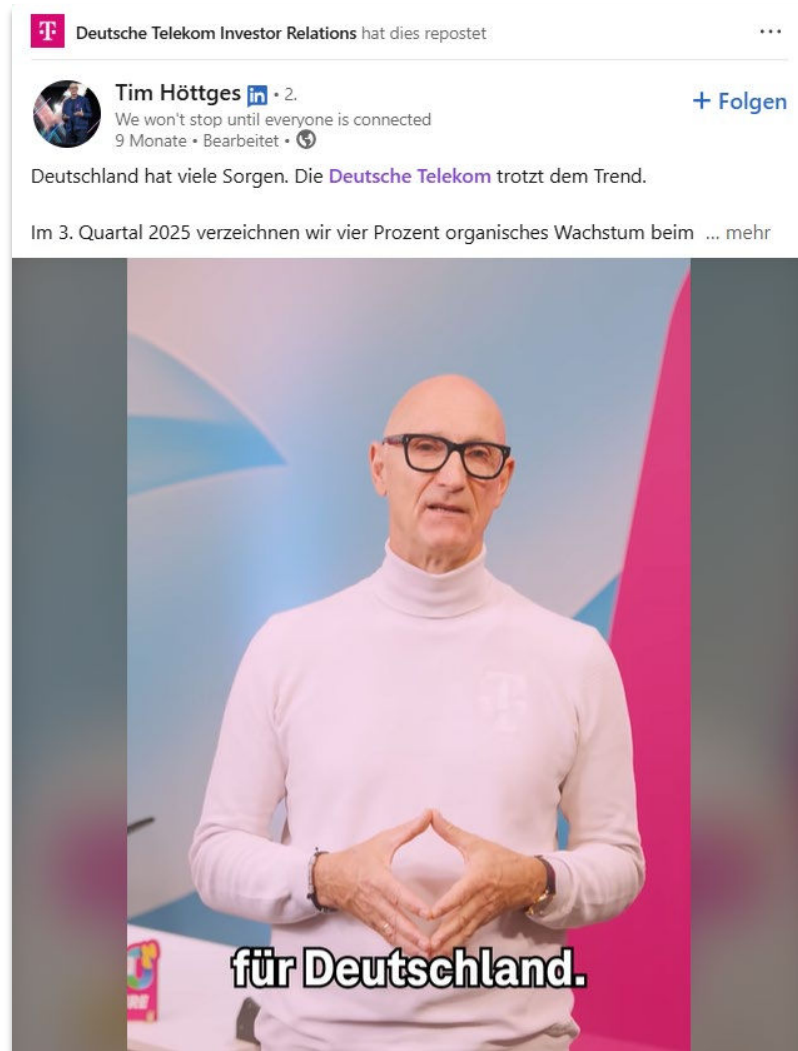


Wirkung: Kapitalkosten

Glaubwürdige, konsistente Kommunikation senkt Informationsrisiko und Kapitalkosten

Wenn der CEO selbst das Wort ergreift

Deutsche Telekom als Vorreiter: Authentische Vorstandskommunikation stärkt Vertrauen und Reichweite am Kapitalmarkt



Hintergrund

- **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.

Das Gesicht zählt, nicht das Logo

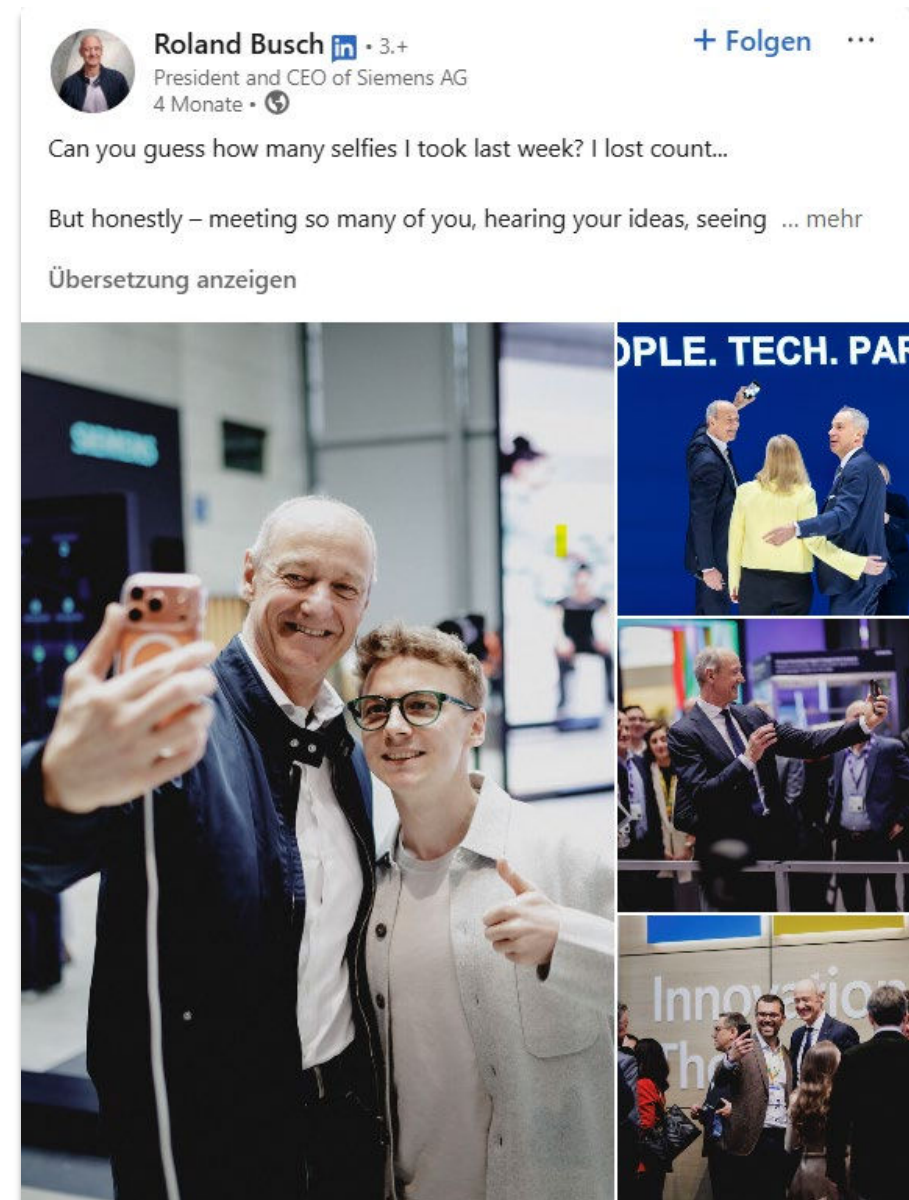
Top-Führungskräfte werden als Corporate Influencer platziert

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.



Ohne LinkedIn kein Zugang zum Kapitalmarkt-Publikum

LinkedIn Präsenz ist für Führungskräfte unverzichtbar

C-level Präsenz auf Social Media

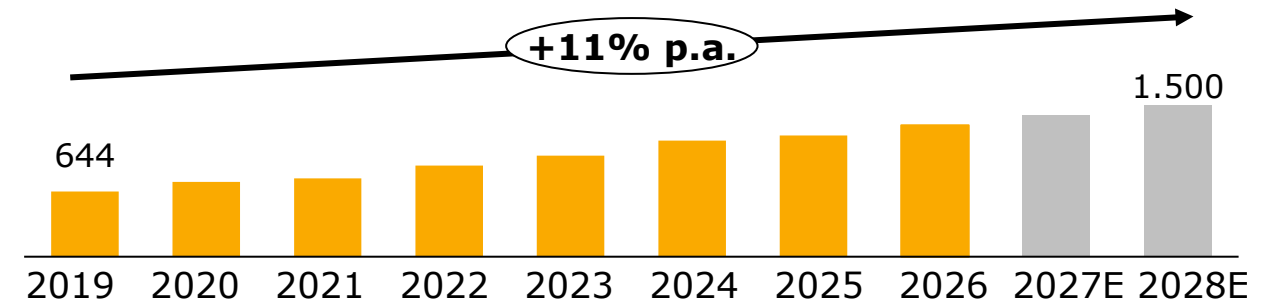
Anteil C-Level aus Fortune-100-Unternehmen,
die auf LinkedIn aktiv sind (2025)



- Die Präsenz von Führungskräften in sozialen Medien stärkt nachweislich Karriere und Unternehmenserfolg
- **CFOs spielen eine wichtige Rolle bei der Einbindung von Investoren** und der Erweiterung der Reichweite des Unternehmens
- Die Rolle von CFOs passt am besten zu den **Interessen der Nutzer** von LinkedIn

LinkedIn als Social Media Plattform

Anzahl LinkedIn Nutzer, weltweit in Mio.



- LinkedIn ist die **beliebteste Social-Media-Plattform** unter Millennials und Personen mit hohem Einkommen
- Zu den vorherrschenden Interessen der LinkedIn-Nutzer zählen **Finanzen, Wirtschaft** und **Karriere**
- LinkedIn gilt als unverzichtbar für die **berufliche Entwicklung**

Ausblick

KI trifft digitale Geschäftsberichte

Geändertes Suchverhalten führt zu

KI-Tools als neue 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.

Geschäftsberichte werden längst nicht mehr nur von Menschen gelesen

KI trifft digitale Geschäftsberichte

~20%

aller Zugriffe auf Geschäftsberichte
entfallen auf automatisierten Bot-Traffic

- Maschinen, Bots und KI-Systeme sind Teil der tatsächlichen Leserschaft
- Nur rund $\frac{1}{3}$ der Leser stammt aus dem Finanzsektor, der Rest sind breitere Stakeholder
- Der „durchschnittliche Leser“ ist heute hybrid: Mensch und Maschine

Der Geschäftsbericht muss als **Datenschnittstelle** für den hybriden Leser verstanden werden.

Der Geschäftsbericht bleibt nur zentral, wenn er technisch zugänglich ist

KI trifft digitale Geschäftsberichte

KI-Systeme stützen sich stark auf originäre Unternehmensquellen – aber nicht jeder Bericht ist gleich zugänglich.

59%

der Verweise von ChatGPT
auf börsennotierte
Unternehmen
sind Geschäftsberichte

3 x

häufiger werden HTML-
Berichte
von KI-Systemen zitiert
als PDF-Berichte

2,7 x

mehr externe Quellen
werden herangezogen,
wenn KI-Antworten
auf PDF-Berichten beruhen

Wo Informationen nicht digital zugänglich sind, werden stattdessen Drittquellen genutzt – samt deren Interpretationen und Fehlern.

Bessere Kapitalmarkt-Kommunikation – günstigeres Kapital

The Price of Transparency – Integrated Disclosure and the Cost of Capital

10



Jahre Investor Darling Daten

1.520



Firmenjahre im Panel

232



Unternehmen mit deutscher Notierung



Mehr Transparenz

Höhere Qualität und Integration der Berichte

Effekt?



Niedrigere Kapitalkosten

Eigen- und Fremdkapital werden günstiger

05

Key Take Aways

Key Take Aways - Bewertung unserer Hypothesen

H1

Der **MDAX holt auf** – der **SDAX verliert den Anschluss**. In den Top-Platzierungen rücken zunehmend MDAX-Unternehmen nach vorn.

H2

Nachhaltigkeit ist vielfach Teil der **Unternehmenssteuerung**, obwohl der regulatorische Druck sinkt. Belastbare Nachweise wie Zielverifizierung und Vergütungskopplung sind indes nicht die Regel.

H3

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

INVESTORS' DARLING 2026

PREISVERLEIHUNG

FRANKFURT A.M., 17. SEPTEMBER 2026



HHL

LEIPZIG
GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT