

„EFFECTIVE FINANCIAL CRISIS COMMUNICATOR|AUSTRIA“ –
STUDIE KAPITALMARKTKOMMUNIKATION 2020

Wie meistern Österreichs ATX Prime-Unternehmen die Corona-Krise im Vergleich zum DAX?

Executive Summary

'Die Qualität der Finanzkommunikation österreichischer Unternehmen in Zeiten der Corona-Pandemie ist ausbaufähig. Im Durchschnitt erreichten die untersuchten 38 Unternehmen des **ATX Prime Standards ein Corona-Score von rund 32 %**. Der Durchschnittswert aller **DAX-Konzerne Deutschlands** lag demgegenüber bei **61 %**.

'Anders als im DAX30 liefern die Unternehmen des ATX Prime eine sehr heterogene Qualität. Dies wird wie folgt deutlich: **In der nationalen Wertung** erreichen **12** der untersuchten österreichischen Gesellschaften mehr als 50 %, über **60 %** der ATX-Prime-Unternehmen erzielten lediglich zwischen **50 % und 1 %**. Die **Spitzengruppe** bilden **Wienerberger, Zumtobel, Voestalpine und Raiffeisen Bank International** mit jeweils über 75 %. Wienerberger gilt als Vergleichsmaßstab und setzt die Benchmark mit 100 %.

'Aus Sicht der Corona-Finanzkommunikation heben sich deutsche Unternehmen deutlich von den österreichischen ab. Die besten deutschen Unternehmen erfüllen die Erwartungen des Kapitalmarkts besser. Dies wird am folgenden Vergleich deutlich: die deutschen Top-5-Unternehmen sind Deutsche Bank AG (12 von 16 möglichen Punkten), INDUS Holding AG (11,5 Pkt.), PUMA SE, QIAGEN N.V. und Hapag-Lloyd AG (alle 10,5 Pkt.). Der österreichische Spitzenreiter Wienerberger AG erzielt 9 von 16 möglichen Punkten und würde damit im Ranking der DAX160-Unternehmen auf Rang 11 landen. Das zweitplatzierte Unternehmen in Österreich, Zumtobel Group AG, wäre auf Platz 33 zu finden.

'Besonders **verbesserungswürdig** ist die **Kommunikation zu den finanziellen Auswirkungen der Pandemie und der Prognose** zur Geschäftsentwicklung im weiteren Jahresverlauf.

'Die untersuchten Unternehmen äußern sich unzureichend zu den Auswirkungen der Pandemie auf die VFE-Lage.

'Die **ATX Prime-Gesellschaften informieren gut bis sehr gut über den Schutz von Mitarbeitern und Arbeitsplätzen (74 %)**, im Vergleich zu 56 % der DAX160-Unternehmen.

'Bei der **Qualität der Prognosen** erreichen die **ATX Prime-Unternehmen insgesamt nur die Hälfte der Punkte der im DAX gelisteten Unternehmen** in Deutschland.

'Die Financial Community muss sich ein möglichst realistisches Bild von der aktuellen und künftigen Geschäftslage machen können. In Krisenzeiten gilt: **lieber ungenauer als überhaupt nicht kommunizieren**.

'Die Folgen der Corona-Pandemie lassen sich inzwischen besser abschätzen als im Frühjahr 2020. Daher steigt die Erwartung an die Unternehmen, dass deren **Ausblick wieder mit konkreten Zahlen unterfüttert** wird.

Gliederung

1. MOTIVATION

2. DIE STUDIE

3. ERGEBNISSE

4. EMPFEHLUNGEN FÜR DIE PRAXIS

1. Motivation

Kommunikation schafft Vertrauen

Motivation der Studie

In den vergangenen vier Jahren konnte die Qualität der österreichischen Finanzkommunikation auf der Basis des Austrian Financial Communication Award (AFCA) erfolgreich gemessen und eingeschätzt werden. Die Ergebnisse wiesen stets erhebliches Verbesserungspotenzial in der Finanzkommunikation von börsennotierten Unternehmen in Österreich auf. Insbesondere in den Dimensionen Reporting und Investor Relations des in Leipzig entwickelten RIC-Modells werden Schwächen sichtbar und damit einhergehend eine ausbaufähige Transparenz der Unternehmen. Dabei ist Transparenz von enormer Bedeutung für den Kapitalmarkt und zahlt sich gerade in Krisenzeiten aus.

Nur diejenigen Gesellschaften, die die Marktteilnehmer in unsicheren Zeiten hinreichend zur Lage des Unternehmens, den (erwarteten) Auswirkungen der Pandemie und den Reaktionen des Managements auf diese Veränderungen informieren, schaffen Vertrauen. In diesem Jahr ist in Folge der Pandemie und der damit einhergehenden Krise eine besondere Auswertung notwendig. Daher wird mithilfe einer neu entwickelten Analysemethodik die Qualität der Finanzkommunikation österreichischer Unternehmen im Vergleich zu den deutschen Unternehmen in Zeiten der Corona-Pandemie beurteilt. Insbesondere untersucht die Studie, ob die Finanzkommunikation angesichts der Krisensituation zeitnah erfolgt ist. Untersucht wurden die Aktivitäten in der ersten „heißen“ Phase der Pandemie in den Monaten März und April 2020, darunter die Q1-Berichterstattung.

Ziel der vorliegenden empirischen Untersuchung ist es konkret, die Unternehmen am österreichischen Markt zu identifizieren, die als „Effective Financial Crisis Communicator | Austria“ hervorstechen.

Zülch, H./Kretzmann, C. W./Hottmann, J./Kretzschmar, T.: Die Operationalisierung effektiver Finanzmarktcommunication: das RIC-Modell als ganzheitliches Instrument zur Qualitätsbeurteilung von Finanzinformationen und deren Kommunikation, in:

Der Betrieb, 68 (2015) 46, 2649-2654.

Der DAX erholt sich schneller als der ATX

Deutschland kam bislang vergleichsweise gut durch die Corona-Krise, der DAX hat seinen Tiefstand hinter sich gelassen, allerdings bleibt der Aktienmarkt volatil.

Der ATX hat sich dagegen seit dem Tiefpunkt infolge der Corona-Pandemie nur leicht erholt.

DAX OKTOBER 2019-SEPTEMBER 2020



ATX OKTOBER 2019-SEPTEMBER 2020



2. Die Studie

Qualität der Kapitalmarkt-
kommunikation in
Krisenzeiten

Studienaufbau und Methodik

DAS SETTING

Stichprobenauswahl

Mithilfe einer neu entwickelten Analysemethodik soll die Qualität der Finanzkommunikation österreichischer Unternehmen in Zeiten der Corona-Pandemie beurteilt werden. Im Fokus stehen daher die Unternehmen des ATX Prime in der Zusammensetzung vom 01. Juli 2020. Als Vergleich werden die Unternehmen der DAX-Indices DAX30, MDAX und SDAX hinzugezogen.

Besonderheit der Stichprobe

Im Gegensatz zu anderen Börsenplätzen und -segmenten, wie dem deutschen Prime Standard, sind die Unternehmen an der Österreichischen Börse nicht zur Veröffentlichung eines Quartalsberichts verpflichtet.¹

Indes hat von 38 untersuchten Unternehmen nur eins weder eine Quartalsmitteilung noch eine -präsentation veröffentlicht. Damit setzen ein Großteil der ATX Prime-Unternehmen auf eine freiwillige Berichterstattung. Diese Ausgangssituation ermöglicht es, einen Vergleich mit dem deutschen Prime Standard zu ziehen.

CORONA-SCORE FÜR DIE KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

Zielsetzung des Corona-Score:

Qualität der Kapitalmarktkommunikation in Krisenzeiten beurteilen

Leitfragen der Erhebung aus vier Bereichen:

Management: Wird die geplante Dividendenzahlung im Zusammenhang mit der Pandemie genannt? Wird die Pandemie mit der Kapitalmarktentwicklung des Unternehmens in Zusammenhang gebracht?

Financials: Wie transparent kommuniziert das Unternehmen die finanziellen Auswirkungen der Pandemie?

Non-Financials: Kommuniziert das Unternehmen Maßnahmen aus dem Bereich CSR (Mitarbeiter, Gesellschaft)?

Prospectives: Werden Prognosen bis auf weiteres offengelegt (2. Quartal, Gesamtjahr)

¹Analysierte Dokumente waren die Q1-Mitteilung bzw. der Q1-Bericht, die Präsentation zum Q1 Earnings Call, Pressemitteilungen sowie Ad-hoc Mitteilungen*

Die Analysemethodik wurde eigens für diese Erhebung entwickelt, induktiv abgeleitet und durch Gespräche mit Vertretern mehrerer deutscher Unternehmen aus DAX und MDAX diskutiert.

* Presse- und Ad-hoc Mitteilungen wurden einbezogen, wenn sie im Zeitraum zwischen 01.03. bis 20.04.2020 publiziert wurden.

¹ <https://www.wienerborse.at/news/wiener-boerse-news/mehr-flexibilitaet-bei-der-finanzmarktkommunikation-fuer-neue-und-bereits-gelistete-unternehmen/>

<https://www.fondsprofessionell.at/news/maerkte/headline/wiener-boerse-streicht-pflicht-zum-quartalsbericht-151126/>

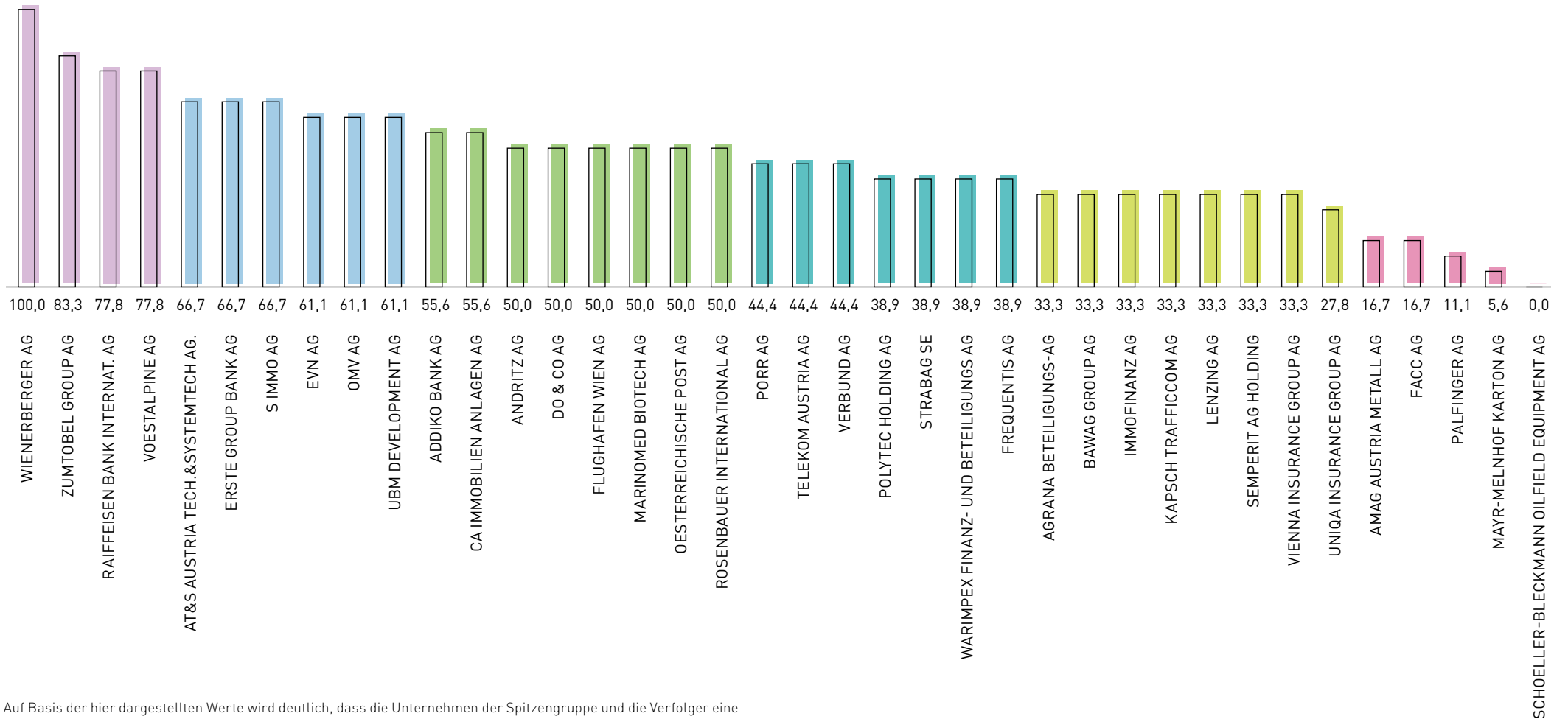
<https://www.nachrichten.at/wirtschaft/wiener-boerse-streicht-pflicht-zum-quartalsbericht;art15,3104250>

3. Ergebnisse

**DAX schlägt ATX in der
Corona-Kommunikation**

Corona-Score | Benchmark national (Österreich)

SCORE IN % SPITZENGRUPPE VERFOLGER OBERES MITTELFELD MITTELFELD UNTERES MITTELFELD SCHLUSSGRUPPE



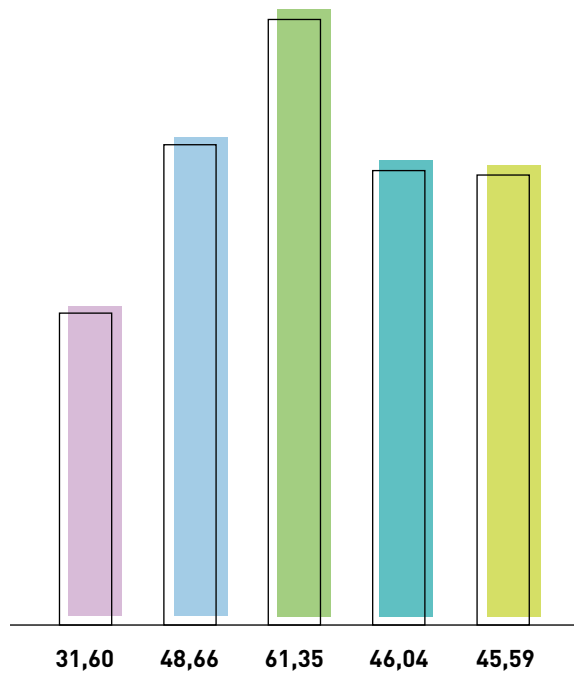
Auf Basis der hier dargestellten Werte wird deutlich, dass die Unternehmen der Spitzengruppe und die Verfolger eine gute bis sehr gute Finanzkommunikation zur Corona-Pandemie aufweisen. Aus diesem Grund können Spitzengruppe und Verfolger als "Effective Financial Crisis Communicator | Austria" identifiziert werden.

Corona-Score | Ein Vergleich von österreichischen und deutschen Unternehmen

Analysekategorien

Management | Financials | Non-Financials | Prospectives

SCORE IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



IN DER CORONA-KOMMUNIKATION ÜBERZEUGEN NUR DIE DAX-UNTERNEHMEN

¹In der Gesamtbetrachtung bleiben die Unternehmen des ATX-Prime hinter den Erwartungen an die Corona-Kommunikation zurück

²Dieses Verbesserungspotenzial sollte mit Blick auf die Berichtssaison 2020 von den Unternehmen erkannt werden und dringend umgesetzt werden

³Die DAX-Unternehmen allein erreichen mit einem Corona-Score von durchschnittlich 61 % einen relativ guten Wert

⁴Indes besteht bei zahlreichen untersuchten Unternehmen sowohl in Österreich als auch in Deutschland noch viel Luft nach oben, insbesondere hinsichtlich der Darstellung und Quantifizierung der Financials und Prospectives

Management

ANALYSESCHWERPUNKTE KATEGORIE MANAGEMENT

1. Geschäftsmodell*

Anpassung oder Erneuerung des Geschäftsmodells

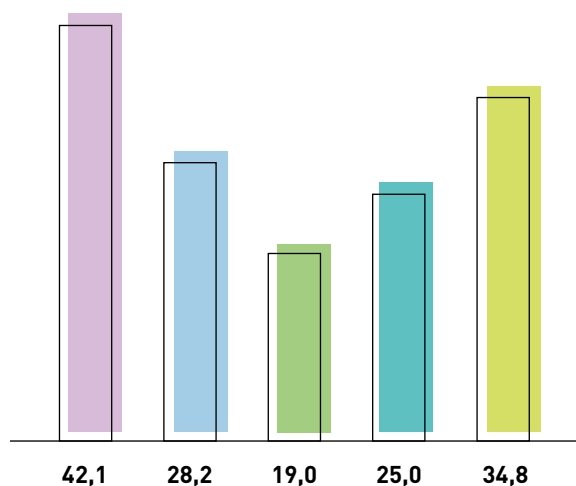
2. Wertmanagement*

Neue / angepasste Steuerungskennzahlen

3. Kapitalmarkt

Kommentierung des Aktienkurses
 Analystenempfehlungen
 (Anpassung von) Ratings

SCORE IN % **ATX PRIME** **DAX160 GESAMT** **DAX** **MDAX** **SDAX**



ERKENNTNISSE

*Die große Mehrheit der Unternehmen erfüllt die Erwartungen zum Thema Kapitalmarkt nicht

*Verglichen mit den deutschen Indizes sticht der ATX Prime positiv hervor

Indes ist auch im ATX Prime bei einem Score von 42% die Offenlegung zu Einflüssen der Pandemie im Bereich Kapitalmarkt verbesserungswürdig.

Es erscheint angesichts des Erhebungszeitraums plausibel, dass zunächst andere Themen (etwa Financials und Prospectives) von den IR- und PR-Abteilungen bedient werden.

Überraschend ist die besonders schwache Transparenz der DAX-Unternehmen.

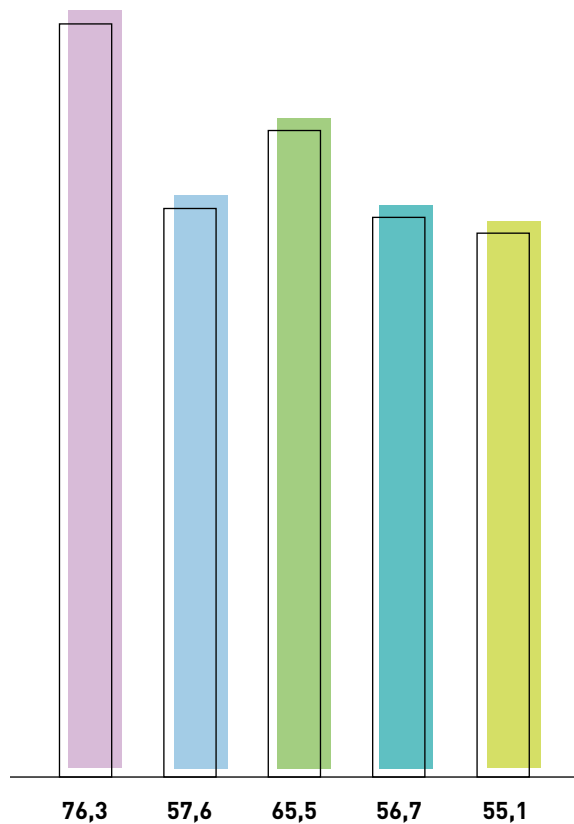
Der hohe Management-Score bei den SDAX-Unternehmen kann mit den größeren „Reporting Lags“ im Mid-Cap- und Small-Cap-Bereich begründet werden.

* Die Analysekategorien „Geschäftsmodell und Wertmanagement“ gehen nicht in die Berechnung des Management-Scores dar, weil dadurch keine Differenzierung erlangt wird.

Management | Kapitalmarkt | Dividende

PLANT DAS UNTERNEHMEN, IN 2020 (TROTZ PANDEMIE) EINE DIVIDENDE AUSZUSCHÜTTEN?¹

IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



ERKENNTNISSE

¹Über drei Viertel der ATX Prime-Unternehmen kommunizierten im Erhebungszeitraum, eine Dividende auszahlen zu wollen

Dies ist vor dem Hintergrund der Intensität der Krise zunächst überraschend.

Auch in Deutschland planten über 55% der Unternehmen, eine Dividende auszuschütten.

¹ Die Höhe der Dividende je Aktie / gesamten Ausschüttung wird bei dieser Erhebung nicht berücksichtigt.

Financials

ANALYSESCHWERPUNKTE KATEGORIE FINANCIALS

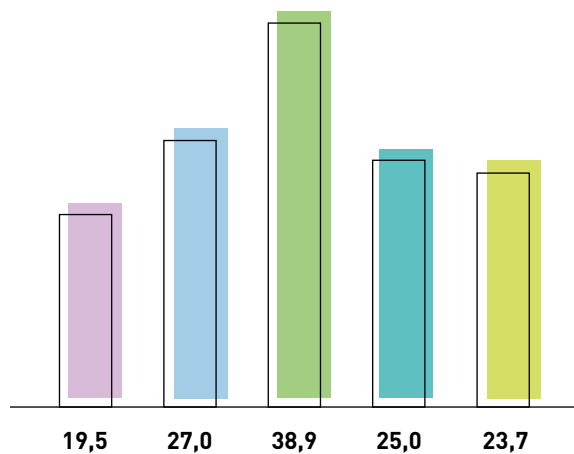
1. VFE-Lage

Auswirkung der Pandemie auf Vermögens-, Finanz- und Ertragslage Pro-forma Kennzahlen / „EBITDAC“¹

2. IFRS-Abschluss

Schätzungen und Ermessensspielräume
Impairment/IAS 36

SCORE IN % **ATX PRIME** **DAX160 GESAMT** **DAX** **MDAX** **SDAX**



ERKENNTNISSE

¹ATX Prime und DAX 160 schneiden im Bereich Financials mangelhaft ab

¹Die Unternehmen legen essentielle Informationen zu den Auswirkungen der Pandemie unzureichend offen

Der DAX liefert – auf niedrigem Niveau – signifikant mehr Informationen zu den Einflüssen von Corona auf die VFE-Lage als die Unternehmen von ATX Prime, MDAX und SDAX.

Etwa 71 % im ATX Prime äußern sich zu den Auswirkungen auf die Ertragslage, bei der Vermögens- und Finanzlage sind es indes weniger als 10 % der Unternehmen.

Zwischen einem Viertel (Vermögens- und Finanzlage) und der Hälfte der Aussagen (Ertragslage) zu den Auswirkungen von Corona werden quantifiziert.

Eine Covid-bereinigte Pro-Forma-Kennzahl taucht in der Q1-Kommunikation nicht auf.

¹ „Earnings before Interest, Taxes, Depreciation & Amortization, and Coronavirus“, vgl. Ekeu (2020)
<https://www.washingtonvaluation.com/post/where-do-you-stand-on-ebitdac>

Non-Financials

ANALYSESCHWERPUNKTE KATEGORIE NON-FINANCIALS

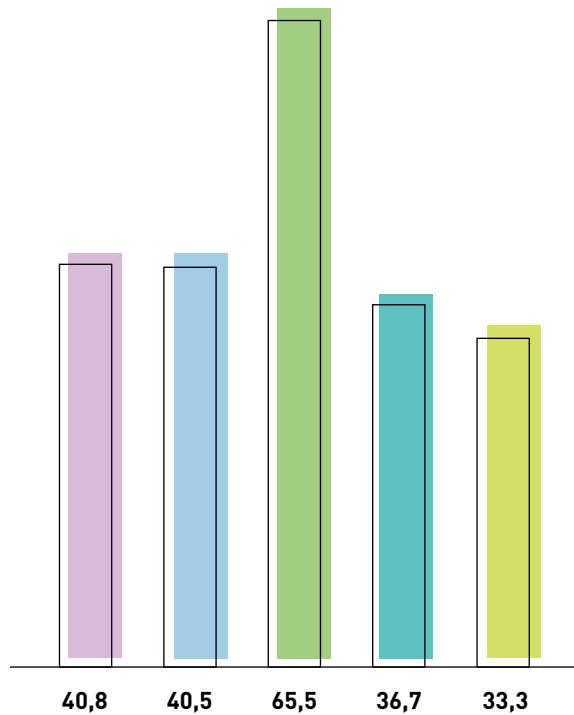
1. Mitarbeiter

Maßnahmen zum Schutz der Belegschaft oder zum Erhalt von Arbeitsplätzen

2. Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement

SCORE IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



ERKENNTNISSE

¹Der ATX Prime informiert gut bis sehr gut zum Schutz von Mitarbeitern und Arbeitsplätzen (74% der Unternehmen), im Vergleich zum DAX160, wo dies nur 56% tun

¹Nur die DAX-Unternehmen informieren in der Kategorie Non-Financials mehrheitlich gemäß den Erwartungen

¹Die Unternehmen im ATX Prime (8% der Unternehmen), MDAX (20%) und SDAX (16%) äußern sich indes sehr vereinzelt zum gesellschaftlichen Engagement im Rahmen der Pandemiebewältigung

Prospectives

ANALYSESCHWERPUNKTE KATEGORIE PROSPECTIVES

1. Strategie

Anpassung strategischer Ziele

2. Chancen und Risiken

Pandemie als Chance und/oder Risiko

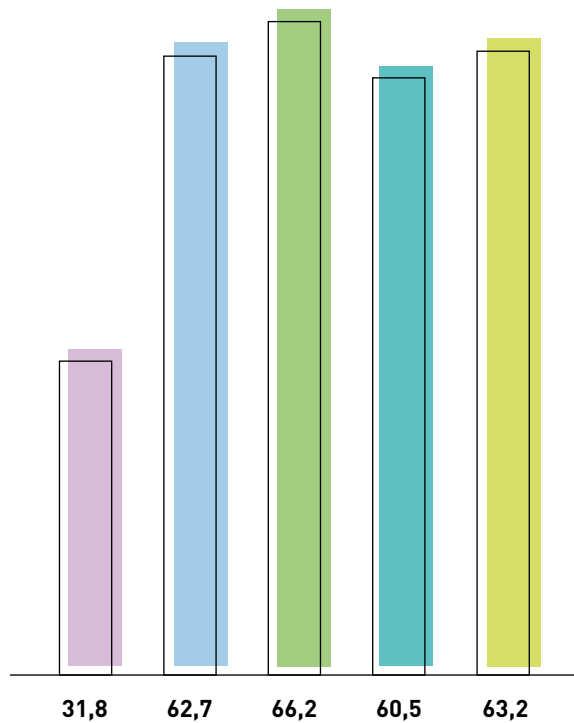
3. Prognose

Prognose für GJ 2020, Prognose für Q2/2020

4. Nachtrag

Corona im Nachtrag des GB 2019

SCORE IN % **ATX PRIME** **DAX160** **GESAMT** **DAX** **MDAX** **SDAX**



ERKENNTNISSE

¹Bezüglich der prospektiven Informationen bleibt der ATX Prime im Durchschnitt hinter den Erwartungen zurück (Score von 32%)

¹Vor allem der Vergleich mit den deutschen Unternehmen offenbart großen Nachholbedarf

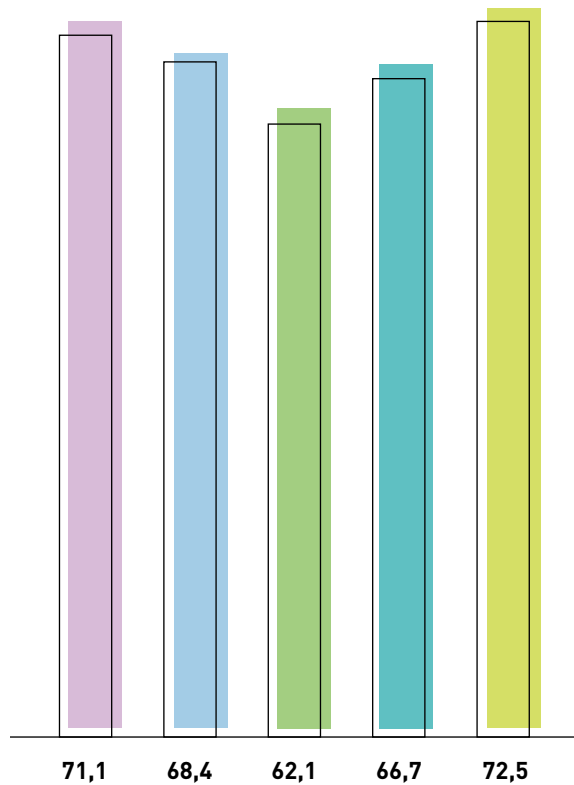
63% der ATX Prime-Unternehmen (97% im DAX160) passten ihren Ausblick für das Geschäftsjahr 2020 an oder zogen ihn zurück.

71% der Unternehmen des ATX Prime (68% im DAX160) sprechen bereits in der Prognose des GB 2019 über Corona.

Prospectives | Prognosebericht

WIRD IM PROGNOSEBERICHT DES GESCHÄFTSBERICHTS 2019 BEREITS ÜBER DIE PANDEMIE BERICHTET?

IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



ERKENNTNISSE

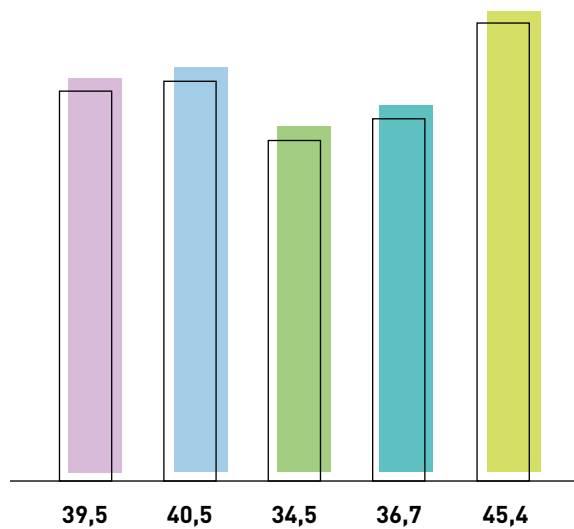
¹Knapp drei Viertel der untersuchten Unternehmen im ATX Prime (71 %) berichteten bereits im Ausblick ihres GB 2019 über die Pandemie. Im DAX160 sind dies 68 %

Dass der Anteil dieser Unternehmen im SDAX am höchsten ist, kann mit den größeren „Reporting Lags“ im Mid-Cap- und insb. im Small-Cap-Bereich begründet werden.

Prospectives | Nachtrag

WIRD DIE PANDEMIE BEREITS IM NACHTRAGSBERICHT DES GESCHÄFTSBERICHT 2019 GENANNT?

IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



ERKENNTNISSE

¹ Lediglich 40 % der untersuchten Unternehmen in Österreich und Deutschland nannten die Pandemie im Nachtragsbericht ihres Geschäftsbericht 2019

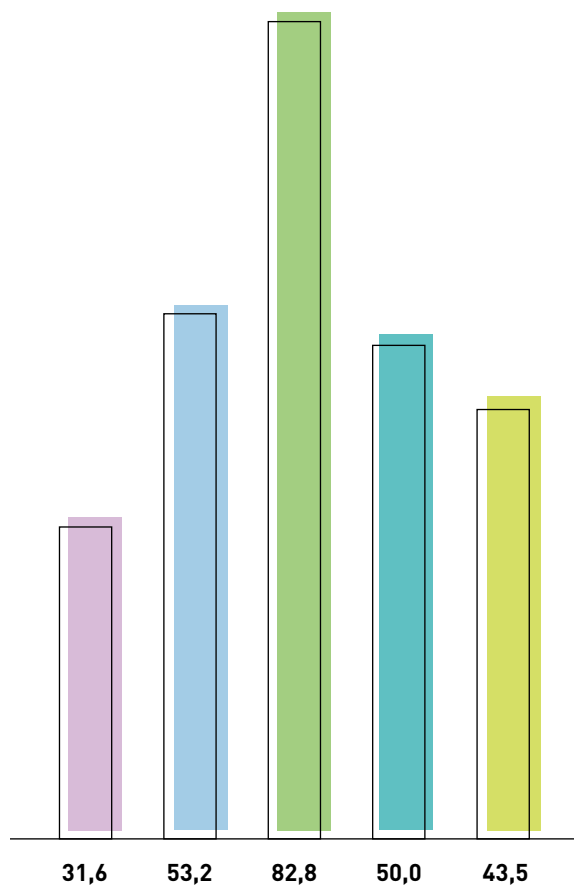
Verglichen mit dem Anteil von Unternehmen mit Nennung in der Prognose des GB 2019 (vorherige Folie) ist dies interessant, denn die Pandemie wird in der Vorausschau genannt („wirkt sich wahrscheinlich auf unser Geschäft aus“), aber seltener im Nachtrag („die Auswirkungen sind bis jetzt unbekannt oder nicht existent; daher der seltenere Bezug darauf“).

Auch hier zeigen sich Unterschiede zwischen den vier Indizes hinsichtlich der „Reporting Lags“ im Mid-Cap- und Small-Cap-Bereich.

Specials | Geografische Besonderheiten im Hinblick auf die Pandemie

WIRD AUF GEOGRAFISCHE BESONDERHEITEN IN HINBLICK AUF DIE PANDEMIE EINGEGANGEN?

SCORE IN % ATX PRIME DAX160 GESAMT DAX MDAX SDAX



ERKENNTNISSE

¹Im ATX Prime gehen 32% der Unternehmen darauf ein, wie sich geografische Besonderheiten der Pandemie-Entwicklung und -Bekämpfung auf die Geschäftsentwicklung auswirkten

¹Auffällig sind hierbei die Unterschiede zwischen den Indizes, wobei sich die verschiedenen Ergebnisse auf die unterschiedlichen Internationalisierungsgrade zurückführen lassen können

4. Empfehlungen für die Praxis

**Erklären, zurückblicken,
vorausschauen!**

Handlungsempfehlungen

1. LAGEBERICHT

Investoren (und Analysten) müssen sich ein möglichst realistisches Bild von der aktuellen und künftigen Geschäftsentwicklung machen können. Österreichische (und deutsche) Unternehmen sollten über wesentliche Veränderungen in ihren Quartalsberichten informieren. Daher: Lieber ungenauer als überhaupt nicht kommunizieren. Lieber sagen, dass man die Auswirkungen der Pandemie auf einen bestimmten Geschäftsbereich (bspw. Lieferkette) noch nicht genau beziffern kann als ihn gar nicht zu erwähnen.

2. PROGNOSEBERICHT

Von Unternehmen wird erwartet, dass sie im Rahmen der Finanzberichterstattung und Kapitalmarktkommunikation nicht nur Rechenschaft über vergangene Geschäftsaktivitäten und -zahlen ablegen, sondern auch ihre zukünftigen Aktivitäten, die strategische Ausrichtung, die künftigen operativen Tätigkeiten und die erwartete finanzielle Lage des Unternehmens transparent darstellen.

Guidance allgemein: Die Folgen der Corona-Pandemie lassen sich inzwischen besser abschätzen als im Frühjahr 2020. Daher steigt die Erwartung an die Unternehmen, dass deren Ausblick wieder mit konkreten Zahlen unterfüttert werden. Die Prognose weiterhin auszusetzen oder nur qualitative Prognosen/Guidance abzugeben, wird künftig nicht mehr ausreichen bzw. immer weniger von Investoren und Analysten toleriert.



WAS MACHT (GUTE) KRISENKOMMUNIKATION AUS?

Wie geht das Unternehmen mit der Krise um?

- 'Zunächst ist eine Krisenanalyse unabdingbar (bspw. zu Art und vielfältigen Auswirkungen dieser Krise)
- 'Sicherung der Legitimität
- 'Betroffenheit des Geschäfts
- 'Auswirkungen beziffern, Ausblick geben

Wie kommuniziert das Unternehmen Maßnahmen zur Krisenbewältigung?

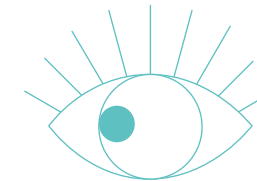
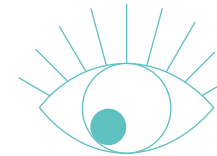
Strategische Kommunikation

- 'Transparenz ist essentiell - „Kommuniziert!“
- 'Schnelligkeit/Push-Reporting
- 'Szenario-Berichterstattung
- 'Integration, d. h. Ansprache von verschiedenen Stakeholder-Gruppen

Operative Kommunikation

- 'Kontinuität/Erreichbarkeit
- 'Nutzung von Social Media
- 'Verknüpfung von Non-Financials und Financials
- 'Fehler eingestehen

Das Setup für die Berichtssaison 2020 und darüber hinaus



WAS IST RELEVANT FÜR DIE BERICHTSSAISON 2020?

Management

'Geschäftsmodell – Werden Veränderungen vorgenommen oder neue Geschäftsmodelle vorbereitet/realisiert?

Financials

'Corona-Auswirkungen – Was sind die Ursachen und Zusammenhänge auf Bestellungen, Aufträge, Umsatz, Ergebnis, Investitionen, Cash Flow etc.

'Special Items & „EBITDAC“ – Was hat Corona in 2020 gekostet? (Stichwort: Überleitungen)

Non-financials

'ESG – Rücken soziale Aspekte durch Corona vermehrt in den Vordergrund?

Prospectives

'Strategie – Werden Anpassungen vorgenommen?

'Ausblick/Prognose – Was kann (abhängig von Szenarien) prognostiziert werden?

'Risiko-Management – Welche (Folge-)Risiken ergeben sich im Rahmen der Pandemie, einer zweiten „Welle“ etc.?

WIE GEHT ES WEITER? TRENDS ÜBER 2020 HINAUS

Enge Verzahnung von Financials und Non-financials

'Kritische Erfolgsfaktoren frühzeitig identifizieren im Rahmen eines ganzheitlichen Geschäftsmodells

Steigende Bedeutung der Prospectives

'Weg vom Kurzfristdenken, hin zu einer klaren Strategieorientierung

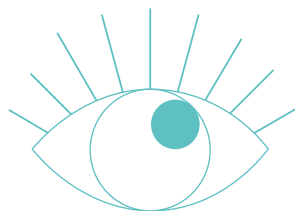
'Verfeinerung des Chancen- und Risikoberichts

'Aussagekräftigere Prognoseabschätzung

Meta-Ansatz für eine gute Krisenkommunikation

'Strategie: Erklärung der Kommunikationsstrategie, d. h. zu Art und Umfang der Kommunikation in der Krise (Kommunikations-Guidance)

'Ziel: Erwartungsmanagement



Impressum/ Kontakt

HERAUSGEBER

Kirchhoff Consult AG
Borselstraße 20
22765 Hamburg

T +49 40 609186-0
F +49 40 609186-16

info@kirchhoff.de
www.kirchhoff.de

HHL Leipzig Graduate School of Management

Prof. Dr. Henning Zülch
Philipp Ottenstein
Toni W. Thun

Lehrstuhl für Rechnungswesen,
Wirtschaftsprüfung und Controlling

Jahnallee 59
04109 Leipzig

T +49 341 9851-701
F +49 341 9851-702

info@hhl.de
www.hhl.de

PRESSEANFRAGEN

Kirchhoff Consult AG
Jens Hecht
Managing Partner

jens.hecht@kirchhoff.de
www.kirchhoff.de

ÜBER KIRCHHOFF CONSULT AG

Wir entwickeln nachhaltig Werte – für unsere Kunden und ihre Stakeholder. Kirchhoff ist ein Team von Spezialisten in den Bereichen Capital Markets, Corporate Communications und Sustainability. Erfahrung, Kreativität und ganzheitliches Denken zeichnen uns aus. Mit unseren Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichten, bei der Begleitung von Börsengängen, im Bereich der Investor Relations sowie in der Strategieentwicklung und Kommunikation von unternehmerischer Verantwortung sind wir führend. Erfahren Sie mehr auf www.kirchhoff.de.

ÜBER HHL LEIPZIG GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT

Die HHL ist eine universitäre Einrichtung und zählt zu den führenden internationalen Business Schools. Ziel der ältesten betriebswirtschaftlichen Hochschule im deutschsprachigen Raum ist die Ausbildung leistungsfähiger, verantwortungsbewusster und unternehmerisch denkender Führungspersönlichkeiten. Die HHL zeichnet sich aus durch exzellente Lehre, klare Forschungsorientierung und praxisnahen Transfer sowie durch hervorragenden Service für ihre Studierenden. Das Studienangebot umfasst Voll- und Teilzeit-Master in Management- sowie MBA-Programmen, ein Promotionsstudium sowie Executive Education. Die HHL ist akkreditiert durch AACSB International. www.hhl.de

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine umfassende Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der HHL Leipzig Graduate School of Management und Kirchhoff Consult AG wird ausgeschlossen.