

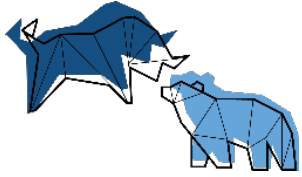
DIRK

Deutscher
Investor Relations
Verband

DIRK-Webinar: Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt

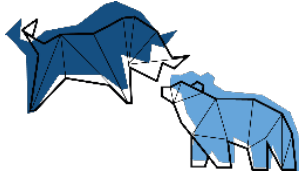
Frankfurt am Main, 23. Juni 2020

Mehr Wert im Kapitalmarkt



Agenda

- **Eröffnung**
Kay Bommer, DIRK
- **Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt**
Ergebnisse der DIRK-Forschungsreihe zu Common und Best Practices der Investor Relations deutscher börsennotierter Unternehmen
- **Q & A**



Referenten



**Prof. Christian P.
Hoffmann**

Universität Leipzig



**Sandra Binder-
Tietz**

Universität Leipzig



Martin Ziegenbalg

Deutsche Post
DHL Group

PROJEKTPARTNER



LUFTHANSA GROUP

**Deutsche Post DHL
Group**



PROJEKTTEAM



AUSGANGSLAGE

Politische und regulatorische Initiativen, gesellschaftliche Debatten, eine hohe mediale Aufmerksamkeit, aber auch steigende Ansprüche der Financial Community zeigen: Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt ist eine strategische Herausforderung der börsennotierten Gesellschaften in Deutschland.

Bislang fehlt es jedoch an Erkenntnissen, wie die Unternehmen ihre Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber dem Kapitalmarkt gestalten.



FORSCHUNGSFRAGEN

Wie gestaltet sich die Nachhaltigkeitskommunikation deutscher börsennotierter Unternehmen an den Kapitalmarkt?

- + Vor welchen **Herausforderungen** stehen Unternehmen bei der Nachhaltigkeits-kommunikation an den Kapitalmarkt?
- + Wie sind **Verantwortlichkeiten und Prozesse** der Nachhaltigkeits-kommunikation an den Kapitalmarkt organisiert?
- + Welche **Maßnahmen** der Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt lassen sich identifizieren?
- + Wie sieht der **Status quo** der Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt aus?

AGENDA



Methode und Stichprobe



Kommunikation und strategische Einbindung



ESG-Reporting



Herausforderungen und Instrumente

MEHRSTUFIGES VORGEHEN

qualitativ

**Inhaltsanalyse der
IR-Websites
(DAX, MDAX, SDAX)**

Ziel

Identifikation des Status quo
der Nachhaltigkeits-
kommunikation auf der
IR-Website,
Identifikation von
Schnittstellen zwischen IR und
Nachhaltigkeit auf der
Corporate Website

**Experteninterviews mit IR-
Verantwortlichen**

Ziel

Identifikation der zentralen
Herausforderungen,
Schnittstellen und
Lösungsansätze der
Nachhaltigkeitskommunikation
(Verantwortlichkeiten,
Prozesse, Instrumente)

quantitativ

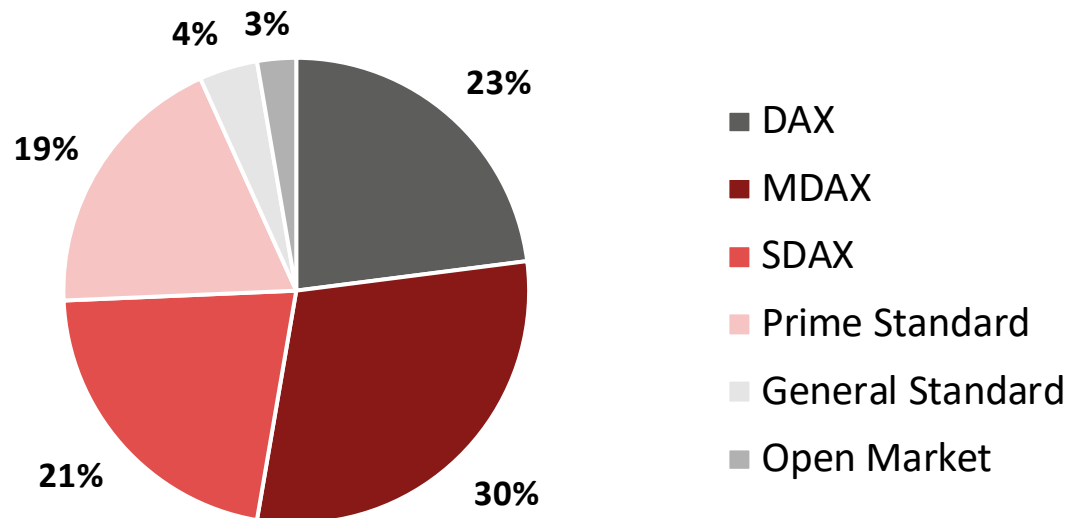
**Breit angelegte Befragung
in Deutschland**

Ziel





Erfassung des Status quo der
Nachhaltigkeitskommunikation
an den deutschen
Kapitalmarkt

SAMPLE DER BEFRAGUNG

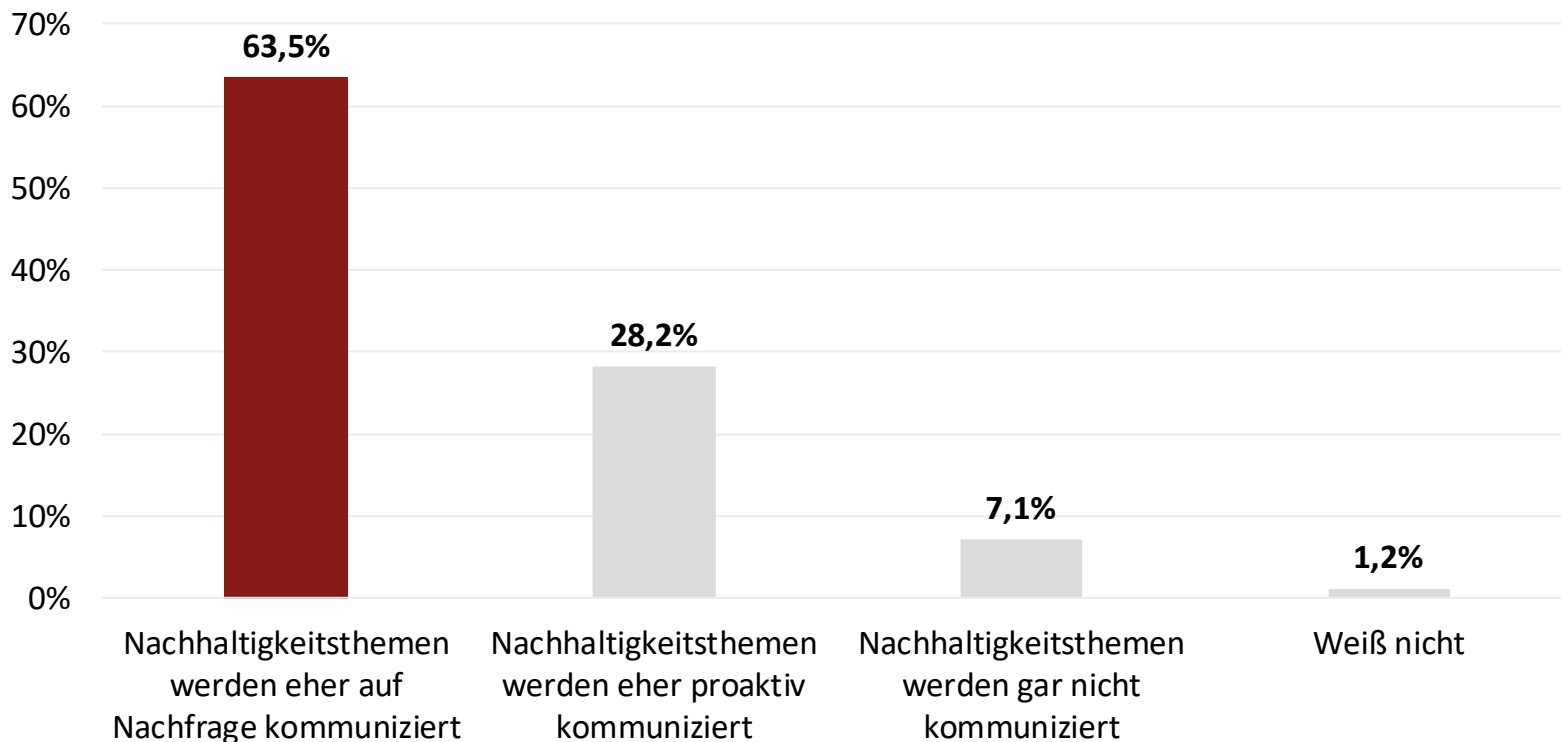
- + Befragung über den DIRK-Verteiler im Januar 2020
- + 103 beendete Fragebögen, 85 gültige Fälle
- + 95 Prozent der Teilnehmer sind Teil der IR-Abteilung



AGENDA

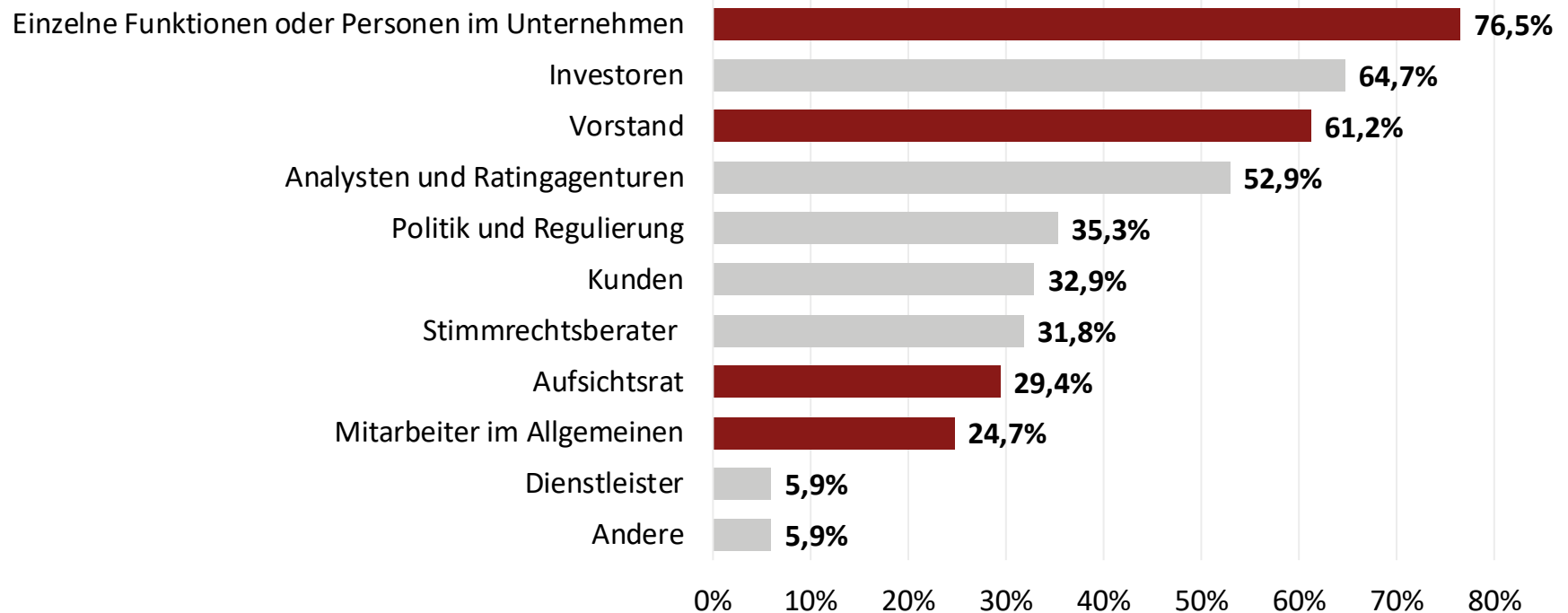
-  Methode und Stichprobe
-  **Kommunikation und strategische Einbindung**
-  ESG-Reporting
-  Herausforderungen und Instrumente

NACHHALTIGKEITSTHEMEN WERDEN EHER AUF NACHFRAGE KOMMUNIZIERT



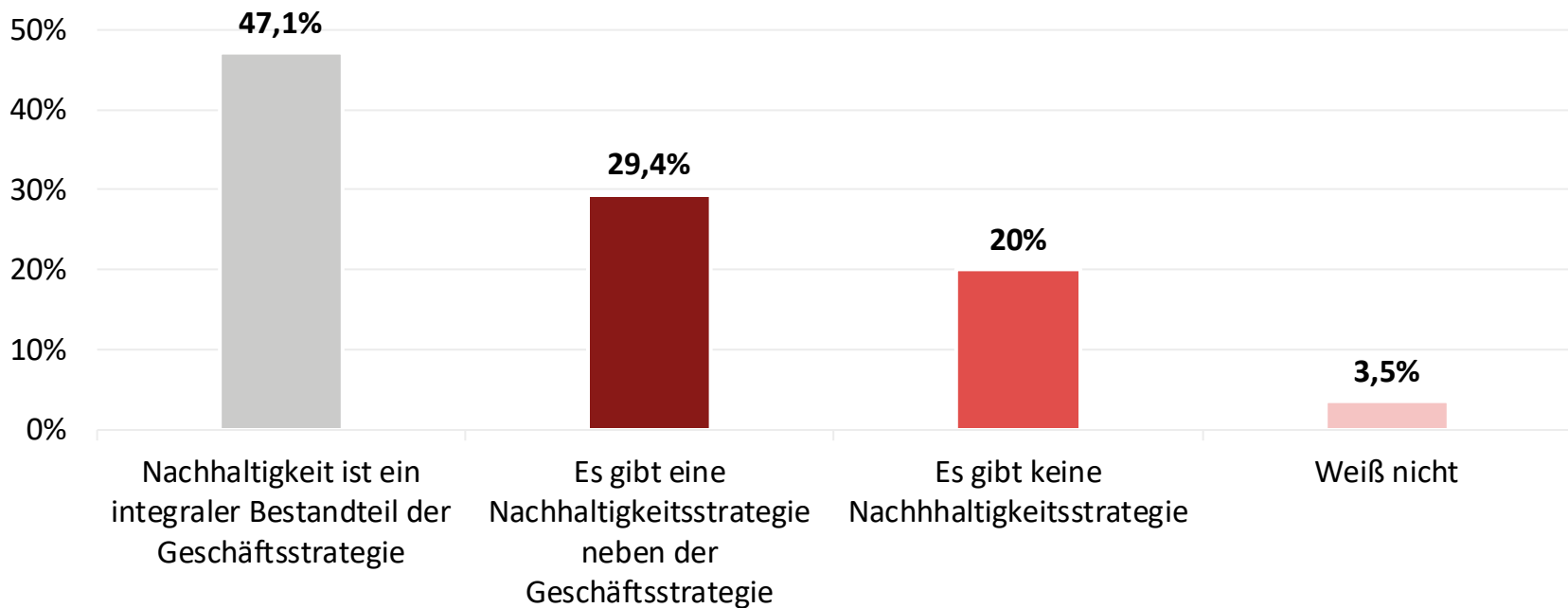
Frage: „Inwiefern kommuniziert Ihr Unternehmen Nachhaltigkeitsthemen gegenüber dem Kapitalmarkt?“, Einfachauswahl; n=85

TREIBER VON NACHHALTIGKEITSTHEMEN: INVESTOREN & EINZELNE FUNKTIONEN IM UNTERNEHMEN



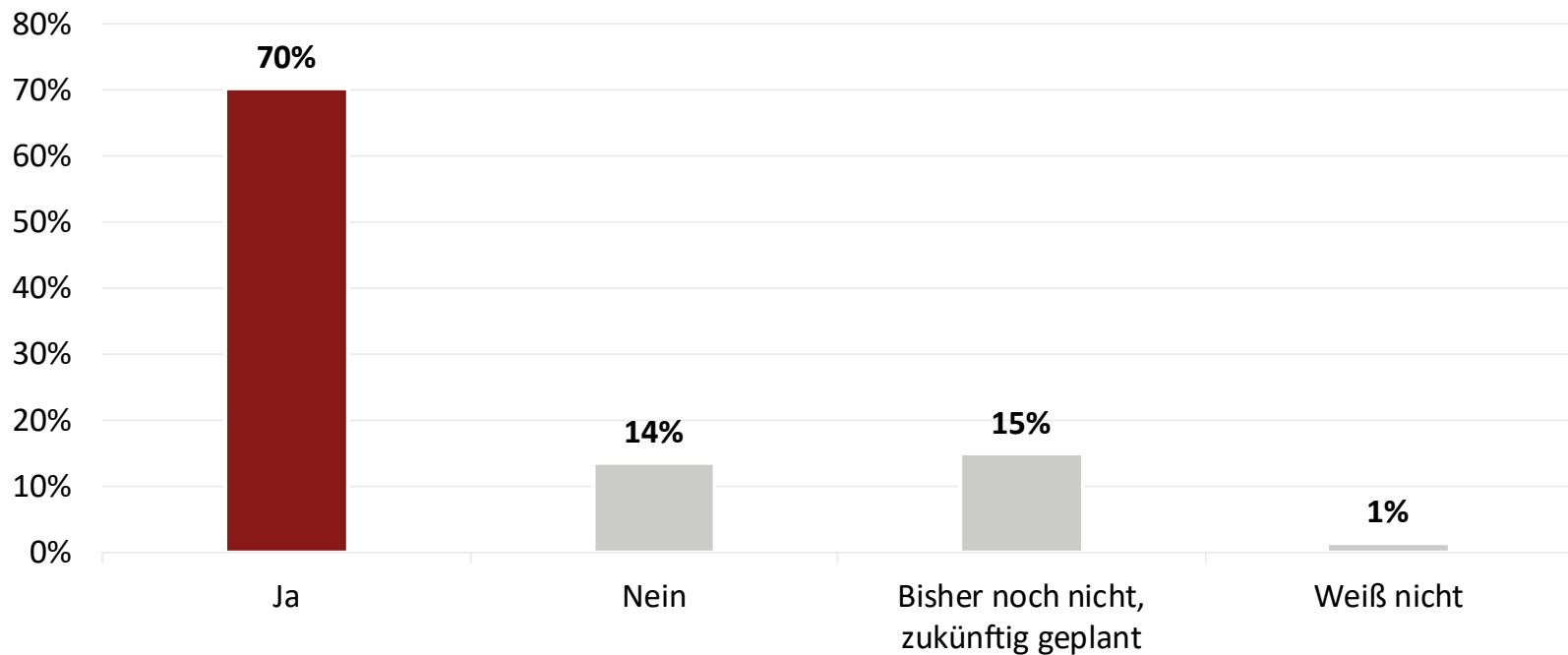
Frage: „Welche Akteure treiben Nachhaltigkeitsthemen in der Kapitalmarktkommunikation Ihres Unternehmens voran?“, Mehrfachauswahl; n=85

NACHHALTIGKEIT IST BEREITS HÄUFIG BESTANDTEIL DER GESCHÄFTSSTRATEGIE



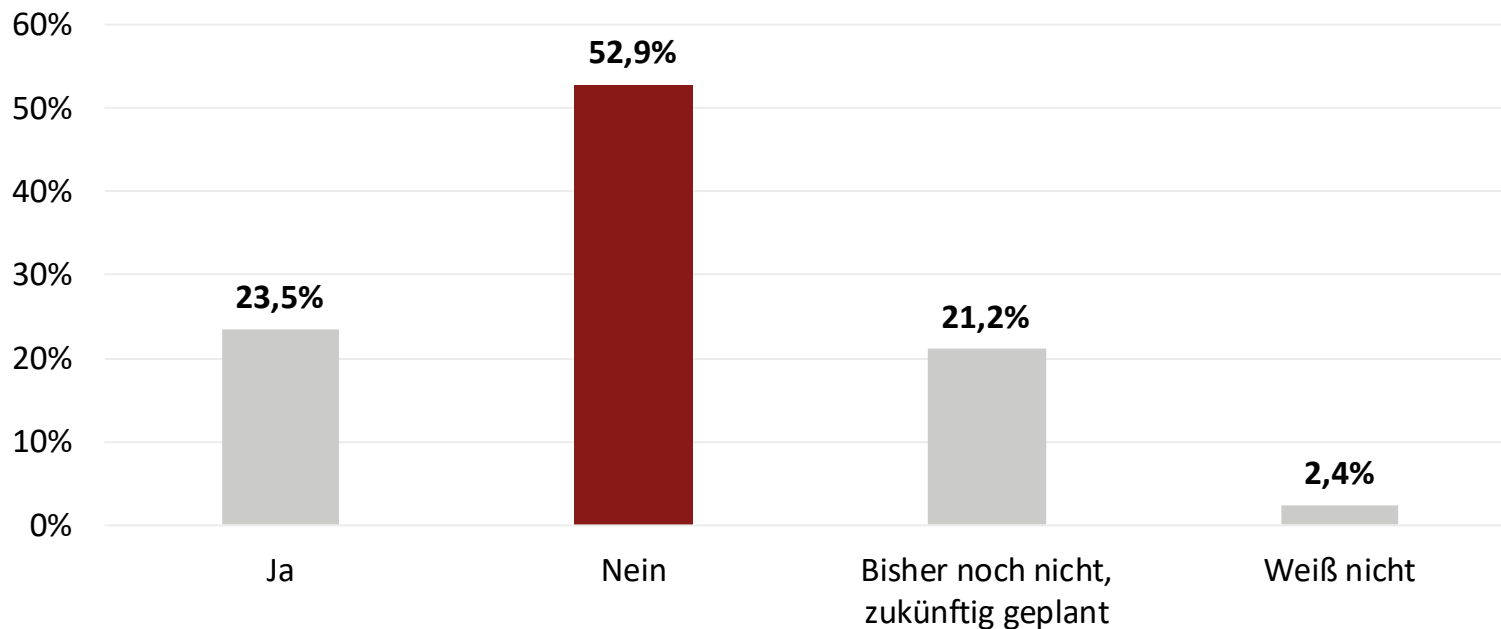
Frage: „Inwiefern ist die Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Unternehmens mit der Geschäftsstrategie verbunden?“ Einfachauswahl; n=85

WESENTLICHE ESG-KPIS SIND MEIST DEFINIERT



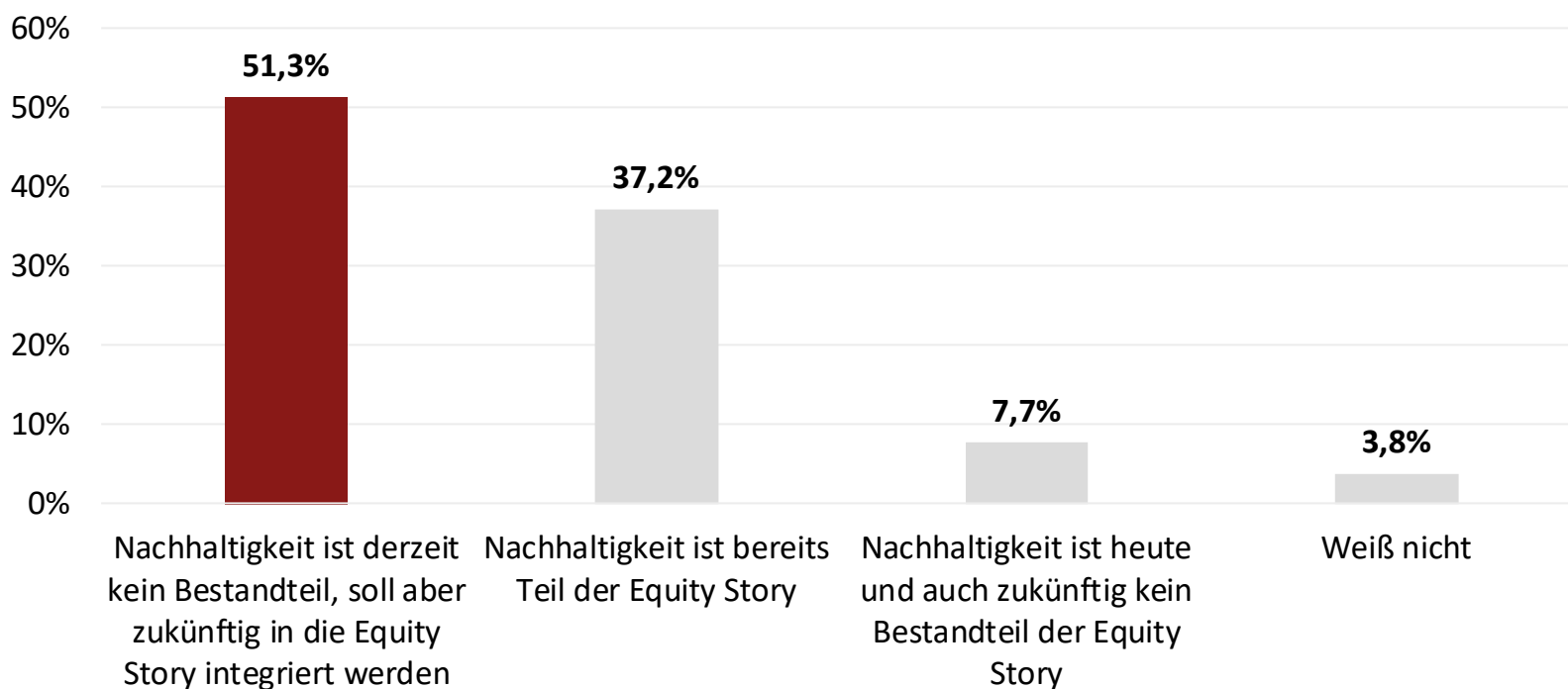
Frage: „Wurden in Ihrem Unternehmen bereits die wesentlichen ESG-Kennzahlen (KPIs) im Sinne einer Materialitätsanalyse definiert?“
Einfachauswahl; n=85

ESG-PERFORMANCE IST MEIST NOCH NICHT TEIL DER VORSTANDSVERGÜTUNG



Frage: „Ist die ESG-Performance Bestandteil der Vorstandsvergütung?“ Einfachauswahl; n=85

NACHHALTIGKEIT WIRD ERST SCHRITTWEISE BESTANDTEIL DER EQUITY STORY



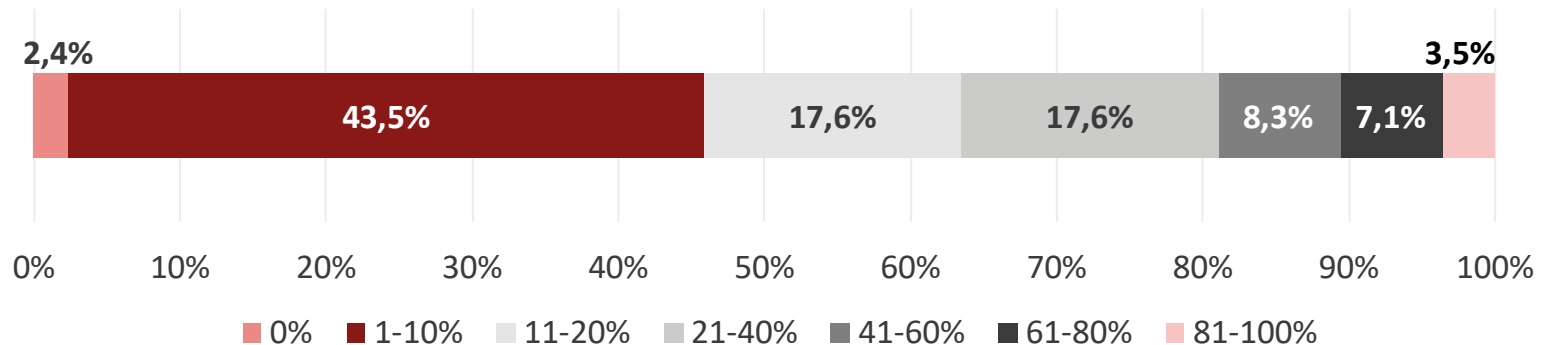
Frage: „Ist Nachhaltigkeit Teil der Equity Story Ihres Unternehmens?“ Einfachauswahl; n=78

ZUSTÄNDIGKEIT FÜR NACHHALTIGKEITSTHEMEN IN DER IR-ABTEILUNG IST MEIST DEFINIERT







54,1 Prozent der IR-Abteilungen haben einen klar benannten Verantwortlichen für das Thema Nachhaltigkeit, in **16,5 Prozent** sind sogar mehrere Personen zuständig

Frage: „Ist in der IR-Abteilung Ihres Unternehmens jemand schwerpunktmäßig für das Thema Nachhaltigkeit zuständig?“, Einfachauswahl; n=85

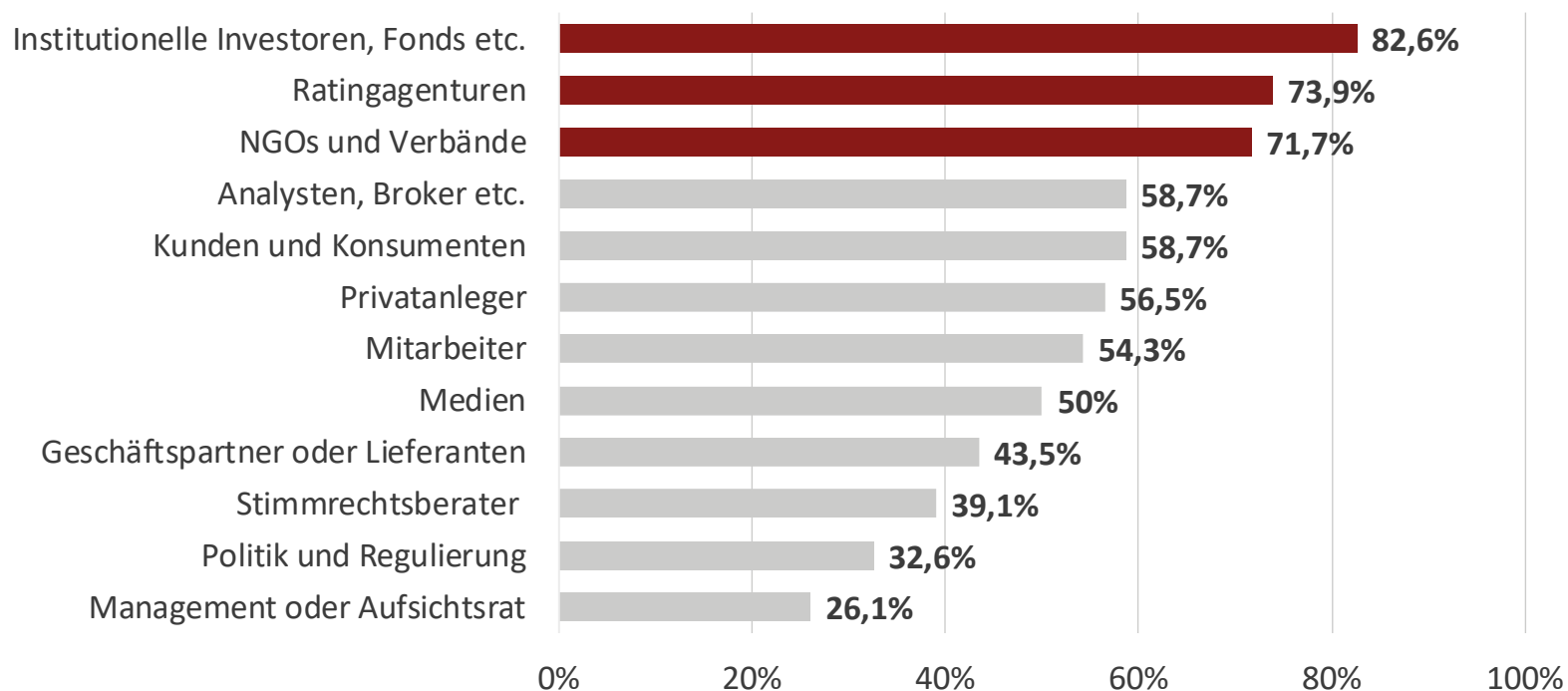


Frage: „Wie viel Prozent Ihrer eigenen Arbeitszeit entfällt in etwa auf den Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen?“; n=85

AGENDA

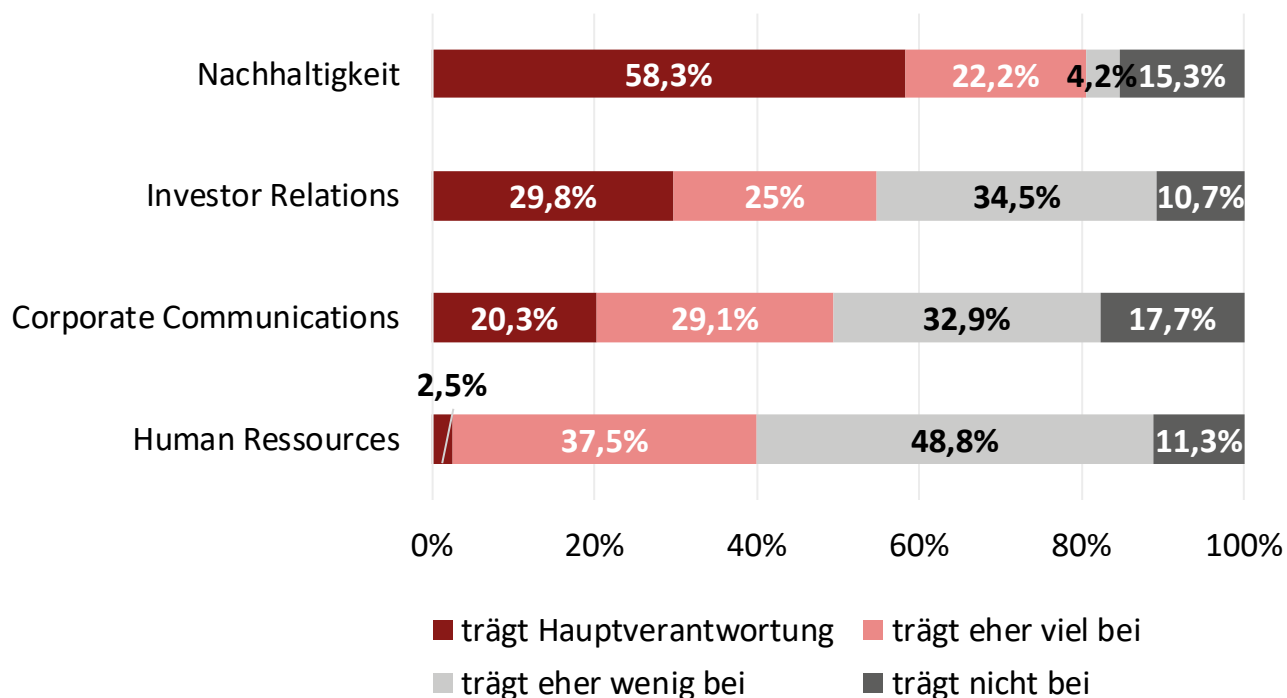
-  Methode und Stichprobe
-  Kommunikation und strategische Einbindung
-  **ESG-Reporting**
-  Herausforderungen und Instrumente

WICHTIGSTE ZIELGRUPPE DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS: INSTITUTIONELLE INVESTOREN



Frage: „Was sind die wesentlichen Zielgruppen des separaten Nachhaltigkeitsberichts?“; Mehrfachnennung, n=46

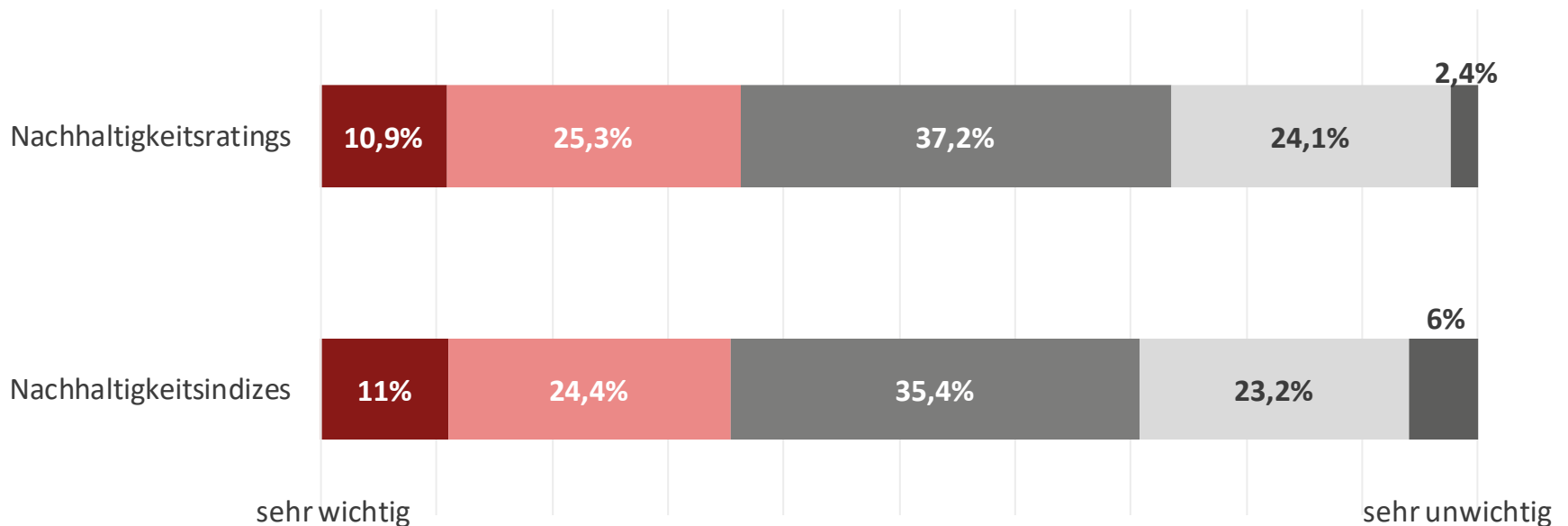
ESG-REPORTING WIRD MEHRHEITLICH DURCH DIE NACHHALTIGKEITSABTEILUNG VERANTWORTET



Weitere von den Befragten genannte Abteilungen:
 + Umwelt / Energie
 + Risiko
 + Rechtsabteilung
 + Interne Services
 + Finanzen
 + Buchhaltung
 + Datenschutz
 + Compliance
 + Board Office

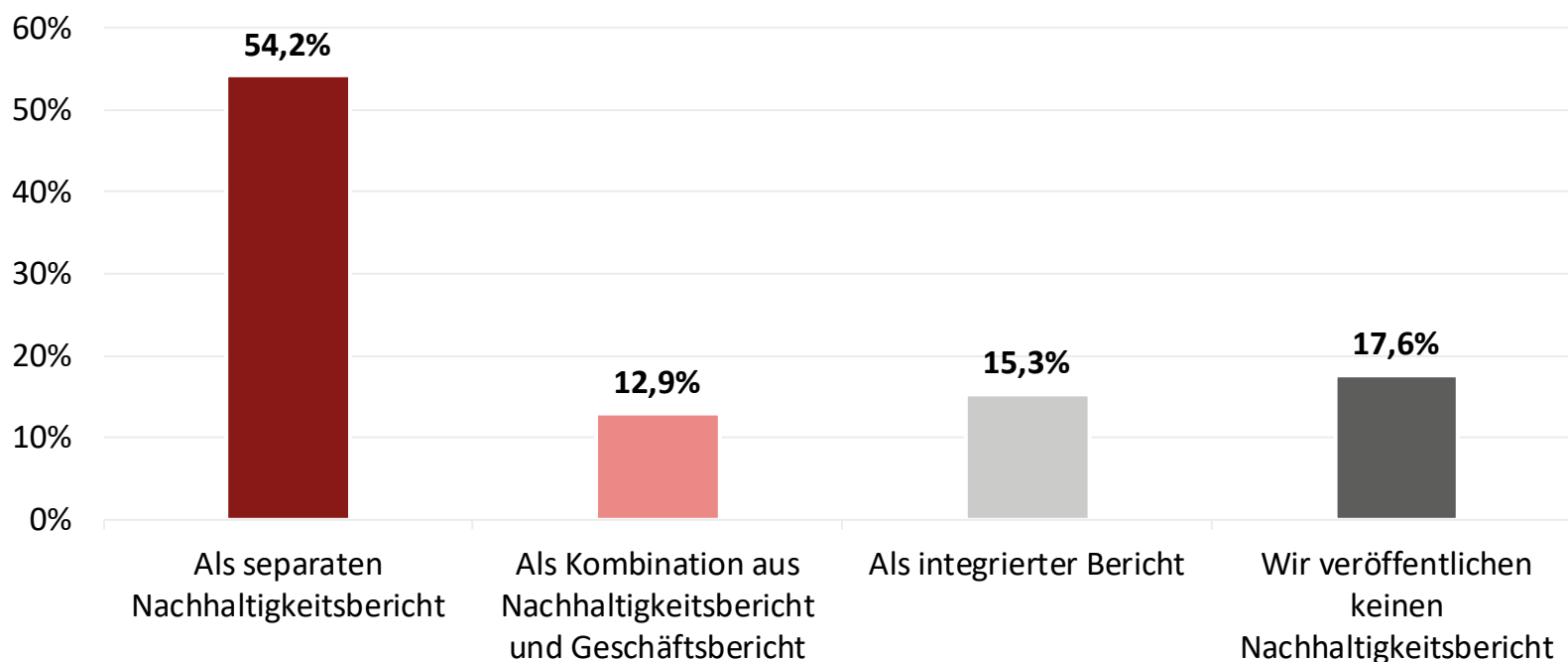
Frage: „Inwiefern sind die folgenden Abteilungen oder Funktionen in Ihrem Unternehmen am ESG-Reporting beteiligt?; n=84

NACHHALTIGKEITSRATINGS UND -INDIZES SPIELEN NOCH EINE UNTERGEORDNETE ROLLE IN DER IR-ARBEIT



Frage: „Wie wichtig sind Nachhaltigkeitsratings bzw. die Aufnahme in ein Nachhaltigkeitsindex für Ihre IR-Arbeit?; n=85

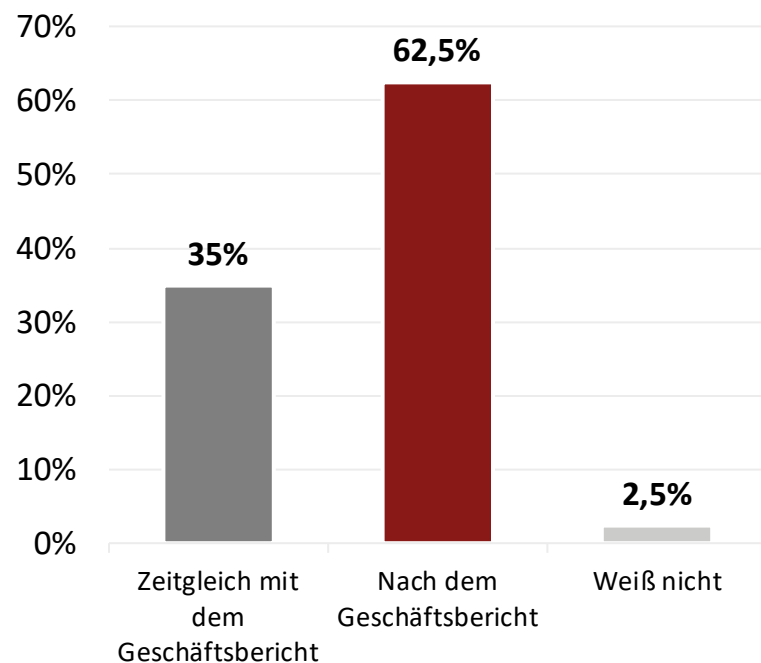
GROSSTEIL DER UNTERNEHMEN VERÖFFENTLICHT EINEN SEPARATEN NACHHALTIGKEITSBERICHT



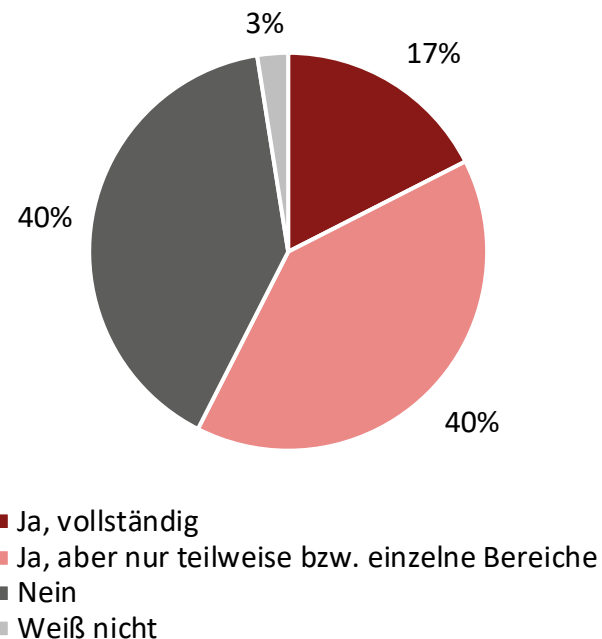
Frage: „In welcher Form veröffentlicht Ihr Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht?“; Einfachauswahl, n=85

DER NACHHALTIGKEITSBERICHT WIRD MEIST SPÄTER VERÖFFENTLICHT UND SELTEN VOLLSTÄNDIG GEPRÜFT

Zeitpunkt der Veröffentlichung



Revision



Frage: „Wann veröffentlicht Ihr Unternehmen den separaten Nachhaltigkeitsbericht?“; Einfachauswahl, n=85

Frage: „Wird der separate Nachhaltigkeitsbericht Ihres Unternehmens extern geprüft?“; Einfachauswahl, n=85

AGENDA



Methode und Stichprobe



Kommunikation und strategische Einbindung

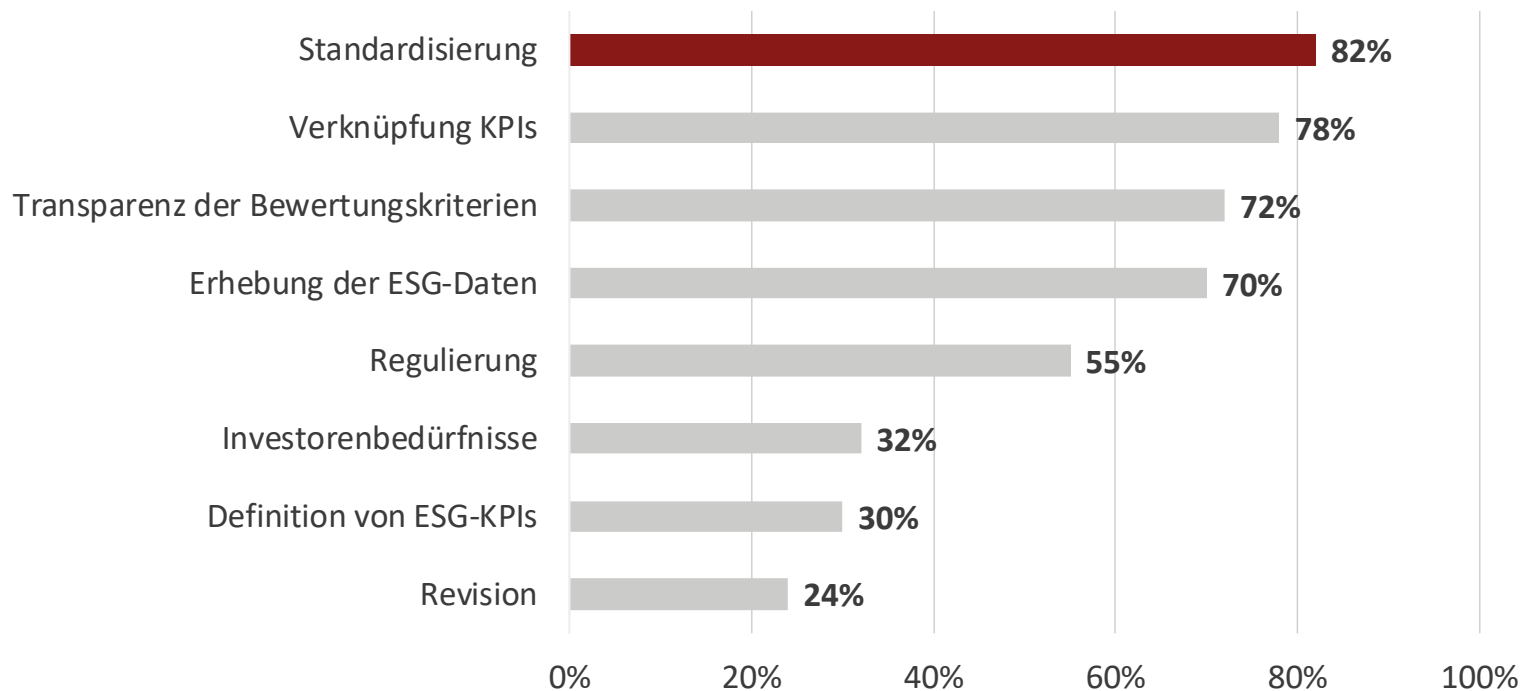


ESG-Reporting



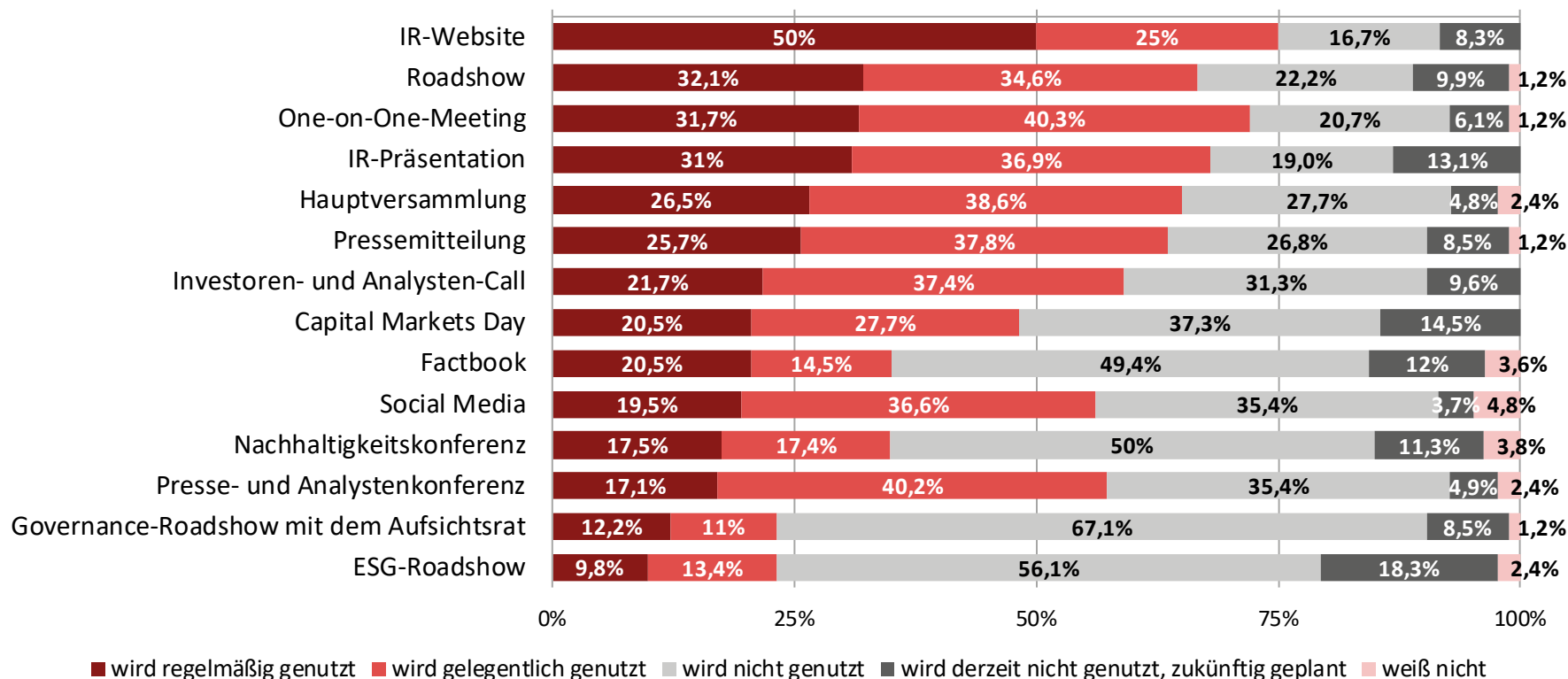
Herausforderungen und Instrumente

GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG: MANGELNDE STANDARDISIERUNG UND INTEGRATION



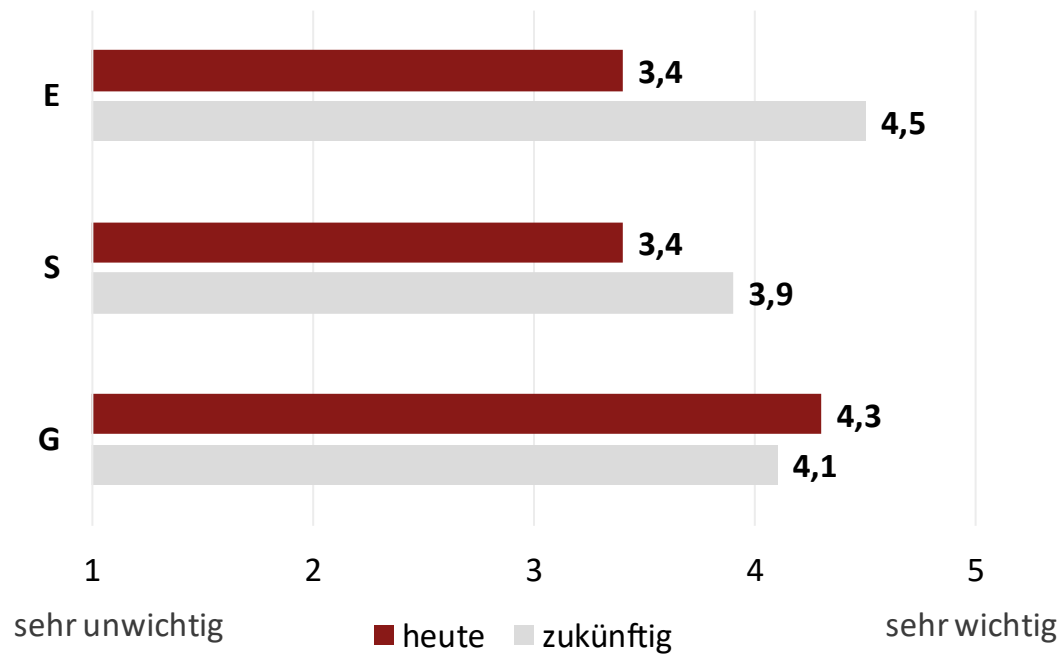
Frage: „Welche Herausforderungen bringt die ESG-Berichterstattung mit sich?“; Prozentwerte = Skalenpunkte (sehr herausfordernd & herausfordernd), n=83

IR-WEBSITE IST DAS MEISTGENUTZTE INSTRUMENT ZUR NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION



Frage: „Inwiefern nutzt Ihr Unternehmen die folgenden IR-Maßnahmen, um Nachhaltigkeit an den Kapitalmarkt zu kommunizieren?; n=84

DER BLICK IN DIE ZUKUNFT: DAS „E“ WIRD GROSS GESCHRIEBEN



Frage: „Welche Bedeutung haben die Bestandteile E,S und G in der Kapitalmarktkommunikation Ihres Unternehmens heute bzw. in den nächsten fünf Jahren?“; Mittelwerte, n=85

FAZIT

Die Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt befindet sich in einem dynamischen Entwicklungsprozess:

- Bisher wird Nachhaltigkeit durch IR nur zurückhaltend und vor allem reaktiv kommuniziert. Mit dem „G“ hat IR einige Erfahrung, „S“ und vor allem „E“ sind nun im Kommen.
- Häufig müssen zunächst interne Herausforderungen, wie etwa die Definition, Erhebung und Aufbereitung von ESG-Daten, bewältigt werden bevor eine strategische Verankerung von Nachhaltigkeit erfolgt (Geschäftsstrategie, Vergütungssystem, Equity Story).
- ESG-Reporting erfolgt bisher wenig integriert und ist eher wenig im Fokus der IR – obwohl es zuvorderst institutionelle Investoren ansprechen soll.
- Neben der Website sind vor allem Roadshows und One-on-One's Mittel der Nachhaltigkeitskommunikation – was diesen Instrumenten kaum anzusehen ist.

AUSBLICK: DIRK MV IM HERBST

Deutscher Investor Relations Verband

Deutscher Investor Relations Verband

Sandra Binder-Tietz | Christian P. Hoffmann | Helene Lamprecht | Maximilian Van Poele | Lea Waskowitz

Nachhaltigkeit in der Kapitalmarktkommunikation

Eine empirische Analyse der Nachhaltigkeitskommunikation deutscher börsennotierter Unternehmen an den Kapitalmarkt

DIRK-Forschungsreihe, Band 25

Mehr Wert im Kapitalmarkt

1 PFLICHTKOMMUNIKATION	2 AKTIVE NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION	3 STRATEGISCHE NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION
Keine Nachhaltigkeitsstrategie Keine unternehmensspezifischen ESG-KPIs/nicht-finanzielle KPIs ESG-Themen nicht enthalten	Nachhaltigkeitsstrategie neben der Unternehmensstrategie Unternehmensspezifischen ESG-KPIs ESG-Themen allgemein adressiert /auf ein bis zwei Aspekte fokussiert	Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmensstrategie Verknüpfung von ESG-KPIs mit finanziellen KPIs ESG-Themen als integraler Bestandteil
Keine Vorstandszuständigkeit ESG kein Teil der Vergütung	Vorstandszuständigkeit ESG partiell Teil der Vergütung	CEO-Zuständigkeit ESG vergütungsrelevant
Punktuelle Zusammenarbeit von IR- und Nachhaltigkeitsabteilung Etablierung von Verantwortlichkeit	Regelmäßige Zusammenarbeit von IR- und Nachhaltigkeitsabteilung Verantwortlichkeit überwiegend bei Nachhaltigkeitsabteilung	Integration von Nachhaltigkeitsexpertise in IR-Abteilung Verantwortlichkeit in einem abteilungsübergreifenden Komitee

Bezugsrahmen „Professionalisierung der Nachhaltigkeitskommunikation an den Kapitalmarkt“

	Konferenz
<ul style="list-style-type: none"> - Generische Ansprache von Nachhaltigkeit über die verschiedenen Vorstandspräsentationen hinweg - Generische Ansprache von Nachhaltigkeit - Spezifische Ansprache von ein bis zwei ESG-Aspekten 	<ul style="list-style-type: none"> - Spezifische Ansprache aller ESG-Aspekte in der Management-/CEO-Präsentation - Separater Investors Call zum Thema Nachhaltigkeit (ESG-Call) - Nennung von ESG-KPIs - Nachhaltigkeit als eigene Unterseite - Nachhaltigkeitsreporting vorhanden - Informationen zu Nachhaltigkeitsratings und -indizes - Angabe eines Ansprechpartners mit Nachhaltigkeitschwerpunkt - Überblick der ESG-KPIs
<p>Operativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sensibilisierung für ESG-Relevanz - Aufbau von Strukturen - Verteilung von Verantwortlichkeiten - Sicherstellung der Compliance 	<p>Operativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ESG-Datendefinition - ESG-Datenerhebung - ESG-Datenaufbereitung
	<p>Strategisch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Verknüpfung von ESG- und Finanzkennzahlen - Hinterfragen/Überarbeiten/Anpassen der Strategie - Top-down-Ansatz für Nachhaltigkeit - Überarbeitung der Governance-Strukturen (AG)



UNIVERSITÄT
LEIPZIG

Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft



CENTER FOR RESEARCH IN
FINANCIAL COMMUNICATION

Prof. Christian P. Hoffmann | Universität Leipzig

Professor für Communication Management

Tel.: +49 (0) 341 97 35049

E-Mail: christian.hoffmann@uni-leipzig.de

www.communicationmanagement.de

www.financialcommunication.org

Sandra Binder-Tietz, M.A. | Universität Leipzig

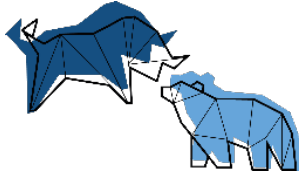
Research Associate

Tel.: +49 (0) 178 399 16 81

E-Mail: sandra.binder-tietz@uni-leipzig.de

www.communicationmanagement.de

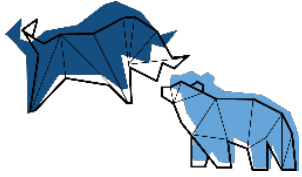
www.financialcommunication.org



Q & A

Fragen?





**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**

Folgen Sie uns auf Social Media:

