



# Die Zukunft der Investor Relations

## Finanzkommunikation im Wandel

**Sehr geehrte Unternehmerin,  
sehr geehrter Unternehmer,**

nicht zuletzt hat COVID-19 die IR-Organisation und Investorenansprache vor große Herausforderungen gestellt. Etablierte Formate mussten neu gestaltet und der Situation angepasst werden. Digitale Roadshows, Videokonferenzen und virtuelle Hauptversammlungen bestimmen seither das Bild in der Finanzkommunikation.

Wie verändern sich die Interaktion und die Kommunikation mit Investoren? Wie können digitale Formate in der Kommunikation mit Investoren zukünftig bestmöglich genutzt werden, um Vertrauen aufzubauen und Investoren zu erreichen? Was sind die erwarteten Veränderungen in der IR-Organisation und in der Finanzkommunikation?

Dazu haben wir für Sie die wichtigsten Ergebnisse unserer aktuellen, gemeinsam mit dem DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e. V. erstellten Studie zusammengefasst. Sie gibt Ihnen einmalige Einblicke in die Erfahrungswerte der IR-Verantwortlichen. So können Sie Ihren Börsengang besser vorbereiten oder die Ergebnisse als Basis für eine Verbesserung Ihres bereits bestehenden Zugangs zum Kapitalmarkt nutzen.

Wir freuen uns darauf, Sie persönlich kennenzulernen und gemeinsam Ihre ersten Überlegungen zu vertiefen.

Ihr EY-Team

# Einblicke in die Zukunft der Investor Relations

---

COVID-19 hat an die Finanzkommunikation der Unternehmen neue Anforderungen gestellt. Zahlreiche Veranstaltungen wie z. B. Roadshows und Konferenzen wurden von heute auf morgen in den virtuellen Raum verlegt. Hauptversammlungen können seither virtuell abgehalten werden. Auf persönliche Treffen und Geschäftsreisen wird weitestgehend verzichtet. Viele IR-Aufgaben können aus dem Homeoffice erledigt werden. Werden sich diese Veränderungsprozesse in der IR dauerhaft fortsetzen? Wie sehen die IR-Aufgaben und die IR-Organisation in der Zukunft aus? Wie verändert die Digitalisierung die Kommunikation mit Investoren und welche neuen IR-Formate und -Tools werden nachhaltig das Bild in der IR prägen?

Diese Marktstudie beschäftigt sich mit Fragen und Einblicken rund um die Zukunft der IR aus Sicht derer, die operativ in täglichem Kontakt mit Investoren stehen - der Führungskräfte im Bereich IR in gelisteten Unternehmen im DACH-Raum. Sie gibt einen ganzheitlichen Überblick über die zukünftigen Veränderungen und deren Einfluss auf die Finanzkommunikation und die IR-Praxis und zeigt den Wandel in der IR auf.

Die Studie basiert auf einer von DIRK und EY durchgeführten Befragung<sup>1</sup> von 130 Unternehmen aus der DACH-Region. Davon sind 68 Prozent in Deutschland, 11 Prozent in Österreich und 21 Prozent in der Schweiz börsennotiert. Rund 49 Prozent der befragten IR-Verantwortlichen der Unternehmen sind in den großen Auswahlindizes in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten.



Die Ergebnisse der Studie geben damit einen praxisnahen Einblick in die Zukunft der IR und den Wandel in der Finanzkommunikation. Sie können als Benchmark dienen für

- ▶ Unternehmen, die sich auf den Börsengang vorbereiten und sich über die Zukunft der IR und der Finanzkommunikation informieren wollen, und für
- ▶ Vorstände, Aufsichts-, Verwaltungs- und Beiräte sowie IR-Verantwortliche bereits gelisteter Unternehmen als Ausgangspunkt und Maßstab für die eigene IR und Finanzkommunikation.

---

<sup>1</sup> Studie: DIRK und EY, Die Zukunft der Investor Relations, 2021

# Inhalt

---

	<b>Seite</b>
<b>1</b> <b>Veränderungen in der IR-Funktion</b>	
▶ IR-Ziele der Zukunft	4
▶ Purpose und Capital Market Story	6
<b>2</b> <b>Virtuelle Formate in der zukünftigen IR</b>	
▶ Digitale IR: schneller, besser, weiter	8
▶ Knigge in der digitalen Investorenkommunikation	12
<b>3</b> <b>Virtuelle Hauptversammlung in der IR-Praxis</b>	
▶ Best-Practice-Erfahrungen	18
<b>4</b> <b>Kommunikation von zukunftsbezogenen Informationen</b>	
▶ Best Practice zur Prognoseberichterstattung und Analyst Guidance	20
▶ Finanzielle und nichtfinanzielle Informationen im Prognosebericht	22
<b>5</b> <b>Nichtfinanzielle Informationen in der IR-Kommunikation</b>	
▶ Nichtfinanzielle Erklärung und EU-Taxonomie	24
<b>6</b> <b>Budgetpositionen in der IR</b>	
▶ Best Practice zum IR-Budget	26
▶ Zukünftige Einsparpotenziale	28
<b>7</b> <b>Chance für eine bessere IR</b>	30
EY-Services in der Finanzkommunikation	32
Abkürzungsverzeichnis	35

# Veränderungen in der IR-Funktion

## IR-Ziele der Zukunft

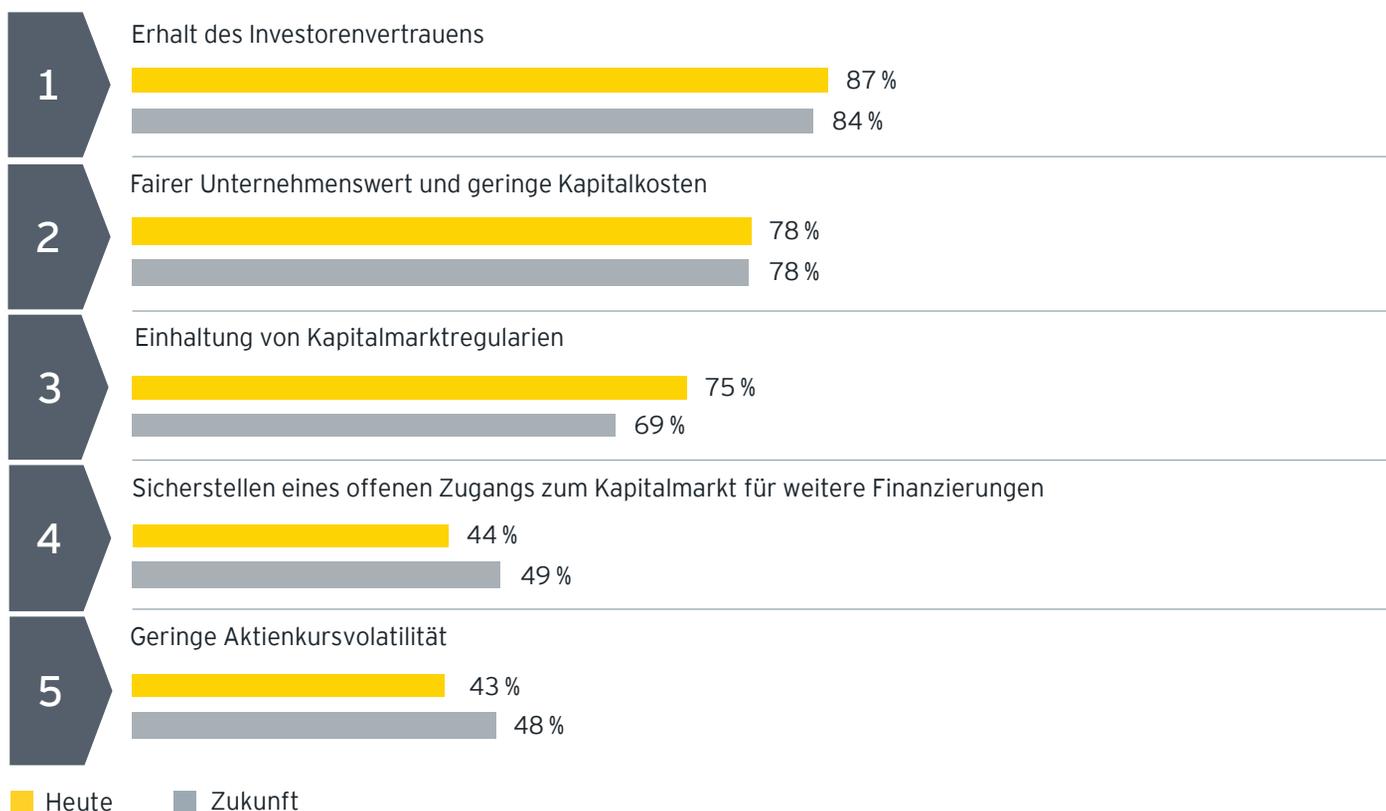
### IR-Ziele: Das Sicherstellen eines offenen Zugangs zum Kapitalmarkt und eine geringe Aktienkursvolatilität werden in Zukunft wichtiger

Die Corona-Pandemie hat auch an die Finanzkommunikation neue Anforderungen gestellt. Die Unkalkulierbarkeit der Entwicklungen und ihrer Auswirkungen sorgte an den Kapitalmärkten für hohe Unsicherheiten. Gerade in Pandemiezeiten wird die Finanzkommunikation zu einem Teil der unternehmerischen Krisenkommunikation und damit zu einem kritischen Erfolgsfaktor am Kapitalmarkt. In solch schwierigen Zeiten am Kapitalmarkt muss intensive IR-Arbeit betrieben werden, um die IR-Ziele weiterhin zu erreichen. Die Erfahrungen aus der Krise zeigen sich dabei in der veränderten Gewichtung der Ziele. Dabei wird deutlich, dass sich, ver-

glichen mit einer Befragung aus dem Jahr 2018,<sup>2</sup> die Top-5-IR-Ziele durch die Pandemie nicht verändert haben: Nach wie vor nennen die IR-Officer an erster Stelle den Erhalt des Investorenvertrauens, an zweiter Stelle die Erzielung eines fairen Unternehmenswerts bzw. geringer Kapitalkosten und an dritter Stelle die Einhaltung der Kapitalmarktregularien. Wichtiger werden in Zukunft allerdings das Sicherstellen eines offenen Zugangs zum Kapitalmarkt für weitere Finanzierungen, das jetzt an vierter Stelle steht, und eine geringe Aktienkursvolatilität, die an fünfter Stelle rangiert.

**Abbildung 1: IR-Ziele heute und in Zukunft**

Was sind Ihre IR-Ziele heute und in Zukunft?  
(Mehrfachantworten möglich)



n = 126

<sup>2</sup> Studie: DIRK und EY, Digitalisierung in der Investor-Relations-Praxis, 2018



# Veränderungen in der IR-Funktion

## Purpose und Capital Market Story

---

### Purpose und Nachhaltigkeit werden in der Kommunikation der Capital Market Story immer wichtiger

Nach Angaben der IR-Verantwortlichen werden in Zukunft der Bezug zu gesellschaftlichen Trends und zur Transformation der Arbeitswelt bzw. Gesellschaft, die ganzheitliche Kommunikation finanzieller und nichtfinanzieller Leistungsindikatoren und die ESG- (Environmental, Social and Governance) und Nachhaltigkeitsthemen bei der Capital

Market Story und in der IR-Kommunikation eine größere Rolle spielen. Außerdem geben die Befragten an, dass der Purpose bereits Teil der Unternehmensstrategie sei und damit Einfluss auf die Capital Market Story und die Kapitalmarkt-kommunikation habe.

#### Abbildung 2: Veränderung der Capital Market Story und der IR-Kommunikation durch den „Purpose“ und die gesellschaftlichen Erwartungen

Wie werden sich die Capital Market Story und die Ausrichtung in der IR-Kommunikation durch den „Purpose“ und die gesellschaftlichen Erwartungen nachhaltig verändern?  
(Offene Frage)



Die Größe der Blasen entspricht der Anzahl der Nennungen

## IR-Funktion wird mehrheitlich noch nicht durch die Interne Revision geprüft

26 Prozent der befragten IR-Officer geben an, dass die IR-Funktion im Bereich der Compliance der Disclosure-Prozesse durch die Interne Revision geprüft werde. Bei 23 Prozent erfolgt bisher keine Prüfung, dies ist aber in Überlegung. Eine Mehrheit von 51 Prozent der IR-Befragten gibt hingegen an, dass ihre IR-Funktion nicht durch die

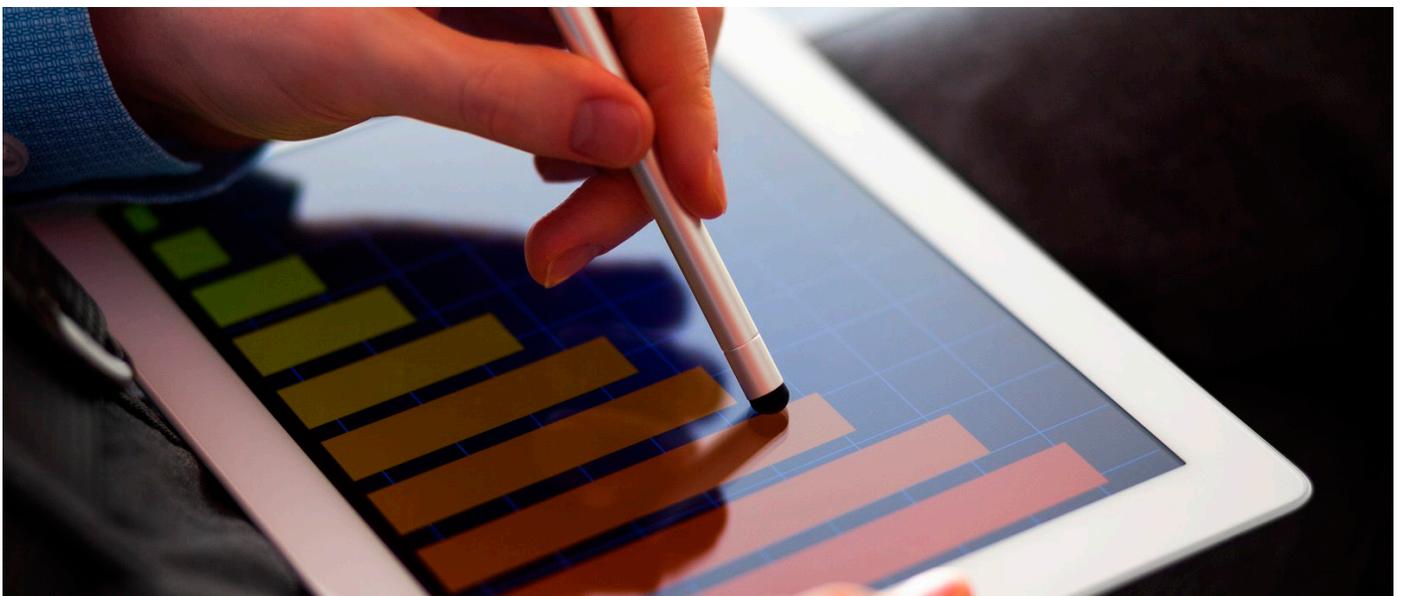
Interne Revision geprüft werde. Generell scheint aber die Größe der Unternehmen eine entscheidende Rolle bei der Überprüfung zu spielen: Je größer die Unternehmen sind, desto eher wird die IR-Funktion durch die Interne Revision überprüft.

### Abbildung 3: Prüfung durch Interne Revision der IR-Funktion im Bereich der Compliance der Disclosure-Prozesse

Wird Ihre IR-Funktion im Bereich der Compliance der Disclosure-Prozesse durch die Interne Revision geprüft?



n = 126



# Virtuelle Formate in der zukünftigen IR

## Digitale IR: schneller, besser, weiter

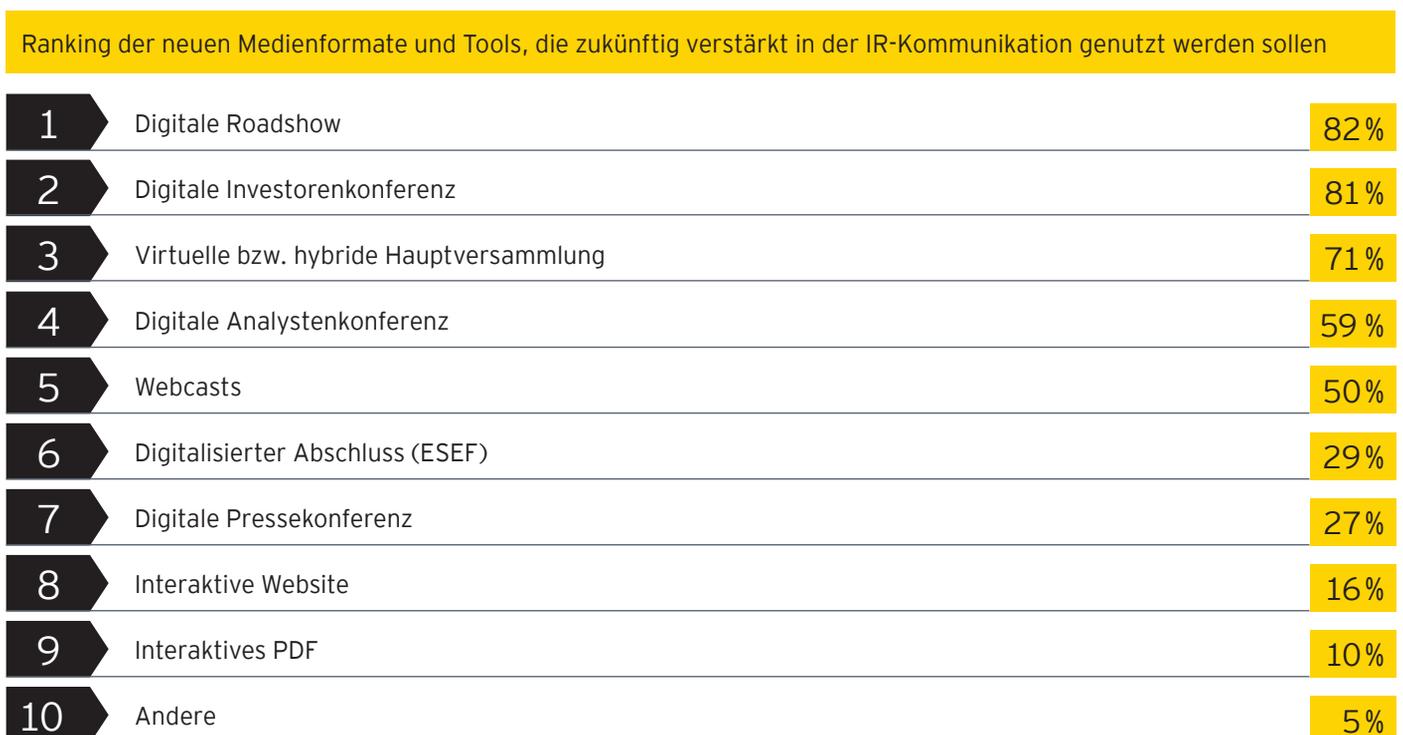
### Roadshows und Investorenkonferenzen werden zukünftig vermehrt digital stattfinden

Das Thema Digitalisierung hat für die IR durch die Corona-Pandemie stark an Bedeutung gewonnen. Die IR musste schnell auf die pandemiebedingten Veränderungen im Kapitalmarkt reagieren. Zahlreiche Unternehmen waren von heute auf morgen gezwungen, ihre IR-Aktivitäten in den virtuellen Raum zu verlagern. Etablierte IR-Formate mussten neu gedacht, organisiert und der Situation angepasst werden. So wurden virtuelle IR-Events und Meetings wie z. B. die digitale Roadshow, Videokonferenzen in der Kommunikation mit Investoren und Analysten, die virtuelle Hauptversammlung und die digitale Zusammenarbeit innerhalb der IR zum neuen IR-Alltag. Die neu geschaffenen digitalen Formate und Tools sind bei vielen Unternehmen

inzwischen Standard und werden in Zukunft immer stärker in der IR-Kommunikation und im IR-Alltag zum Einsatz kommen. So soll nach Ansicht der IR-Verantwortlichen an erster Stelle vor allem die Roadshow zukünftig digital stattfinden und verstärkt in der IR-Kommunikation genutzt werden, insbesondere bei DAX- und SDAX-Unternehmen. An zweiter Stelle sehen die IR-Verantwortlichen die digitale Investorenkonferenz und an dritter Stelle die virtuelle bzw. hybride Hauptversammlung, die vor allem bei SDAX-Unternehmen zukünftig verstärkt als neues Medienformat und Tool in der IR-Kommunikation genutzt werden soll. 50 Prozent der IR-Verantwortlichen sehen zudem Webcasts in Zukunft verstärkt im Einsatz in der IR-Kommunikation.

#### Abbildung 4: Zukünftige Medienformate und Tools in der IR-Kommunikation

Welche neuen Medienformate und Tools sollen zukünftig verstärkt in der IR-Kommunikation genutzt werden? (Mehrfachantworten möglich)



n = 129

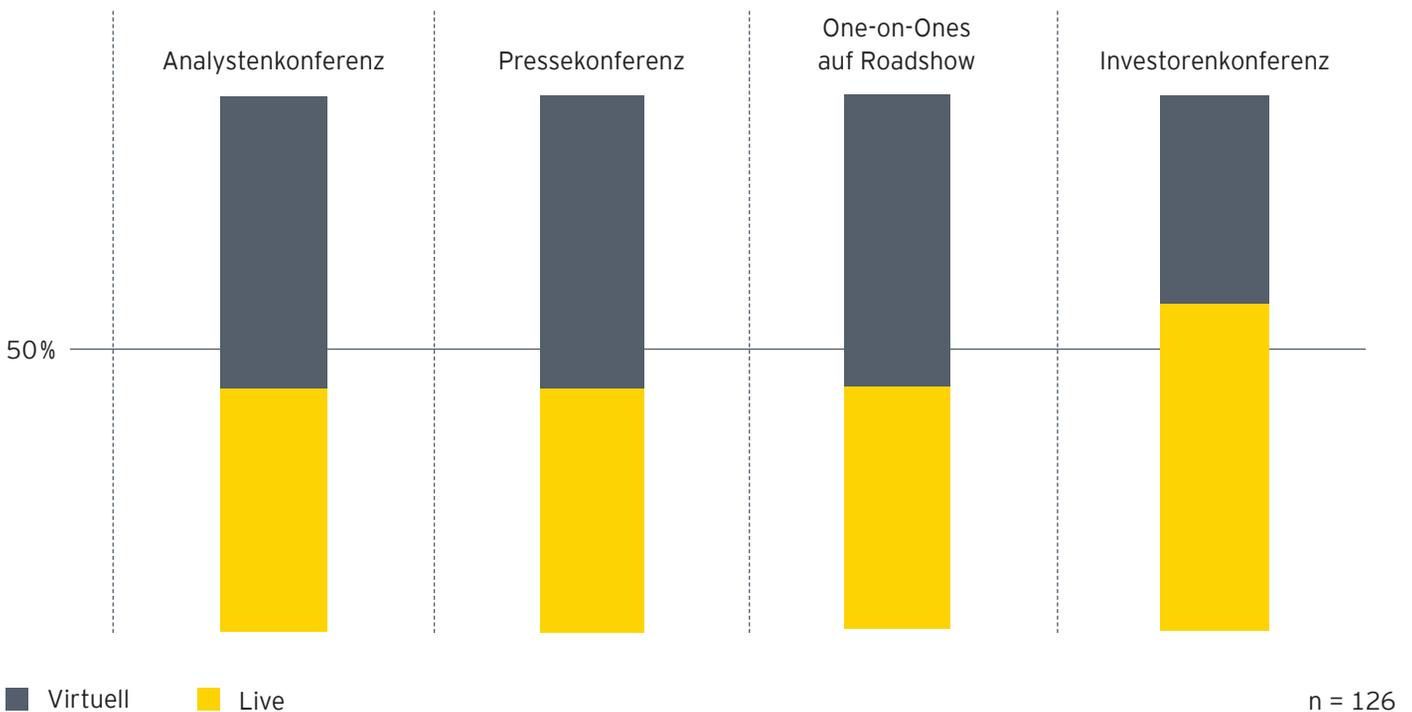
## Virtuelle Formate sind zukünftig fester Bestandteil der IR

Virtuelle Formate werden den Alltag in der IR in Zukunft prägen, denn die IR-Officer planen, die traditionellen Formate weiterhin überwiegend virtuell, aber auch in persönlichen Meetings zu nutzen. Bei der zukünftigen Verteilung der IR-Kontaktformate zeigt sich, dass nach Ansicht der IR-Officer

die virtuellen Kontaktformate in Zukunft bei den Analystenkonferenzen, den One-on-Ones und bei den Pressekonferenzen etwas überwiegen. Live-Kontaktformate überwiegen hingegen bei den Investorenkonferenzen.

### Abbildung 5: Zukünftige prozentuale Verteilung der IR-Kontaktformate

Wie ist die zukünftige prozentuale Verteilung der IR-Kontaktformate (virtuell und live)?



# Virtuelle Formate in der zukünftigen IR

## Digitale IR: schneller, besser, weiter

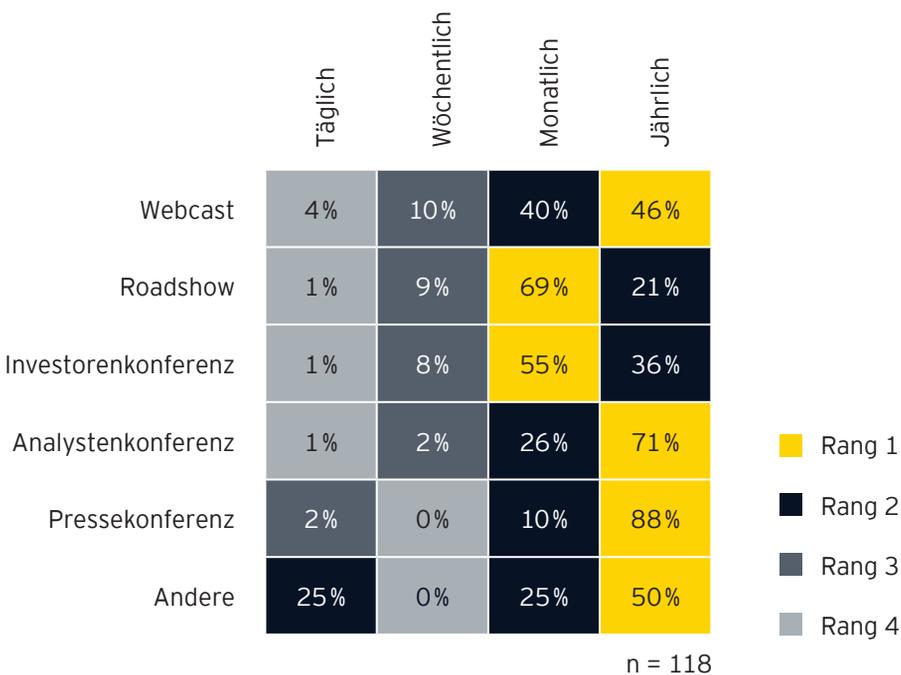
### Virtuelle Kontaktformate werden zukünftig vorrangig monatlich und jährlich genutzt

Die virtuellen Kontaktformate werden nach Ansicht der IR-Befragten zukünftig vorrangig monatlich und jährlich genutzt werden. Die Mehrheit der Befragten gibt an, die virtuelle Roadshow und die Investorenkonferenz monatlich nutzen zu wollen. Insbesondere Nicht-Indexunternehmen und Unternehmen aus dem SMI und dem SLI wollen diese Kontaktformate jedoch jährlich nutzen.

Die Analystenkonferenz, die Pressekonferenz und andere Formate (wozu nach Ansicht der IR-Befragten insbesondere die Hauptversammlung und der Capital Markets Day zählen) sollen hingegen eher jährlich genutzt werden. Auch Webcasts sollen zukünftig jährlich stattfinden, Unternehmen aus dem DAX, dem SDAX und dem SMI wollen sie hingegen eher monatlich nutzen.

#### Abbildung 6: Zukünftige Zyklen der virtuellen Kontaktformate

In welchen Zyklen werden zukünftig virtuelle Kontaktformate stattfinden?



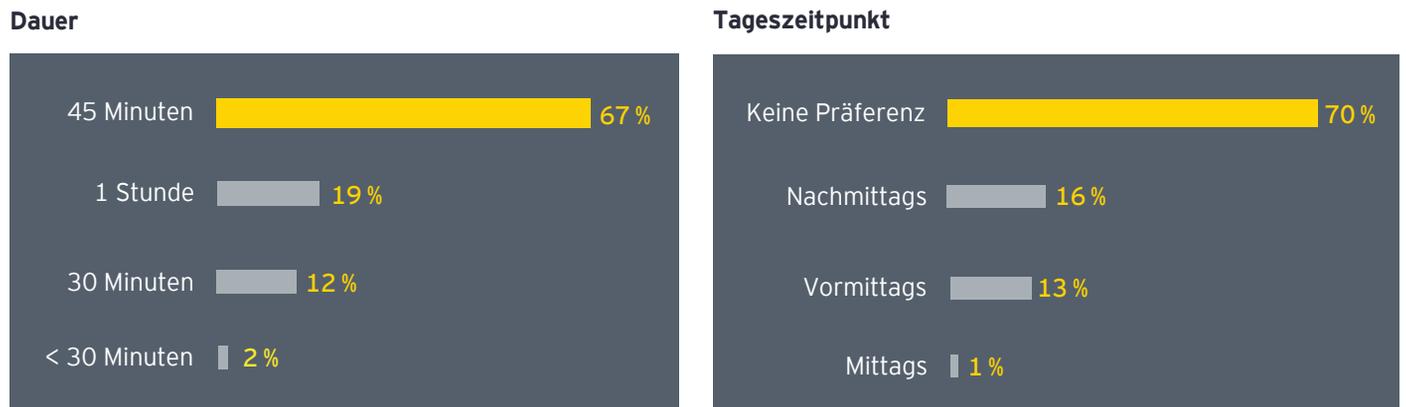
## 45 Minuten ist die geeignete Dauer für ein virtuelles Meeting in der IR; keine Präferenz beim Tageszeitpunkt

Für 67 Prozent der IR-Befragten dauert ein virtuelles Meeting in der IR am besten 45 Minuten, für ca. 20 Prozent der Befragten auch eine Stunde.

Die Mehrheit der IR-Befragten präferiert keinen besonderen Tageszeitpunkt für ein virtuelles Meeting in der IR.

### Abbildung 7: Geeignete Dauer und Tageszeitpunkt für virtuelle Meetings in der IR

Welche Dauer und welcher Tageszeitpunkt eignen sich für ein virtuelles Meeting in der IR am besten?



n = 128



# Virtuelle Formate in der zukünftigen IR

## Knigge in der digitalen Investorenkommunikation

### Virtuelle Formate: Einsparung von Reisekosten und -zeit sind Vorteile; fehlender persönlicher Kontakt ist ein Nachteil

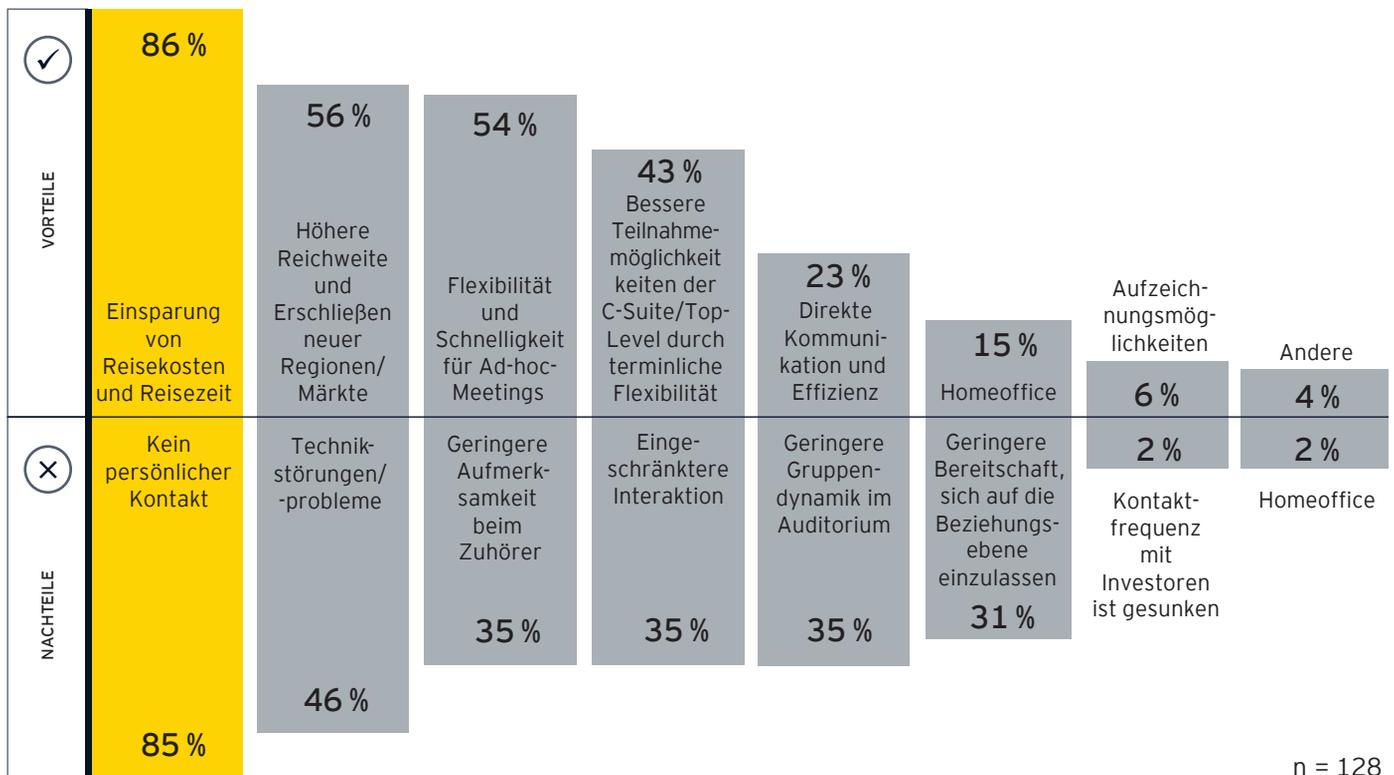
Die virtuellen Formate, die seit Beginn der Corona-Pandemie verstärkt in der IR-Kommunikation genutzt werden, haben Vor- und Nachteile. Den größten Vorteil virtueller Formate sehen die IR-Verantwortlichen in der Einsparung von Reisekosten und -zeit. IR-Geschäftsreisen werden in Zukunft vermutlich in deutlich reduzierter Form stattfinden. Weitere Vorteile werden in den höheren Reichweiten, im Erschließen neuer Regionen bzw. Märkte sowie in der Flexibilität und Schnelligkeit für Ad-hoc-Meetings mit Investoren und der

besseren Möglichkeit flexibler und schneller Termine mit Vorstand und Investoren gesehen.

Ein wesentlicher Nachteil virtueller Formate liegt nach Ansicht der Befragten vor allem im fehlenden persönlichen Kontakt. Als weitere Nachteile werden von den IR-Verantwortlichen Technikstörungen bzw. -probleme, geringere Aufmerksamkeit beim Zuhörer, eingeschränkte Interaktion und geringere Gruppendynamik im Auditorium genannt.

#### Abbildung 8: Vor- und Nachteile von virtuellen Formaten in der IR

Was sind die Vor- und Nachteile von virtuellen Formaten in der IR?  
(Mehrfachantworten möglich)



## Zum Knigge in virtuellen Formaten zählt vor allem das Einschalten der Kamera

Videomeetings mit Livebildern ersetzen in den vergangenen zwölf Monaten den schon üblichen Webcast. Damit änderten sich auch die Art und die Anforderungen der Kommunikation: weg vom persönlichen, multidimensionalen Erlebnis und Eindruck, hin zu einem zweidimensionalen, digitalen Medium mit neuen Herausforderungen und Erfahrungen mit „Dos and Don'ts“. Zum Knigge in virtuellen Formaten zählen für

die IR-Officer vor allem das Einschalten der Kamera, Maßnahmen zur Steigerung der Interaktivität, z. B. über Live-Umfragen oder Chatfragen, und eine funktionierende Technik. Zu den Don'ts in virtuellen Formaten zählen für die IR-Officer vor allem die fehlende Aufmerksamkeit sowie Passivität und Unpünktlichkeit der Teilnehmer.

### Abbildung 9: Dos and Don'ts in virtuellen Formaten

Bitte nennen Sie die Top-3-„Dos and Don'ts“ in virtuellen Formaten.  
(Offene Frage)



# Virtuelle Formate in der zukünftigen IR

## Knigge in der digitalen Investorenkommunikation

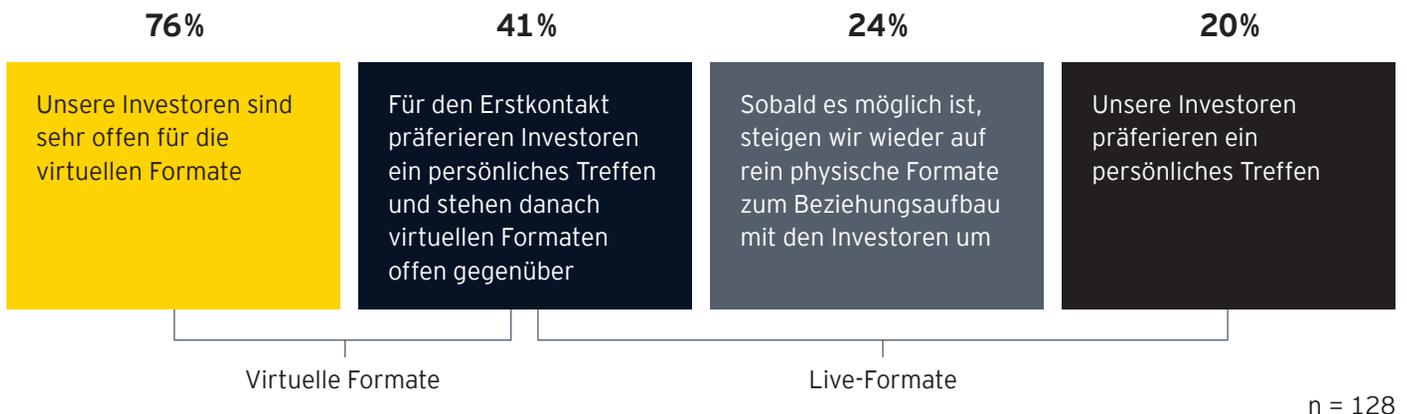
### Hohe Akzeptanz der Investoren für virtuelle Formate

Ob sich zukünftig virtuelle Formate und digitale Kommunikationskanäle in der Finanzkommunikation und im IR-Alltag durchsetzen, hängt auch von der Akzeptanz der Investoren ab. Die Mehrheit der IR-Befragten gibt an, dass die Investoren den virtuellen Formaten sehr offen gegenüberstehen, wohingegen 41 Prozent angeben, dass die Investoren für

den Erstkontakt ein persönliches Treffen präferieren und erst danach virtuelle Formate gutheißen. Knapp ein Viertel möchte wieder auf rein physische Formate zum Beziehungsaufbau umsteigen, sobald dies möglich ist, und ein Fünftel der IR-Befragten gibt an, dass die Investoren ein persönliches Treffen bevorzugen.

**Abbildung 10: Offenheit der Investoren für virtuelle Formate**

Wie offen sind Investoren für virtuelle Formate?  
(Mehrfachantworten möglich)



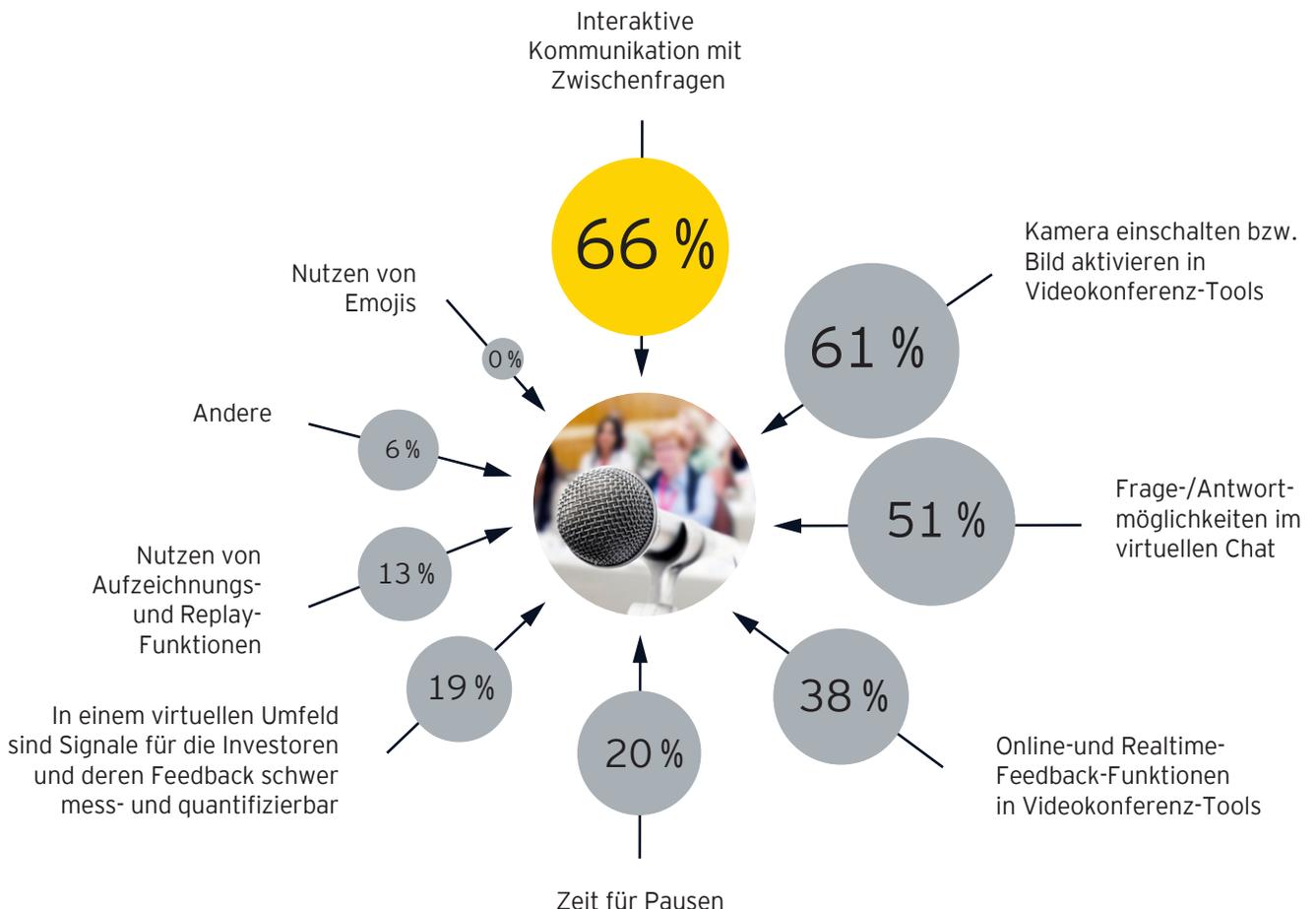
## Interaktivität und das Einschalten der Kamera erhöhen die Aufmerksamkeit in virtuellen Formaten

Wie aus Abbildung 8 ersichtlich, empfinden 35 Prozent der IR-Befragten die geringe Aufmerksamkeit beim Zuhörer als Nachteil virtueller Formate. Um die Aufmerksamkeit im Rahmen digitaler Veranstaltungen und Konferenzen hoch zu halten, ist für 66 Prozent der IR-Verantwortlichen daher eine interaktive Kommunikation mit Zwischenfragen entscheidend. Für knapp 61 Prozent sind das Aktivieren der Live-

Kamera bzw. des Bildes in Videokonferenz-Tools und für 51 Prozent eine Frage-/Antwortmöglichkeit im virtuellen Chat wichtige Faktoren, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer hoch zu halten. Als nützlich werden außerdem Online- und Realtime-Feedback-Funktionen und Zeit für Pausen gesehen.

### Abbildung 11: Aufmerksamkeit im Rahmen digitaler Veranstaltungen und Konferenzen

Wie kann man die Aufmerksamkeit der Zuhörer im Rahmen digitaler Veranstaltungen und Konferenzen hoch halten? (Mehrfachantworten möglich)



n = 128

# Virtuelle Formate in der zukünftigen IR

## Knigge in der digitalen Investorenkommunikation

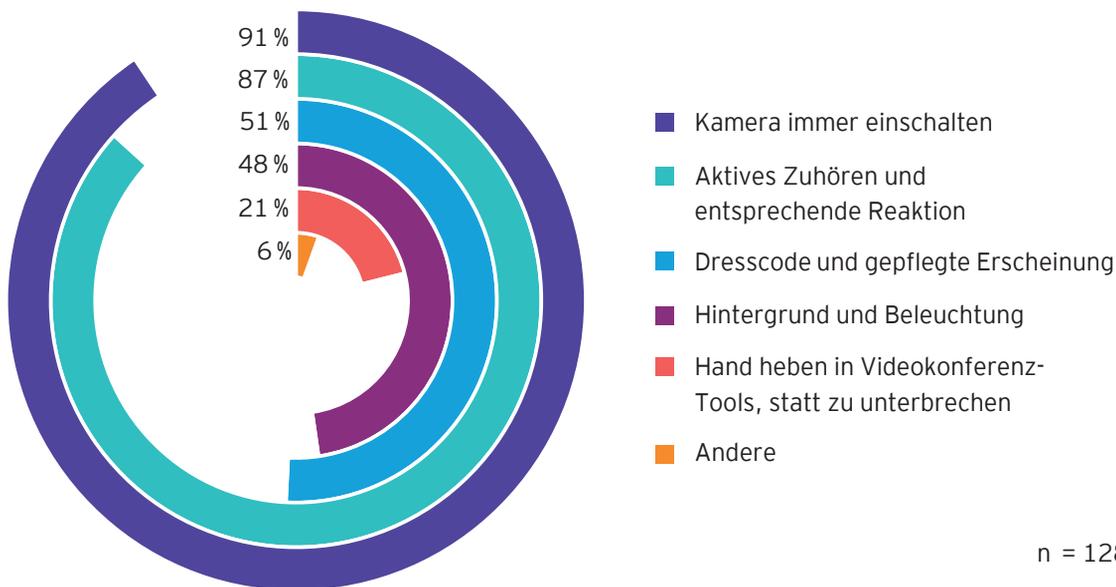
### Präsenz und aktives Zuhören baut Vertrauen bei Investoren auf

Die Digitalisierung wird auch in der IR der wesentliche Trend in den kommenden Jahren bleiben. Die Kommunikation mit Investoren wird in Zukunft vermehrt virtuell stattfinden. Eine wesentliche Herausforderung wird es daher sein, Beziehungen zu Investoren in einer zunehmend virtuellen Welt zu pflegen und Vertrauen aufzubauen, denn ein virtuelles Meeting kann nicht in gleichem Maße Vertrauen schaffen wie ein persönliches Treffen. So ist bildliche Präsenz

durch das Einschalten der Kamera nach Angaben der IR-Officer die geeignetste Maßnahme, um im Rahmen von virtuellen Formaten Investorenvertrauen aufzubauen, gefolgt vom aktiven Zuhören und entsprechenden Reaktionen. Für 51 Prozent spielt zudem der professionelle Dresscode und eine gepflegte Erscheinung und für 48 Prozent der Hintergrund und die Beleuchtung eine entscheidende Rolle.

#### Abbildung 12: Maßnahmen zum Aufbau von Investorenvertrauen in virtuellen Formaten

Wie kann Investorenvertrauen in einem virtuellen Umfeld am besten aufgebaut werden?  
(Mehrfachantworten möglich)





# Virtuelle Hauptversammlung in der IR-Praxis

## Best-Practice-Erfahrungen

### Virtuelle Hauptversammlung wird überwiegend positiv aufgenommen

Die im Jahr 2020 in Kraft getretene COVID-19-Notfallgesetzgebung eröffnete erstmals die Möglichkeit, Hauptversammlungen als rein virtuelle Zusammenkünfte ohne physische Präsenz der Aktionäre durchzuführen. Zahlreiche Unternehmen stellten daher von physischen auf rein virtuelle Hauptversammlungen um. Dabei zeigen erste Erfahrungen, dass die virtuellen Hauptversammlungen Vor- und Nachteile gegenüber der Präsenzveranstaltung mit sich bringen.

Die Mehrheit der IR-Befragten sieht als erste positive Erfahrung mit der virtuellen Hauptversammlung insbesondere die Einsparung von Kosten, denn gerade die Hauptversammlung ist ein hoher Posten im IR-Gesamtbudget. Anders als bei einer Präsenz-Hauptversammlung

entfallen bei einer rein virtuellen Hauptversammlung nämlich z. B. die Kosten für die Raummiete, das Catering und Reisekosten. Weitere positive Erfahrungen werden von den IR-Verantwortlichen im geringeren Eskalationspotenzial und in stark reduziertem Organisationsaufwand gesehen. Durch das virtuelle Hauptversammlungsformat können auch Anleger eingebunden werden, die beispielsweise aus zeitlichen Gründen oder aufgrund der Entfernung zum Versammlungsort normalerweise nicht teilnehmen würden, und es können insbesondere auch ausländische Investoren erreicht werden. Circa ein Fünftel der befragten IR-Verantwortlichen sieht daher die höhere Aktionärspräsenz als eine weitere positive Erfahrung mit der virtuellen Hauptversammlung.

#### Abbildung 13: Positive und negative Erfahrungen mit der virtuellen Hauptversammlung

Was sind Ihre ersten positiven und negativen Erfahrungen mit der virtuellen Hauptversammlung?  
(Mehrfachantworten möglich)

Positive Erfahrungen		Negative Erfahrungen	
Kosteneinsparungen	68%	Keine negativen Erfahrungen	42%
Weniger Eskalationspotenzial	59%	Aktionäre können sich weniger stark einbringen	38%
Geringerer Organisationsaufwand	58%	Technische Herausforderungen bei der Implementierung	29%
Direkte Auswertung der Wahlergebnisse	27%	Weniger Tiefgang bei Aktionärsfragen	16%
Erhöhte Aktionärspräsenz	21%	Häufigere Aktionärsbeschwerden	11%
Andere	8%	Andere	8%
Keine positiven Erfahrungen	6%	Technische Probleme (z. B. Bild- oder Tonübertragung)	7%

n = 117

Neben diesen ersten positiven Erfahrungen haben die IR-Verantwortlichen aber auch negative Erfahrungen mit der Umstellung auf das rein virtuelle Hauptversammlungsformat gemacht. So führt die Durchführung der virtuellen Hauptversammlung zu Modifikationen in der Ausübung der Aktionärsrechte. Ein eingeschränkteres Anfechtungsrecht, Fragen, die im Vorfeld innerhalb einer gewissen Frist an das Unternehmen zu stellen sind, und der Umgang mit Anträgen oder Wahlvorschlägen in der virtuellen Hauptversammlung werden häufig als Einschränkungen der Aktionärsrechte gegenüber der Präsenzveranstaltung gesehen. Zudem geht ein wesentlicher Teil der Hauptversammlung, nämlich die Diskussion, beim virtuellen Format verloren.

Aktionäre können mit dem Vorstand bzw. dem Aufsichtsrat nur schwer in einen Dialog treten. Einen wesentlichen Nachteil sehen die IR-Officer daher darin, dass sich die Aktionäre weniger stark einbringen können.

Auch die technischen Herausforderungen bei der Implementierung (was wohl gerade für kleinere Unternehmen ohne entsprechende IT-Abteilungen mit Unsicherheiten und hohen Kosten verbunden sein dürfte) werden von den IR-Verantwortlichen als negative Erfahrungen genannt. Allerdings geben 42 Prozent der IR-Officer auch an, bisher keine negativen Erfahrungen mit der virtuellen Hauptversammlung gemacht zu haben.

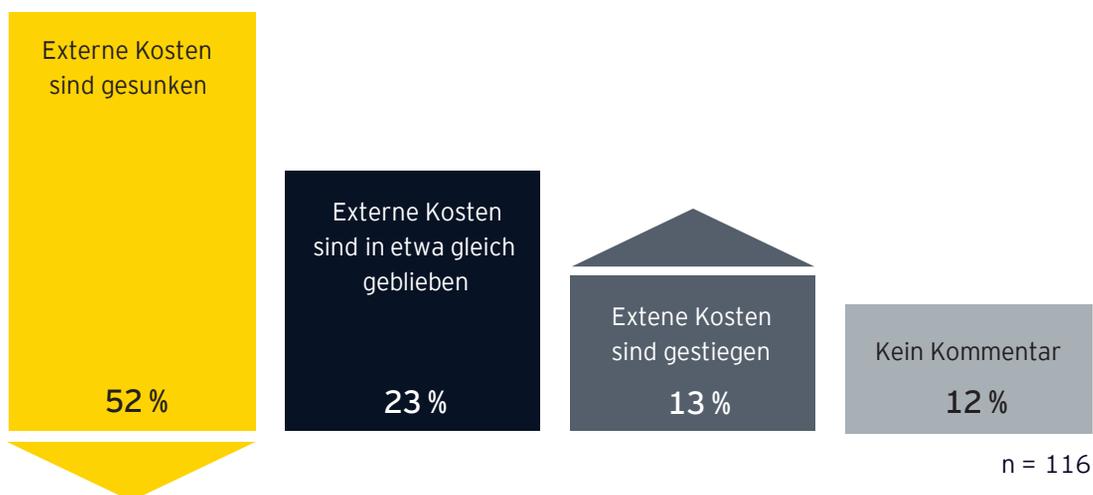
## Externe Kosten der virtuellen Hauptversammlung sind mehrheitlich gesunken

Wie aus Abbildung 13 ersichtlich, sieht die Mehrheit der IR-Officer erste positive Erfahrungen mit der virtuellen Hauptversammlung darin, dass Kosten eingespart werden können, beispielsweise für externe Dienstleister. Konkret nach der Veränderung der Kosten gefragt, geben über

50 Prozent der Befragten an, dass die externen Kosten bei der virtuellen Hauptversammlung gesunken seien. Für knapp ein Viertel der IR-Officer sind die externen Kosten hingegen gleich geblieben. Für 13 Prozent sind sie sogar gestiegen.

### Abbildung 14: Externe Kosten der virtuellen Hauptversammlung

Wie haben sich Ihre externen Kosten im Zusammenhang mit der virtuellen Hauptversammlung verändert?



# Kommunikation von zukunftsbezogenen Informationen

## Best Practice zur Prognoseberichterstattung und Analyst Guidance

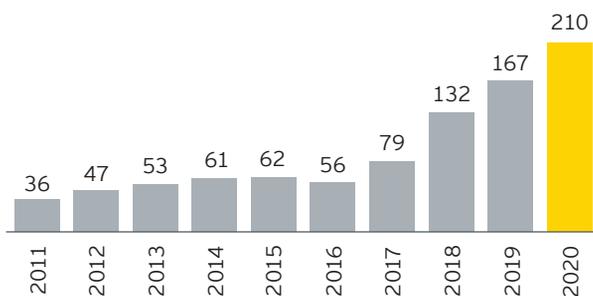
### Prognoseänderungen auf Rekordniveau, Formate und Medien für zukunftsbezogene Informationen und der Prognosehorizont bleiben jedoch gleich

Pandemiebedingt sind die Umsatz- und Gewinnwarnungen von börsennotierten Unternehmen 2020 auf ein Rekordniveau gestiegen. Prognosen haben in rasantem Tempo ihre

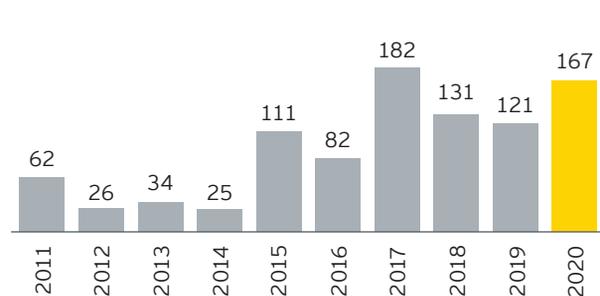
Gültigkeit verloren. Wer kennt die Formulierungen „Unprecedented Times“ oder „New Normal“ nicht? Eine Guidance von Kennzahlen war nur noch schwer möglich.

**Abbildung 15: Prognoseänderungen im Prime All Share<sup>3</sup>**

Gewinn- und/oder Umsatzwarnungen  
im Prime Standard



Gewinn- und/oder Umsatzerwartungen  
im Prime Standard



<sup>3</sup> Prognoseänderungen im Prime All Share 2011-2020, EY, April 2021

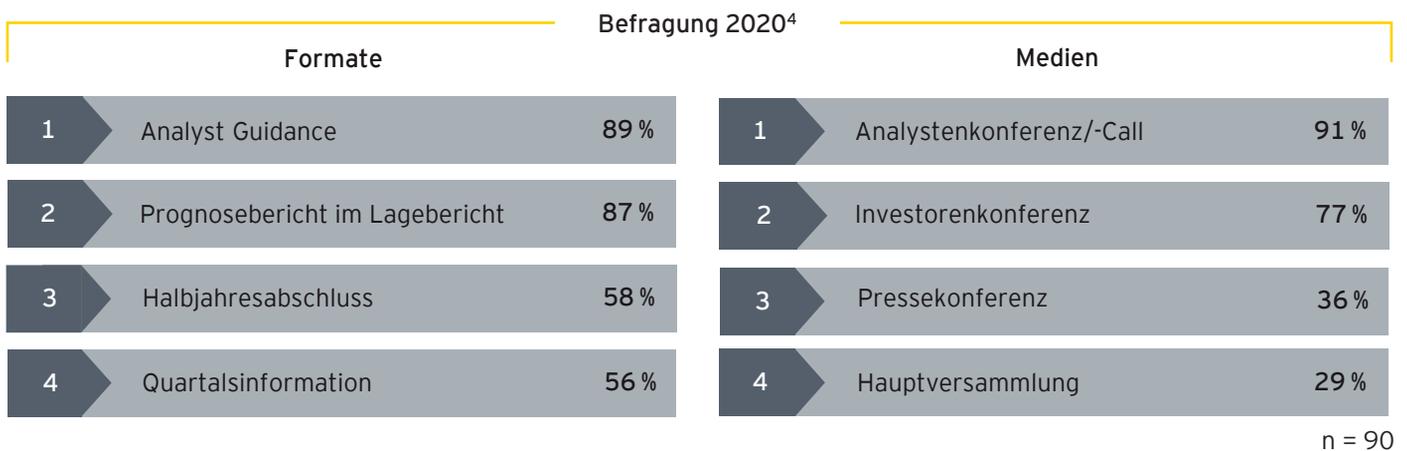
Ca. 80 Prozent der IR-Befragten gaben an, dass zukünftig keine neuen Formate und Medien für die Kommunikation zukunftsbezogener Informationen verwendet sollen. Die Formate und Medien für zukunftsbezogene Informationen, die von den IR-Officern bei einer Befragung aus dem Jahr

2020<sup>4</sup> genannt wurden, können somit nach wie vor herangezogen werden: Die Analyst Guidance bleibt daher das wichtigste Format für die Kommunikation zukunftsbezogener Informationen, die Analystenkonferenz bzw. der Analysten-Call hingegen das meistverwendete Medium.

### Abbildung 16: Zukünftige Formate und Medien für die Kommunikation zukunftsbezogener Informationen

Gibt es zukünftig neue Formate und Medien, die für die Kommunikation zukunftsbezogener Informationen verwendet werden? (Mehrfachantworten möglich)

#### Ca. 80% der Befragten wollen zukünftig keine neuen Formate und Medien für die Kommunikation zukunftsbezogener Informationen nutzen

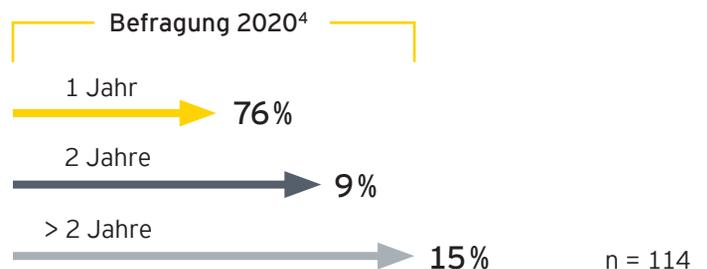


Für den Prognosezeitraum wird i. d. R. ein Horizont von mindestens einem Jahr zugrunde gelegt. Je früher ein Unternehmen dabei seine Prognose für das kommende oder aktuelle Geschäftsjahr bekannt gibt, desto besser können seine Investoren und Analysten die Geschäftsentwicklung einschätzen. Je mehr Zeit allerdings zwischen dem Abschlussstichtag und der Offenlegung des Jahresabschlusses liegt, desto geringer ist i. d. R. der Entscheidungsnutzen der Prognosen für die Adressaten. 88 Prozent der IR-Verantwortlichen wollen in Zukunft keinen anderen Prognosehorizont zugrunde legen. Die Ergebnisse aus einer Befragung aus dem Jahr 2020<sup>4</sup> können somit nach wie vor herangezogen werden: Der Prognosehorizont beträgt nach Ansicht der IR-Officer üblicherweise zwölf Monate.

### Abbildung 17: Zukünftiger Prognosehorizont

Werden Sie zukünftig einen anderen Prognosehorizont zugrunde legen?

#### 88% werden zukünftig keinen anderen Prognosehorizont zugrunde legen



<sup>4</sup> Studie: DIRK und EY, Erwartungsmanagement im Zeitalter volatiler Kapitalmärkte in den Investor Relations, 2020

# Kommunikation von zukunftsbezogenen Informationen

## Finanzielle und nichtfinanzielle Informationen im Prognosebericht

### Bisherige finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren werden bestätigt

Im Prognosebericht werden Erwartungen zu den bedeutendsten finanziellen Leistungsindikatoren angegeben. 79 Prozent der IR-Verantwortlichen gaben auf die entsprechende Frage an, dass sie in Zukunft über keine neuen finanziellen Leistungsindikatoren berichten wollen. Stattdessen bleibt es bei den Top 5 der finanziellen Leistungsindikatoren: Umsatz, Return on Capital Employed (ROCE), EBIT, Dividendenpolitik und EBITDA.

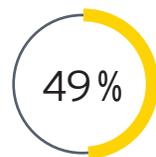
Fast 50 Prozent der IR-Verantwortlichen gaben außerdem an, in Zukunft über keine neuen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren berichten zu wollen. Damit bleiben die Top 5 der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren CO<sub>2</sub>-bezogene Angaben, Energieverbrauch, soziales und gesellschaftliches Engagement sowie Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit.

#### Abbildung 18: Zukünftige finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Werden Sie in Zukunft über neue bedeutsame finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren berichten? (Mehrfachantworten möglich)



79% werden über keine neuen finanziellen Leistungsindikatoren berichten



49% werden über keine neuen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren berichten

#### Die Top 5 der finanziellen Leistungsindikatoren bleiben:

1	Umsatz
2	ROCE
3	EBIT
4	Dividendenpolitik
5	EBITDA

#### Die Top 5 der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren bleiben:

1	CO <sub>2</sub> -bezogene Angaben
2	Energieverbrauch
3	Soziales und gesellschaftliches Engagement
4	Mitarbeiterzufriedenheit
5	Kundenzufriedenheit

n = 114



# Nichtfinanzielle Informationen in der IR-Kommunikation

## Nichtfinanzielle Erklärung und EU-Taxonomie

### Leicht gestiegenes, aber immer noch verhaltenes Interesse an der nichtfinanziellen Erklärung

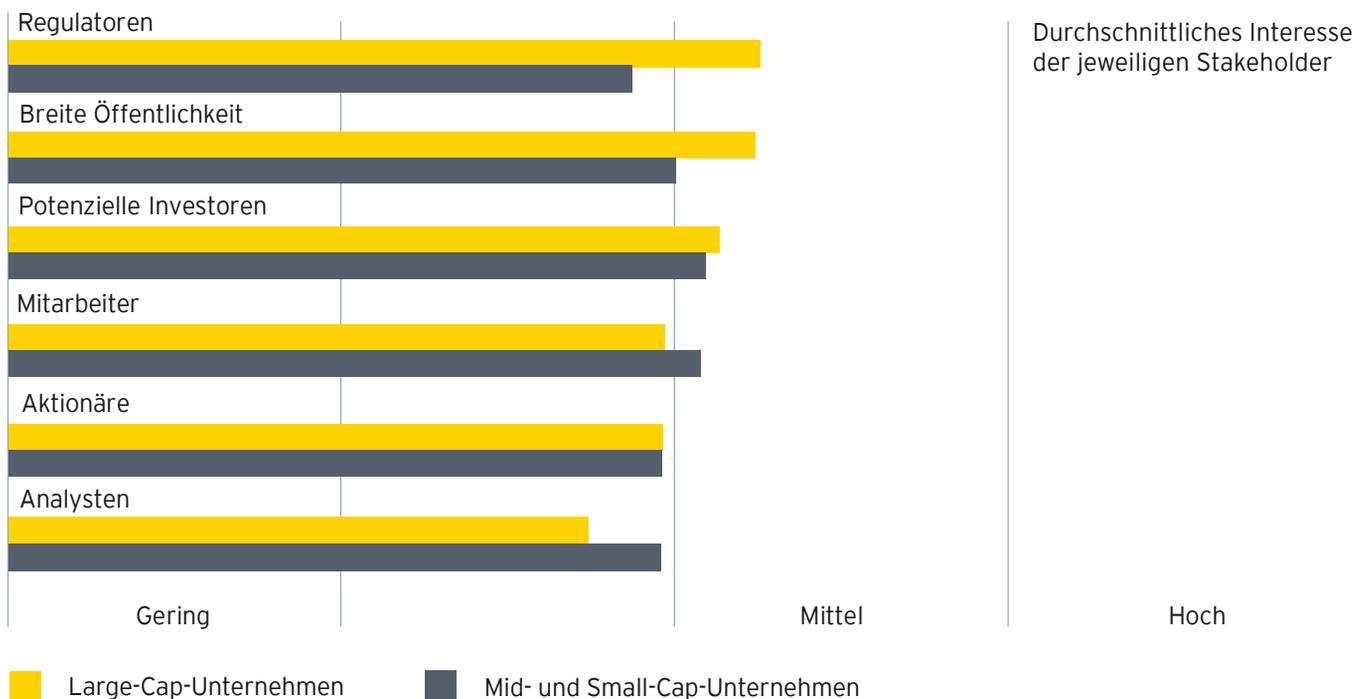
Seit 2017 ist die nichtfinanzielle Erklärung durch die Umsetzung der CSR-Richtlinie Bestandteil der Finanzberichtserstattung für große kapitalmarktorientierte Unternehmen. Nachhaltig ausgelegte Aktivitäten und das Nachhaltigkeitsengagement von Unternehmen werden so transparent nach außen kommuniziert.

Die Ergebnisse der Befragung von IR-Verantwortlichen zeigen, dass das Interesse der IR-Stakeholder an der nichtfinanziellen Erklärung knapp vier Jahre nach der Einführungspflicht

mittelgroß ist und sich seit der Befragung 2019<sup>5</sup> somit leicht erhöht hat. Damals wurde das Interesse der Analysten als besonders gering eingeschätzt. Während potenzielle Investoren 2019 noch das größte Interesse an der nichtfinanziellen Erklärung zeigten, sind es nun die Regulatoren. Grundsätzlich ist, wie in den Vorjahren, das Interesse der IR-Stakeholder an der nichtfinanziellen Erklärung bei Large-Cap-Unternehmen größer als bei Mid- und Small-Cap-Unternehmen.

#### Abbildung 19: Aktuelles Interesse der IR-Stakeholder an der nichtfinanziellen Erklärung

Wie groß ist das aktuelle Interesse der IR-Stakeholder an der nichtfinanziellen Erklärung?



n = 111 (Median)

<sup>5</sup> Studie: DIRK und EY, Kommunikation von Wertsteigerungspotenzialen in den Investor Relations, 2019

---

## Fehlende Standards und Umsetzungsdetails sind größte Herausforderungen bei der Anwendung und Implementierung der EU-Taxonomie

Als Teil des Aktionsplans der EU-Kommission zur Finanzierung von nachhaltigem Wachstum ist im Juni 2020 die EU-Taxonomie-Verordnung in Kraft getreten. Verpflichtend anzuwenden ist sie von Unternehmen, die bereits der CSR-Berichtspflicht unterliegen. Sie müssen künftig offenlegen, wie und in welchem Umfang ihre Tätigkeiten mit als ökologisch nachhaltig einzustufenden, „grünen“ Wirtschaftsaktivitäten verbunden sind. Für Unternehmen bedeutet das, dass sie erstmals ab dem Jahr 2022 (rückwirkend für das Geschäftsjahr 2021) für die Ziele Klimaschutz und Anpassung an den Klimawandel Angaben zum Anteil des Umsatzes und zum Anteil der Investitionsausgaben (CapEx) und/oder der Betriebskosten (OpEx), die im Zusammenhang mit ökologisch nachhaltigen Aktivitäten stehen, machen müssen. In den Folgejahren müssen Angaben zu vier weiteren Umweltzielen

der Taxonomie erfolgen. Dieses einheitliche Klassifizierungssystem soll Investoren als Leitlinie dienen, mit welchen Investitionen ökologisch nachhaltige Wirtschaftstätigkeiten finanziert werden, und so ein „Greenwashing“ verhindern. Finanzströme sollen dadurch gezielter auf „grüne“ wirtschaftliche Aktivitäten gelenkt werden, die im Einklang mit den Klimazielen der EU stehen.

Als eine der größten Herausforderungen bei der Anwendung und Implementierung der EU-Taxonomie zur Nachhaltigkeit nennen die IR-Officer die fehlenden Standards und Umsetzungsdetails. Weitere große Herausforderungen sehen die IR-Befragten in der Bereitstellung der erforderlichen Daten, im zeitlichen Aufwand und in den fehlenden Ressourcen.



# Budgetpositionen in der IR

## Best Practice zum IR-Budget

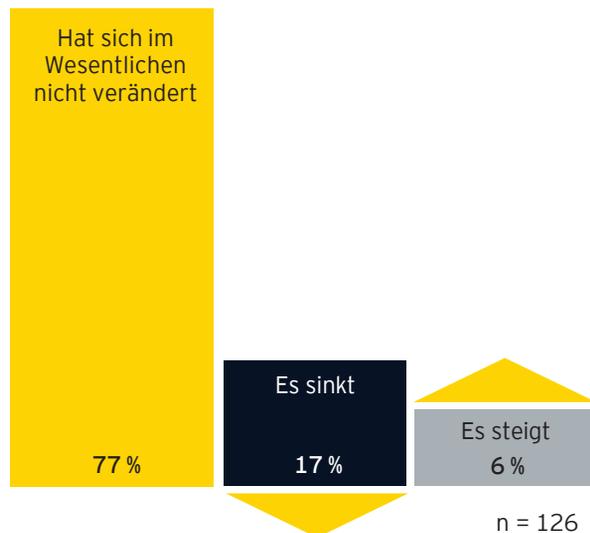
### Höhe des IR-Budgets hat sich im Wesentlichen nicht geändert

Die Corona-Pandemie hat den digitalen Wandel in den Unternehmen beschleunigt. Virtuelle Formate und Tools gewinnen an Bedeutung und sind aus dem IR-Alltag nicht mehr wegzudenken. Das digitale Spektrum, über das Investoren heute erreicht werden können, z. B. im Rahmen von Webcasts oder über Social-Media-Kanäle bis hin zur virtuellen Hauptversammlung, ist breiter geworden.

Dabei gibt eine Mehrheit von 77 Prozent der IR-Befragten an, dass die Digitalisierung und die virtuellen Tools keinen Einfluss auf die Höhe des IR-Budgets haben und das Budget demnach gleich geblieben sei. Für 17 Prozent der Befragten ist das IR-Budget durch die Digitalisierung und virtuelle Tools gesunken, für nur 6 Prozent ist es gestiegen.

#### Abbildung 20: Einfluss auf die Höhe des IR-Budgets durch Digitalisierung und virtuelle Tools

Haben die Digitalisierung und virtuelle Tools Einfluss auf die Höhe des IR-Budgets?

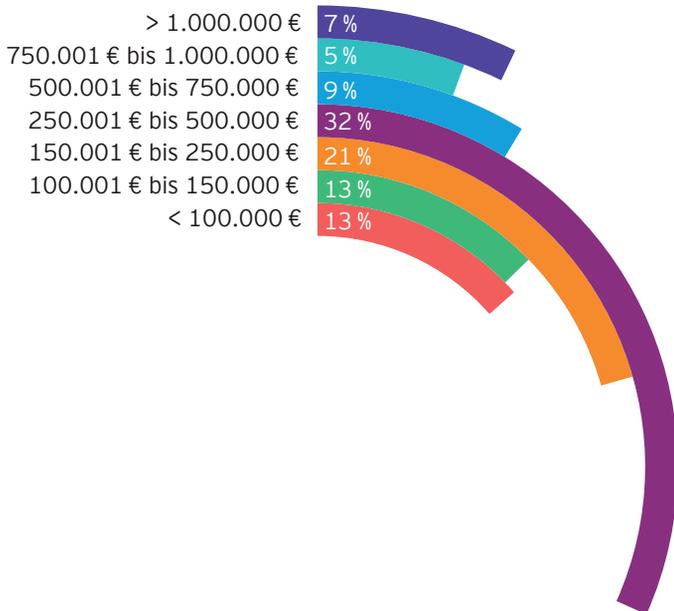


## Höhe des IR-Budgets hängt von der Unternehmensgröße ab

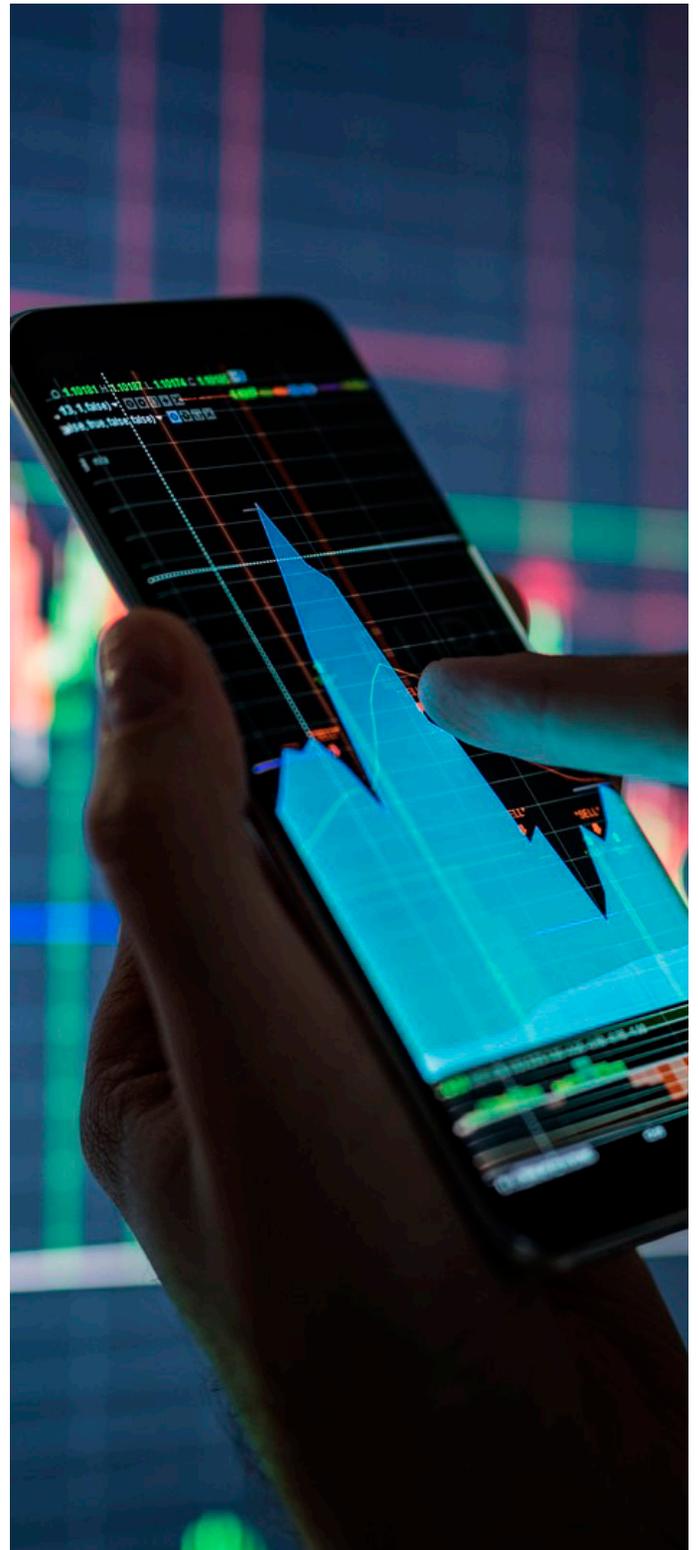
Rund ein Drittel der IR-Verantwortlichen geben an, dass die Unternehmen über ein jährliches IR-Budget zwischen 250 T€ und 500 T€ verfügen. Dies betrifft insbesondere Unternehmen aus dem MDAX, SDAX, ATX und ATX Prime. Für kleinere Unternehmen liegt das jährliche IR-Budget zwischen 100 T€ und 250 T€ und für große Unternehmen zwischen 500 T€ und 750 T€. Unternehmen der großen Auswahlindizes verfügen nach Ansicht der IR-Verantwortlichen tendenziell über ein IR-Budget von über 1 Mio. €.

### Abbildung 21: Höhe des erwarteten IR-Budgets pro Jahr

Wie hoch ist das gesamte erwartete IR-Budget pro Jahr (ohne Personalkosten)?



n = 126



# Budgetpositionen in der IR

## Zukünftige Einsparpotenziale

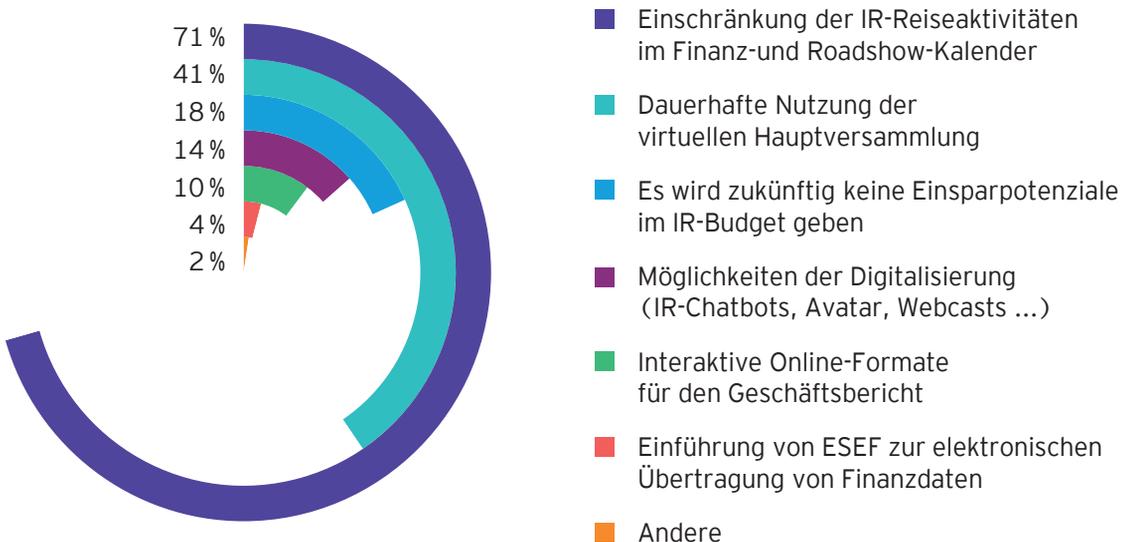
### Einschränkungen von IR-Reisen birgt das größte Einsparpotenziale im zukünftigen IR-Budget

Die Digitalisierung und der Wandel der Zeit ermöglichen nach Meinung der IR-Befragten in Zukunft Einsparmöglichkeiten im IR-Budget. So erwartet die überwiegende Mehrheit insbesondere in der Einschränkung der IR-Reiseaktivitäten für Roadshows Einspar- und zu hebende Effizienzpotenziale

für die Zukunft. Darüber hinaus wird in der dauerhaften Nutzung der virtuellen Hauptversammlung Einsparpotenzial gesehen. 18 Prozent sehen allerdings keine zukünftigen Einsparpotenzial für das IR-Budget.

#### Abbildung 22: Einsparpotenziale im IR-Budget

Bei welchen Positionen wird es zukünftig Einsparpotenziale im IR-Budget geben?  
(Mehrfachantworten möglich)



n = 126



Crosses		MosPRIME		Equity Indices	
EUR T+1	43.7825 43.8003	ON	6.270 1.29	Dow Jones	14937.46
EUR T+2	43.7822 43.8019	1W	6.330 0.80	Nikkei 225	13860.81
JPY	33.6266 33.6315	1M	6.500 0.31	FTSE 100	6551.21
GBP	52.1335 52.1463	3M	6.790 0.00	MICEX	1447.6
CHF	35.3788 35.3814	6M	7.110 1.14	RTS \$	1367.78
UAH	40.8302 40.8794	<b>Deposit</b>		RTS Standa	9808.71
KZT	21.7845 21.7845	O/N	6.500 8.33	<b>Commodity</b>	
Spot		1W	6.225 3.75	Gold	1383.79
RUB T+1	33.3436 33.3524	2W	6.275 0.40	Silver	23.7105
RUB T+2	33.3494 33.3586	1M	6.450 0.77	Crude WTI	109.51
RUB EBS	33.3445 33.3500	RIBOR O/N	5.770 0.87	Crude Bren	115.86
Basket EB	38.0330 38.0530	RUONIA Rate	5.920 -0.17	Wheat	631.5
EUR	1.3132 1.3133	RUONIA Vol	64.430 -7.34	Sugar	16.84

17:04 FUTURES:Today announced the comple...  
17:04 Work:The RTS index has reached the y...  
17:04 The last week of the year is the right ti...  
17:04 The stock market showed steady growt...  
17:04 The volume of sales of the i-Fre compa...  
17:04 News:The MICEX consumer sector is u...  
17:04 Just stop and think; the 31 st of Decem...

21) BBB USD TOD Market Dep  
24) BBB USD TOM Market Dep  
25) BBB USD TOD-TOM Mkt D  
26) BBB EUR TOD Market Dep  
27) BBB EUR TOM Market Dep  
28) BBB EUR TOD-TOM Mkt D  
29) FXS RUB FX Market Dep



Crosses		MosPRIME	
EUR T+1	43.7825 43.8003	ON	6.270
EUR T+2	43.7822 43.8019	1W	6.330
JPY	33.6266 33.6315	1M	6.500
GBP	52.1335 52.1463	3M	6.790
CHF	35.3788 35.3814	6M	7.110
UAH	40.8302 40.8794	<b>Deposit</b>	
KZT	21.7845 21.7845	O/N	6.500
Spot		1W	6.225
RUB T+1	33.3436 33.3524	2W	6.275
RUB T+2	33.3494 33.3586	1M	6.450
RUB EBS	33.3445 33.3500	RIBOR O/N	5.770
Basket EB	38.0330 38.0530	RUONIA Rate	5.920
EUR	1.3132 1.3133	RUONIA Vol	64.430



# Chancen für eine bessere IR

---

## Ansätze in der IR-Praxis

In der Krise und im zurückliegenden, virtuellen Kapitalmarktjahr hat sich eine gute IR wieder bewährt. Die IR-Funktion ist nahe am Geschehen ein wichtiger Anker in stürmischen Zeiten. Sehr schnell hat sich die Profession an die neuen Gegebenheiten angepasst und flexible, digitale Angebote für Investorenkommunikation geschnürt. Dass dies gut lief, liegt auch an den bereits geknüpften guten Beziehungen der IR zu Investoren und Analysten. Grundlage dafür sind das aufgebaute Investorenvertrauen zu den Unternehmensorganen und Glaubwürdigkeit im IR-Erwartungsmanagement, die zukünftig in einem zunehmend digitalen Umfeld immer wichtiger werden.

Die Umfrage zeigt, dass die digitalen IR-Formate und die digitale Kommunikation mit Investoren und Analysten das Bild in der IR in Zukunft nachhaltig prägen werden. IR-Verantwortliche sehen Verbesserungspotenziale und fünf wesentliche Ansätze:

- ▶ Ein ausgewogener Mix aus virtuellen und Live-IR-Formaten sollte den Alltag in der Finanzkommunikation in Zukunft bestimmen. Positive Erfahrungen mit virtuellen IR-Formaten werden den Mix an IR-Aktivitäten und den Finanz- und Roadshow-Kalender in Zukunft stark beeinflussen. Hier stehen persönlicher Kontakt und Eindruck im direkten Wettbewerb zur Reichweite und Flexibilität virtueller Formate. Neue Medienformate und Tools, die künftig häufiger in der IR-Kommunikation genutzt werden, sind vor allem die digitale Roadshow, die digitale Investorenkonferenz und die virtuelle bzw. hybride Hauptversammlung. Als wesentliche Vorteile digitaler Formate werden insbesondere Einsparungen im Bereich der Reisekosten, eine höhere Reichweite insbesondere in neuen Regionen und Märkten, Flexibilität, die Möglichkeit von Ad-hoc-Meetings mit Investoren und die bessere Möglichkeit flexibler und schneller Termine mit Vorstand und Investoren genannt.
- ▶ Mit virtuellen oder hybriden Formaten sind auch neue Anforderungen zum Knigge der digitalen Kommunikation für die Geschäftsleitung und die IR zu beachten. Dazu gehören insbesondere das Einschalten der Kamera, Maßnahmen zur Steigerung der Interaktivität und eine funktionierende Technik.
- ▶ In Zukunft wird sich eine Balance aus virtuellem und Präsenzformat der Hauptversammlung bilden, um von den Vorteilen beider Welten zu profitieren. Positive Erfahrungen der virtuellen Hauptversammlung wurden durch die Einsparung von Kosten und einem geringeren Eskalationspotenzial und Organisationsaufwand gemacht, Nachteile werden in der geringeren Interaktion mit Aktionären und in technischen Risiken und Herausforderungen gesehen.
- ▶ Die Kommunikation von Prognosen zu wichtigen nicht-finanziellen Leistungsindikatoren wird ausgewogener werden. Wichtige nichtfinanzielle Leistungsindikatoren bleiben auch in Zukunft die CO<sub>2</sub>-bezogenen Angaben, der Energieverbrauch, das soziale und gesellschaftliche Engagement sowie die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.
- ▶ Es kann eine bessere Positionierung, insbesondere bei Analysten, die im Kapitalmarkt eine Einschätzung zur fairen Unternehmenswertspanne geben, erwartet werden. Eine gute Vorbereitung auf die EU-Taxonomie zur Nachhaltigkeit ist essenziell, um deren Anforderungen und Kriterien zu erfüllen. Die größten Herausforderungen werden in den fehlenden Standards und Umsetzungsdetails gesehen.

---

## IR-Checkliste für die Finanzkommunikation der Zukunft

Folgende Fragen helfen bei der unternehmensindividuellen Positionierung der IR für die Zukunft:

1. Welche IR-Formate wollen wir in Zukunft virtuell und welche live nutzen? Dabei können folgende Fragen helfen: Wer ist die Zielgruppe? Was ist Ziel und Inhalt des Formats? Wie ist die Erwartungshaltung? Wie hoch ist das Budget?
2. Welches Hauptversammlungsformat (Präsenz, virtuell oder hybrid) wollen wir in Zukunft anbieten?
3. Beachten wir den Knigge bzw. die Empfehlungen für die Finanzkommunikation im virtuellen Umfeld?
4. Wie können wir die in Zukunft immer wichtiger werdenden IR-Ziele Sicherstellen eines offenen Zugangs zum Kapitalmarkt für weitere Finanzierungen und eine geringe Aktienkursvolatilität am besten erreichen?
5. Wie können wir virtuelle Formate so in unseren IR-Alltag integrieren, dass wir in diesem virtuellen Umfeld langfristig Vertrauen am Kapitalmarkt aufbauen und das Unternehmenswertpotenzial heben?
6. Wie kann das IR-Budget sinnvoll auf neue Kontaktformate verteilt werden?
7. Welche Rolle spielen der Purpose und das Thema Nachhaltigkeit sowie die finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren in der IR-Kommunikation und wollen wir diese in unsere Capital Market Story integrieren?
8. Wie weit in die Zukunft blickend kann das Unternehmen eine zuverlässige Prognose aufstellen? Welche KPIs sind für die Prognose und die Analysten-Guidance relevant?
9. Ist die IR-Funktion bereit für eine Prüfung durch die Interne Revision? Existiert ein IR-Manual?
10. Wie können wir den zunehmenden ESG-/EU-Taxonomie-bezogenen Anfragen und Anforderungen von Investoren und Regulatoren nachkommen? Verfügen wir bereits über Prozesse und ausreichende Daten, um EU-Taxonomie-konform zu berichten?

# Mit EY-Services in der Finanzkommunikation punkten

## Services

---

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Transaktionsberatung sowie in den Advisory Services. Unsere 300.000 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind durch gemeinsame Werte und einen hohen Qualitätsanspruch verbunden. Wir sind weltweit Marktführer in der Beratung von Börsengängern. EY verfügt über eine 30-jährige Erfahrung in der internen Vorbereitung und Begleitung von Unternehmen bei Kapital-

aufnahmen weltweit. Mit integrierten Dienstleistungen vor, während und nach der Kapitalaufnahme unterstützen wir unsere Mandanten ganzheitlich. Mit unseren Kapitalmarktexperten betreuen wir Sie auch rund um die Finanzkommunikation entsprechend Ihrer Finanzierungsstrategie, und zwar weltweit, in dem von Ihnen gewählten Kapitalmarkt und der von Ihnen präferierten Finanzierungsform.

### **EY unterstützt Sie vielfältig rund um die Organisation Ihrer Finanzkommunikation:**

- ▶ IR-Strategieberatung rund um die Finanz-, Quartals- und Segmentberichterstattung sowie Prognosen
- ▶ Aufbau (Infrastruktur, Prozesse und Funktionen) Ihrer IR bzw. Finanzkommunikation
- ▶ Entwicklung von IR-Manuals (Dokumentation von Prozessen, Owner und Infrastruktur) und IR-Kalendern
- ▶ Internationales IR-Benchmarking, Analyse und Identifikation von Verbesserungspotenzialen
- ▶ Prüfung der Effektivität Ihrer IR und Finanzkommunikation und IR-Verbesserungspotenziale - „Health Check“
- ▶ Entwicklung Ihrer digitalen IR-Agenda
- ▶ Aus- und Weiterbildung IR-Verantwortlicher: IFRS und Steuern in der Finanzkommunikation
- ▶ Entwicklung eines IR-Dashboards für Vorstand und Aufsichtsrat
- ▶ Kapitalmarkt-Compliance-Training
- ▶ Aufsetzen Ihrer IR-Website (Inhalt und Struktur)



## Ansprechpartner

---



**Dr. Martin Steinbach**

Partner, Head of IPO and Listing Services  
Financial Accounting Advisory Services  
IPO Leader Europe West and EMEIA  
+49 6196 996 11574  
martin.steinbach@de.ey.com

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Mergenthalerallee 3-5, 65760 Eschborn, Germany



**Michael Oppermann**

Partner, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
+49 6196 996 27305  
michael.oppermann@de.ey.com

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
Mergenthalerallee 3-5, 65760 Eschborn, Germany



## Abkürzungsverzeichnis

---

▶ ATX	Austrian Traded Index
▶ CapEx	Investitionsausgaben
▶ CSR	Corporate Social Responsibility
▶ DACH	Deutschland, Österreich, Schweiz
▶ DAX	Deutscher Aktienindex
▶ EBIT	Earnings Before Interest and Taxes
▶ EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization
▶ ESEF	European Single Electronic Format
▶ ESG	Environmental, Social and Governance
▶ EU	Europäische Union
▶ IR	Investor Relations
▶ MDAX	Mid-Cap-Index (Index für mittelgroße Unternehmen)
▶ KPI	Key Performance Indicator
▶ OpEx	Betriebsausgaben
▶ ROCE	Return on Capital Employed
▶ SDAX	Small-Cap-Index (Index für kleinere Unternehmen)
▶ SLI	Swiss Leader Index
▶ SMI	Swiss Market Index

## EY | Building a better working world

Mit unserer Arbeit setzen wir uns für eine besser funktionierende Welt ein. Wir helfen unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Gesellschaft, langfristige Werte zu schaffen und das Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken.

In mehr als 150 Ländern unterstützen wir unsere Kunden, verantwortungsvoll zu wachsen und den digitalen Wandel zu gestalten. Dabei setzen wir auf Diversität im Team sowie Daten und modernste Technologien in unseren Dienstleistungen.

Ob Assurance, Tax & Law, Strategy and Transactions oder Consulting: Unsere Teams stellen bessere Fragen, um neue und bessere Antworten auf die komplexen Herausforderungen unserer Zeit geben zu können.

„EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Informationen darüber, wie EY personenbezogene Daten sammelt und verwendet, sowie eine Beschreibung der Rechte, die Einzelpersonen gemäß der Datenschutzgesetzgebung haben, sind über [ey.com/privacy](https://ey.com/privacy) verfügbar. Weitere Informationen zu unserer Organisation finden Sie unter [ey.com](https://ey.com).

In Deutschland finden Sie uns an 20 Standorten.

© 2021 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft  
All Rights Reserved.  
ED None | CDH-00429

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Es besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen.

[ey.com/de](https://ey.com/de)