

2023

Q2

IR – SPOTLIGHT

INVESTOR RELATIONS

Small- & MicroCap IR

ESG

IR Insight

IR-Events



OUR IR-SERVICES





CONTENT

SMALL- & MICROCAP IR

| | |
|---|----|
| ARTICLE: Starke Dominanz von kleinen Auslands-Aktien wächst Strong Dominance of Small Foreign Shares Grows | 5 |
| ARTICLE: Mit LinkedIn zu mehr Visibilität in der Financial Community Increasing Visibility in the Financial Community with LinkedIn | 14 |
| IR-NEWS: Small-Cap IR & IR Insight | 21 |

IR INSIGHT

| | |
|--|----|
| ARTICLE: Chatbot wird zum Arbeits-Tool Chatbot Becomes a Work Tool | 23 |
| ARTICLE: Digitale Helferlein für die IR-Abteilungen Digital Helpers for IR Teams | 26 |
| IR-NEWS: IR Insight | 33 |



ESG

ARTICLE: Der Finanzvorstand als Nachhaltigkeits-Architekt
The CFO as an Architect of Sustainability 34

ARTICLE: Green Hushing: Schweigen zu grünen Zielen ist nicht Gold
Green hushing: Silence on Green Goals Is Not Golden 41

IR-NEWS: IR Insight 48

EVENTS & IMPRINT

EVENTS: 49

IMPRINT: 50





STARKE DOMINANZ VON KLEINEN AUSLANDS-AKTIEN AN DER BÖRSE FRANKFURT

**Unternehmen aus den USA, Kanada,
Großbritannien und Australien do-
minieren den Markt**

Auslandsaktien liegen an der Börse Frankfurt im Trend. Schaut man sich die Zahlen der in Frankfurt gehandelten Werte an, so ist das schon erstaunlich: Über 13.000 Unternehmen aus dem Ausland sind in Frankfurt handelbar. Demgegenüber stehen gerade einmal knapp 700 deutsche Unternehmen, die an der Börse Frankfurt gehandelt werden können.

Woher kommen die ausländischen Unternehmen, die offensichtlich den Handel an der Börse Frankfurt so deutlich dominieren? Firmen aus den USA liegen mit ca. 3.200 Unternehmen klar vorn, gefolgt von Kanada

STRONG DOMINANCE OF SMALL FOREIGN SHARES ON THE FRANKFURT STOCK EXCHANGE

**Companies from the USA, Canada,
Great Britain and Australia dominate
the market**

Foreign equities are trendy on the Frankfurt Stock Exchange. If you look at the figures for the values traded in Frankfurt, this is astonishing: over 13,000 companies from abroad are tradable in Frankfurt. In contrast, there are just under 700 German companies that can be traded on the Frankfurt Stock Exchange.

Where do foreign companies come from that clearly dominate trading on the Frankfurt Stock Exchange? Companies from the USA are clearly ahead with around 3,200 companies, followed by Canada with almost 2,000 companies. This is followed by

mit knapp 2.000 Unternehmen. Es folgen Großbritannien (über 1.000 Unternehmen), Japan (720 Unternehmen) und Australien (669 Unternehmen).

Das heißt: Derzeit können im Vergleich zu deutschen Unternehmen fast 5x so viele Unternehmen aus den USA und fast 3x so viele kanadische Aktien an der Börse Frankfurt gehandelt werden. Und die Zahlen sagen auch: Es sind mehr Aktien von Unternehmen aus Großbritannien und Japan handelbar als deutsche Unternehmen. Unternehmen aus Australien – ein Kontinent, der so unglaublich weit entfernt von Deutschland ist – liegt hinsichtlich der handelbaren Unternehmen fast gleichauf.

the United Kingdom (over 1,000 companies), Japan (720 companies) and Australia (669 companies).

This means that, compared to German companies, almost 5 times as many companies from the USA and almost 3 times as many Canadian shares can currently be traded on the Frankfurt Stock Exchange. And the figures also say that more stocks from companies in the UK and Japan are tradable than German companies. Companies from Australia – a continent so incredibly far away from Germany – are almost the same in terms of tradable companies.



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

LEARN NOW



Dominanz der kleinen Unternehmen

Alles Large- & Giant-Caps? Nein, ganz und gar nicht. Die Größe der in Deutschland gehandelten ausländischen Unternehmen variiert mit einer deutlichen Tendenz zu kleinen Unternehmen: Bei den **amerikanischen Unternehmen** sind 29% der Unternehmen Small Caps, knapp 16% MicroCaps und immerhin 3% NanoCaps. Fast die Hälfte der amerikanischen Unternehmen, die in Deutschland gehandelt werden, weisen somit eine MK von unter 1 Mrd. € auf.

Bei den **kanadischen Unternehmen** weisen die Zahlen eine noch viel eindeutigeren Tendenz in Richtung

Dominance of small enterprises

All Large & Giant Caps? No, not at all. The size of foreign companies traded in Germany varies with a clear tendency towards small companies: among American companies, 29% of companies are small caps, almost 16% microcaps and at least 3% nanocaps. Almost half of the American companies trading in Germany thus have an MK of less than €1 billion.

In the case of Canadian companies, the figures show an even clearer trend towards small businesses: approx. 17% SmallCaps, 32% MicroCaps and almost 41% NanoCaps. This

Kleinunternehmen: Ca. 17% SmallCaps, 32% MicroCaps und fast 41% NanoCaps. Das heißt: die Marktkapitalisierung von fast 90% der kanadischen Werte, die in Deutschland gehandelt werden, liegt unter 1 Mrd. €.

Und die **australischen Unternehmen**? Ein ähnliches Bild wie bei den kanadischen Unternehmen: 28% SmallCaps, 36% MicroCaps und 17% NanoCaps. 80% der in Deutschland gehandelten australischen Unternehmen weisen eine Marktkapitalisierung von unter 1 Mrd. € auf.

means that the market capitalisation of almost 90% of Canadian assets traded in Germany is below €1 billion.

And the Australian companies? A similar picture to the Canadian companies: 28% SmallCaps, 36% MicroCaps and 17% NanoCaps. 80% of Australian companies traded in Germany have a market capitalisation of less than €1 billion.

¹ Datum der Datenerhebung 02.10.2022. Die Definition der Unternehmensgrößen sind wie folgt: SmallCaps: Marktkapitalisierung von unter 1 Mrd. € bis 100 Mio. €, MicroCaps: Marktkapitalisierung von unter 100 Mio. € bis 10 Mio. €, NanoCaps: Marktkapitalisierung von unter 10 Mio. €.

¹ Date of data collection 02.10.2022. The definition of company sizes is as follows: SmallCaps: market capitalisation of less than €1 billion to €100 million, MicroCaps: market capitalisation of less than €100 million to €10 million, NanoCaps: market capitalisation of less than €10 million.

Das Interesse deutscher Privatanleger an ausländischen Werten?

Handelbar an der Börse Frankfurt zu sein ist das eine. Doch wie sieht es mit dem Interesse der Privatinvestoren an diesen ausländischen Werten aus? In vielen Internet-Foren diskutieren deutsche Anlegerinnen und Anleger sehr aktiv und intensiv über die Unternehmen aus den USA, Kanada, Großbritannien oder auch Australien. Ein interessantes Detail: Obwohl sehr viel mehr kanadische Werte an der Börse Frankfurt handelbar sind, werden aktuell deutlich mehr australische Werte diskutiert – natürlich nach den US-amerikanischen Werten.

The interest of German private investors in foreign values?

Being tradable on the Frankfurt Stock Exchange is one thing. But what about the interest of private investors in these foreign values? In many internet forums, German investors discuss the companies from the USA, Canada, Great Britain or Australia very actively and intensively. An interesting detail: Although much more Canadian securities are tradable on the Frankfurt Stock Exchange, there are currently significantly more Australian securities being discussed – according after the US values, of course.



Welche Branchen sind derzeit bevorzugt?

Ein Blick in die deutschen Diskussionsforen zeigt: Biotech, Rohstoffwerte und grüne Aktien liegen im Trend. Da wundert es auch nicht, dass viele deutsche Aktionäre an ausländischen Werten interessiert sind. Denn: An deutschen Börsen sind nur 13 deutsche Biotech-Unternehmen gelistet, aber 311 US-Unternehmen, 67 kanadische und 30 australische Biotech-Unternehmen. Ebenfalls eine deutliche Diskrepanz bei den Rohstoffwerten: 120 Rohstoff-Unternehmen aus Australien und mehrere Hundert Rohstoffunternehmen aus Kanada werden an den deutschen

Which industry is currently preferred?

A look at the German discussion forums shows that biotech, commodity stocks and green equities are on trend. And it is not surprising that many German shareholders are interested in foreign assets. Because: Only 13 German biotech companies are listed on German stock exchanges, but 311 US companies, 67 Canadian and 30 Australian biotech companies. There is also a clear discrepancy in commodity values: 120 commodity companies from Australia and several hundred commodity companies from Canada are traded on the German stock exchanges. And the number of





Börsen gehandelt. Und die Anzahl deutscher Unternehmen? Weniger als 10 Unternehmen. Wollen also deutsche Investoren in angesagte Branchen investieren, kommen sie um ein Investment an ausländischen Unternehmen kaum herum.

Und das Handelsvolumen ausländischer Werte?

Ausländische Unternehmen weisen durchaus stattliche Handelsvolumina auf. Tesla bspw. kommt auf ein durchschnittliches tägliches Handelsvolumen an deutschen Börsen von 56 Mio. €. Aber auch die ausländischen Small-Caps weisen teils beeindruckende Zahlen auf: So beträgt der durchschnittliche tägliche Handel an deutschen Börsen bei der US-amerikanischen Small-Cap ,Bed Bath &

German companies? Less than 10 companies. So if German investors want to invest in trendy industries, they can hardly avoid investing in foreign companies.

And the volume of foreign assets traded?

Foreign companies have quite considerable trading volumes. Tesla, for example, has an average daily trading volume on German stock exchanges of €56 million. However, foreign small caps also have some impressive figures: the average daily trading volume on German exchanges for the US small-cap 'Bed Bath & Beyond' is €5.1 million, the British small-cap 'ITM Power' has a daily trading volume on German exchanges of €2.5 million, and the Canadian 'Standard Lithium'

Beyond 5,1 Mio. €, das britische Small-Cap , ITM Power kommt auf ein tägliches Handelsvolumen an deutschen Börsen von 2,5 Mio. €, die kanadische ,Standard Lithium' – ebenfalls ein Small-Cap – erreicht ein durchschnittliches tägliches Handelsvolumen von knapp 2 Mio. €. Inno-can Pharma – ein kanadisches Micro-Cap-Unternehmen – realisiert etwa 200.000 € Handelsvolumen pro Tag in Deutschland. Zum Vergleich: An der Heimatbörse ,Canadian Securities Exchange', Toronto, sind es gerade einmal 15.700 CA\$ pro Tag.

Aber selbstverständlich gibt es auch die ausländischen Werte, die kein oder kaum Handelsvolumen in Deutschland aufweisen. Gerade bei den kleinen Werten kann davon ausgegangen werden, dass das Handelsvolumen viel mit dem Engagement der Unternehmen an den deutschen Kapitalmärkten zusammenhängt, die Unternehmen bei den Investoren bekannt zu machen.

² Für alle erwähnten Unternehmen gilt: Stand: 01.10.2022, 30-Tagesdurchschnitt, Summe über alle Börsen und Handelsplattformen in Deutschland.

– also a small-cap – has an average daily trading volume of just under €2 million. Inno-can Pharma – a Canadian MicroCap company – realizes approximately €200,000 in trading volume per day in Germany. By way of comparison, the home exchange, the Canadian Securities Exchange, Toronto, is only \$15,700 a day.

But, of course, there are also foreign values that have little or no trading volume in Germany. Particularly in the case of small values, it can be assumed that the volume of trade is much related to the commitment of companies on the German capital markets to make companies known to investors.

² The following applies to all companies mentioned: As of 01.10.2022, 30-day average, sum over all exchanges and trading platforms in Germany.

Want to increase your shareholder count?

Explore Dr. Reuter's Investor Relations's digital methods beyond trading!

IR SERVICES

- ✓ Investor Targeting
- ✓ Roadshows
- ✓ Corporate Access
- ✓ Sustainability

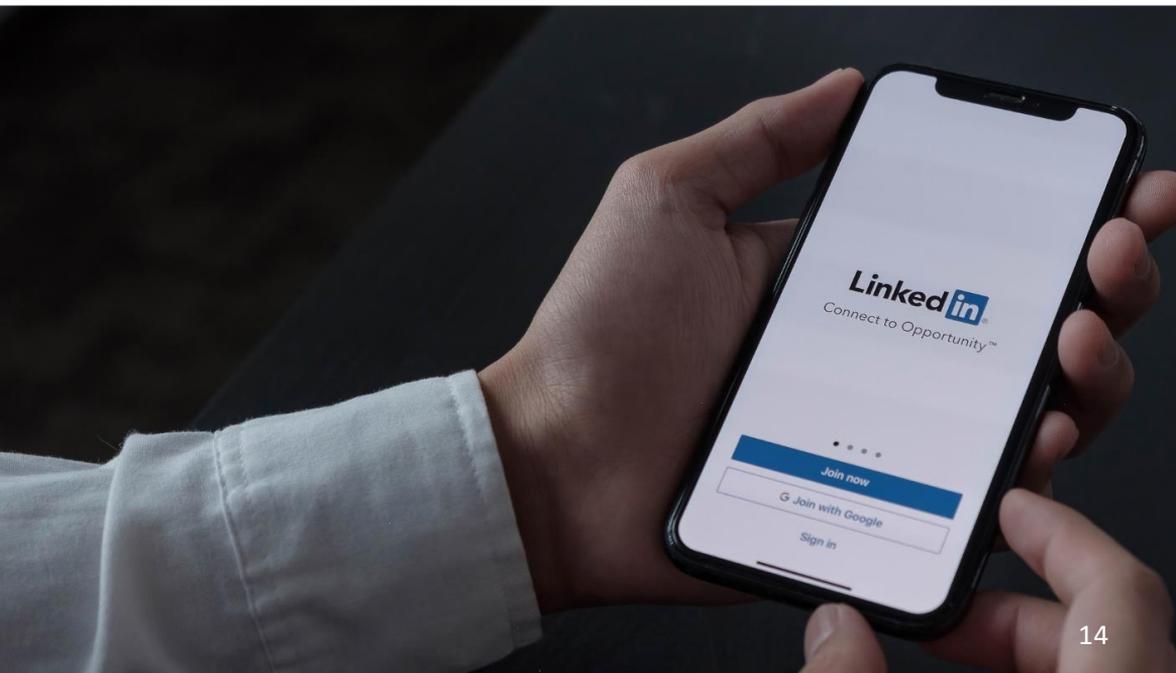
[MORE INFO](#)

MIT LINKEDIN ZU MEHR VISIBILITÄT IN DER FINANCIAL COMMUNITY

Social Media wie LinkedIn, Instagram und TikTok sind nicht nur ein zentraler Bestandteil in der Alltagskommunikation, sondern auch längst in der IR-Arbeit angekommen. Eine Studie der US-Unternehmensberatung Greenwich Associates aus dem Jahr 2020 kommt zu dem Ergebnis, dass fast 80 Prozent aller institutionellen Anleger die Social Media im Rahmen ihres regulären Tagesablaufs nutzen. Rund 30 Prozent der Befragten gaben an, dass die über soziale Medien

INCREASING VISIBILITY IN THE FINANCIAL COMMUNITY WITH LINKEDIN

Social media such as LinkedIn, Instagram and TikTok have not only become a central component in everyday communication but have also long since arrived in IR work. A 2020 study by US business consultancy Greenwich Associates found that nearly 80 percent of all institutional investors use social media as part of their regular daily routine. Around 30 percent of respondents said that information received via social media



erhaltenen Informationen einen direkten Einfluss auf ihre Entscheidungen oder Empfehlungen für ein Investment haben.

Zu einer ähnlichen Einschätzung kommt eine von DVFA und IR Club im vierten Quartal 2021 durchgeführte Umfrage unter Finanzprofis. 71 Prozent der Befragten erwarten eine wachsende Bedeutung der Social Media bei Informationen zu IR-Themen. Ebenfalls 71 Prozent sehen dabei LinkedIn als wichtigsten Social-Media-Kanal. 44 Prozent gehen noch einen Schritt weiter und räumen Plattformen wie LinkedIn mindestens eine gleichwertige Bedeutung als Informationsquelle ein wie klassische Print- und Onlinemedien.

Um vor allem jüngere Zielgruppen für die eigene Aktie zu begeistern, nehmen neue Formate und neuer Content in den Social-Media-Kanälen und hier in erster Linie bei LinkedIn einen immer größeren Raum in der IR-Arbeit von Unternehmen ein. Wer in der PR- oder IR-Abteilung noch keine Social-Media-Spezialisten hat, wird wahrscheinlich bei den Marketing- oder HR-Teams fündig. Je nach Budget und Unternehmensgröße

has a direct impact on their investment decisions or recommendations.

A similar assessment is made by a survey of financial professionals conducted by DVFA and IR Club in the fourth quarter of 2021. 71 percent of respondents expect social media to be increasingly important when it comes to information on IR topics. 71% see LinkedIn as the most important social media channel. 44 percent take things one step further and give platforms such as LinkedIn at least equivalent importance as a source of information to traditional print and online media.

In order to get younger target groups excited about their own shares in particular, new formats and new content in the social media channels and here primarily at LinkedIn occupy an increasingly larger space in companies' IR work. Those who do not yet have social media specialists in the PR or IR department will probably



bieten sich zwei Optionen an. Die IR-Abteilungen können einen eigenen Unternehmens-Podcast starten oder als Gast bei einem Drittanbieter-Podcast auftreten – als Ergänzung zu monatlichen oder quartalsweisen Newsletters, die elektronisch publiziert werden.

Für welche Variante man sich auch immer entscheidet: wichtig ist die Kohärenz. Idealerweise sollte mindestens einmal wöchentlich frischer IR-Content gepostet werden. Wer nur sporadisch die Ansprache über

find what they are looking for in the marketing or HR teams. Two options are available, depending on budget and company size. The IR departments can start their own corporate podcast or act as a guest on a third-party podcast – in addition to monthly or quarterly newsletters, which are published electronically.

Whichever variant you choose, coherence is important. Ideally, fresh IR content should be posted at least once a week. Someone who only sporadically seeks connections via

LinkedIn sucht, suggeriert der User-schaft, dass es wenig mitzuteilen gibt oder – noch schlimmer – die Online-plattform nur als „side-kick“ zu den herkömmlichen Kommunikationsvehikeln mitläuft.

LinkedIn bietet die Chance, für mehr Interaktion mit den Usern zu sorgen. Eine zentrale Rolle spielt hier der personalisierte Content. Videos, in denen der Vorstandschef, aber auch der Head of IR über ihre Arbeit sprechen, bringen mehr Interaktion mit den Usern im Sinne einer Emotionalisierung. Es geht hauptsächlich nicht darum, so viele Likes wie möglich zu generieren, sondern die Zielgruppen an das Unternehmen, seine Produkte und Marken und natürlich an die Aktie als Investment zu binden. Die Finanzabteilungen wiederum bekommen über LinkedIn die Möglichkeit, sich Real-Time-Feedback zum Erscheinungsbild in der Financial Community abzuholen.

Um einen regelmäßigen Kontakt aufzubauen, muss die Ansprache stimmen. Die jüngeren Investoren wollen immer kürzeren und schnelleren

LinkedIn is suggesting to users that they have little to share or – even worse – that their online platform only runs as a "sidekick" to their conventional communication vehicles.

LinkedIn offers an opportunity to ensure more interaction with the users. Personalised content plays a central role here. Videos in which the CEO, but also the Head of IR, talk about their work, create more interaction with the users in the sense of an emotional dimension. The main goal is not to generate as many likes as possible, but to bind the target groups to the company, its products and brands and, of course, to the stock as an investment. Via LinkedIn, finance departments in turn get the opportunity to collect real-time



Content konsumieren. Will heißen: kurze und prägnante Botschaften, dazu weniger Fachausdrücke aus der Finanzwelt, sind ein absolutes Muss, damit die Equity Story griffig und kompakt herüberkommt. Dazu sollten die Beiträge im einstelligen Minutenbereich kurzgehalten werden.

Als Formate eignen sich Videos und Videoausschnitte aus Live-Interviews oder Firmenevents, einzelne Slides aus Unternehmenspräsentationen mit den wichtigsten Kennzahlen, Infografiken zu aktuellen Themen, aber auch kommentierte Presseartikel und Blogbeiträge zum Unternehmen. Welches dieser Formate eingesetzt wird, orientiert sich an den Inhalten. Hier haben die IR-Abteilungen eine

feedback on their image in the financial community.

In order to establish a regular contact, the message must be correct. Younger investors want to consume ever shorter and faster content. In other words: short and concise messages, along with fewer technical terms from the financial world, are an absolute must for the equity story to come across in a gripping and compact way. For this purpose, contributions should be kept short: in the single-digit minute range.

Suitable formats include videos and video excerpts from live interviews or company events, individual slides from company presentations with the



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

LEARN NOW

große Bandbreite an Optionen: die klassische Kommunikation von Finanz-Ergebnissen, die immer an Bedeutung gewinnenden Nachhaltigkeitsthemen, kapitalmarktrelevante Kommentare des Vorstands, Hintergrundinfos zu IR-relevanten Events wie Hauptversammlungen und Konferenzen sowie Soft News wie beispielsweise die Vorstellung von neuen Mitgliedern im IR-Team.

IR-Abteilungen, die noch im Begriff sind, ihre Social-Media-Aktivitäten via LinkedIn aufzubauen, stehen vor jeder Menge Neuland. Zugleich müssen sie sich über eines im Klaren sein:

most important key figures, infographics on current topics, but also the most commented-upon press articles and blog posts about the company. The choice of which of these formats to use is based on the content. Here, the IR departments have a wide range of options: classic communication of financial results; sustainability topics, which are becoming ever more important; comments from the Executive Board relevant to the capital market; background information on IR-relevant events such as general meetings and conferences; and soft news such as the introduction of new members in the IR team.





Wenn man als Unternehmen nicht dort ist, wo die Investoren von morgen sind, wird man von diesen nicht mehr als Informationsquelle wahrgenommen. Diese Aufgabe übernehmen dann externe Influencer und Social-Media-Kanäle.

IR departments that are still in the process of building up their social media activities via LinkedIn are facing a lot of new territory. At the same time, they must be aware of one thing: If you are not there as a company, where the investors of tomorrow are, you are no longer perceived by them as a source of information. This task is then taken over by external influencers and social media channels.

IR-NEWS

Die meistgelesenen Artikel unseres Newsletters in Q2 / 2023
The most read articles in our newsletter in Q2 / 2023



**Thron des Finanzzentrums
London wackelt**

finews: [WEITERLESEN](#)



**How to plan your investor day in
2023**

IR magazine: [READ MORE](#)



**CEO-Positionierung ist ein
Marathonlauf**

pr-journal: [WEITERLESEN](#)



**Three issues the C-suite and the
board seek IR advice on**

IR magazine: [READ MORE](#)



**Warum eine Fondswelt ohne aktive
Manager undenkbar ist**

fondsprofessionell: [WEITERLESEN](#)



**Planning and executing the
earnings call**

IR magazine: [READ MORE](#)

HOW TO GET
**MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**
WITH YOUR IR AGENCY

more info

www.dr-reuter.eu
+49(0)691532 5857



CHATBOT WIRD ZUM ARBEITS-TOOL

Das vom US-Unternehmen OpenAI entwickelte und von Microsoft finanzierte KI-Tool ChatGPT kann im Chatstil zu jeder Nutzereingabe antworten. Seit November 2022 ist der Chatbot als Prototyp eines textbasierten Dialogsystems öffentlich zugänglich. Wie enorm die User-Resonanz ist, zeigt eine Auswertung von Statista. Demnach zählte ChatGPT innerhalb von 0,15 Monaten, also weniger als fünf Tage nach dem Start, mehr als eine Million aktive User. Um diese Millionenmarke zu erreichen, benötigten Instagram drei, Spotify fünf und Facebook noch zehn Monate.

CHATBOT BECOMES A WORK TOOL

ChatGPT, developed by the US company OpenAI and financed by Microsoft, can respond to any user input in chat style. Since November 2022, the chatbot has been publicly accessible as a prototype of a text-based dialogue system. An evaluation from Statista shows how enormous the user resonance is. ChatGPT had more than one million active users within 0.15 months, less than five days after launch. To reach this million mark, Instagram needed three months, Spotify five and Facebook ten months.

Unter den deutschen IR Professionals, so lässt die aktuellste Erhebung des Deutschen Investor Relations Verbands erkennen, wächst die Bereitschaft, auf die Dienste von ChatGPT bei der täglichen Arbeit zurückzugreifen. Die DVFA-Monatsfrage vom März an Investment Professionals lautete, wie relevant ChatGPT für die aktuelle und künftige IR-Arbeit sein wird. Eine Mehrheit ist davon überzeugt, dass die neue Technologie die gesamte Branche tiefgreifend verändern könnte. Texte mit Hilfe von ChatGPT verfasst haben bereits 35% der Befragten. 67% der interviewten Experten sind der Auffassung, dass ChatGPT in Zukunft maßgeschneiderte Lösungen unterstützen kann und sich deshalb jeder Investment Professional früher oder später mit der Technik beschäftigen muss.

Among the German IR professionals, as the latest survey of the German Investor Relations Association shows, willingness to use the services of ChatGPT in daily work is growing. The DVFA monthly question from March to investment professionals was how relevant ChatGPT will be for current and future IR work. A majority is convinced that the new technology could profoundly change the entire industry. 35% of respondents had already written texts with the help of ChatGPT. 67% of the experts interviewed believe that ChatGPT can support tailor-made solutions in the future and therefore every investment professional must deal with the technology sooner or later.

CHAT BOT



Der Nutzen wird vor allem langfristig gesehen: 53% sehen gegenwärtig bereits eine Chance dafür, 69% der Befragten in drei Jahren. Als Risiko wird AI aktuell von 8% und in drei Jahren von 15% gesehen. 67% der interviewten IR Professionals sind der Auffassung, dass ChatGPT innerhalb der nächsten drei Jahre auf Basis von Präferenzen und Zielen der Anleger personalisierte Anlagestrategien entwickeln kann.

Weniger eindeutig fällt die Einschätzung aus, wie ChatGPT in Zukunft die Analyse von Finanzdaten wie auch die Vorhersage von Investmententscheidungen beeinflussen wird. Als „gutes Vehikel“ stufen es gegenwärtig 3% ein, allerdings steigt dieser Wert auf Sicht von drei Jahren auf 33%. „Momentan mittelmäßig“ urteilen 39% der Befragten, in drei Jahren 49%. 58% sehen in Chat GPT aktuell ein schwaches Vehikel, dieser Wert sinkt in drei Jahren auf 18%.

The benefits are mainly seen in a long term perspective: 53% currently see an opportunity for this, 69% of the respondents in three years. AI is currently seen as a risk by 8% and 15% consider that it will be a risk in three years. 67% of the IR professionals interviewed believe that ChatGPT can develop personalised investment strategies within the next three years based on the preferences and goals of the investors.

Less clear is the assessment of how ChatGPT will influence the analysis of financial data as well as the prediction of investment decisions in the future. 3% see it as a “good vehicle”, but this figure rises to 33% when the respondent is asked about its potential three years from now. “Currently mediocre” is the opinion of 39% of the respondents, and of 49% when asked about prospects three years hence. 58% see Chat GPT as a weak vehicle now, but this figure drops to 18% when asked about prospects for three years from now.





DIGITALE HELFERLEIN FÜR DIE IR-ABTEILUNGEN

DIGITAL HELPERS FOR IR TEAMS

Die redaktionelle Arbeit ist einer der IR-Bereiche, in denen die Künstliche Intelligenz (KI) bereits Routinetätigkeiten erleichtert. Zum Einsatz kommen beim Formulieren der Texte Tools wie ChatGPT von OpenAI oder Claude von Anthropic. Ein Bereich sind die Quartals- und Jahresberichte. Bei den Passagen zu den Geschäftszahlen und der Firmenbilanz geht es meistens lediglich um das Umformulieren von einzelnen Textpassagen. Automatisieren lassen sich auch andere Textgattungen, beispielsweise interne und externe Berichte. KI ist aber längst auch eine Hilfe, wenn es um das Bebildern von Präsentationen geht.

Editorial work is one of the areas of IR in which Artificial Intelligence (AI) already facilitates routine activities. Tools such as ChatGPT from OpenAI or Claude from Anthropic are used to draw up texts. Quarterly and annual reports are one relevant area. Passages about business figures and the company balance sheet are usually only reformulations of other text passages. Other types of text, such as internal and external reports, can also be automated. However, AI has long been a help when it comes to illustrating presentations.



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

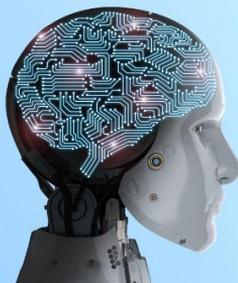
LEARN NOW

Als nächster Schritt in der Praxis zeichnet sich die Anwendung von KI beim Verfassen von Pressemitteilungen ab. Eine mit den letzten 30 oder 40 Pressemitteilungen gefütterte Künstliche Intelligenz soll künftig in der Lage sein, mindestens das Grundgerüst für die nächste Mitteilung zu bilden. Im Detail geht es dann nur noch darum, spezifische Inhalte zu den jeweiligen News einzufügen. Die Zeitersparnis für die IR-Mitarbeiter ist enorm. Um einen dauerhaft tagesaktuellen Mehrwert zu liefern, müssen die IR-Teams die Software laufend mit neuen Daten füttern.

The next step in the application of AI is the writing of press releases. An artificial intelligence fed with the last 30 or 40 press releases should be able to form at least the basic framework for the next communiqué. Looked at in detail, it is only a matter of inserting specific content relating to the news in question. The time savings for IR employees are enormous. In order to deliver permanent daily added value, the IR teams have to feed the software with new data on an ongoing basis.

Klar ist aber auch: um KI für mehr als Routinearbeiten einzusetzen, muss die Technologie noch verfeinert und vor allem noch viel besser gegen externe Manipulationen abgesichert werden. Ein großer Schwachpunkt: Die mit Hilfe von ChatGPT formulierten Texte bauen auf einer stark subjektiv geprägten Meinungsbildung auf. ChatGPT argumentiert je nach Eingabe des Nutzers und erfindet mitunter Argumente und vermeintliche Fakten, die erst einmal plausibel klingen. Wer sich ein bestimmtes Dokument aufbereiten lässt, kann sich deshalb bislang nicht darauf verlassen, dass lediglich die Informationen aus dem Dokument wiedergegeben werden. Genauso gut möglich ist es, dass externe Angaben beigemischt werden. Diese Lücke für Fake Infos existiert, weil KI bislang nur in vordefinierten Fällen mit „Dazu kann ich leider keine Angabe machen“ antwortet, aber eben nicht grundsätzlich bei Unwissenheit zu einzelnen Sachverhalten.

But it is also clear: in order for AI to be of use in applications other than routine work, the technology must be refined and, above all, much better protected against external manipulation. One big weakness is that the texts formulated with the help of ChatGPT are based on a strongly subjective opinion formation. Depending on the user's input, ChatGPT argues and sometimes invents arguments and supposed facts that sound plausible at first. Anyone who is having a particular document drawn up can therefore not assume that only the information from the source material is being reproduced. It is just as possible that external information is being added. The loophole for fake information exists because currently AI only replies in predefined cases with "Unfortunately, I can't give any information about this", but does not offer such an answer in principle whenever it is unaware of individual facts.



Der Blackbox-Charakter der KI erschwert die Kontrolle bei einem Manipulationsverdacht. Das ist vor allem dann gefährlich, wenn wie bei einem möglichen IR-Chatbot das Ergebnis auf Basis einer hausinternen KI erstellt wurde. Durch die Schnittstelle Chat können böswillige Anwender die Antworten manipulieren – mit dem Resultat, dass von KI-Herstellern vollkommen unbeabsichtigte Antworten ausgegeben werden. So ist es beispielsweise gelungen, einen Chatbot so zu manipulieren, dass er versuchte, Usern sensible Bankdaten zu entlocken.

The black box character of AI makes it difficult to control in cases of suspected manipulation. This is especially dangerous if, as with a possible IR chatbot, the result was created on the basis of an in-house AI. Through the chat interface, malicious users can manipulate the answers – with the result that completely unintentional answers are output by AI manufacturers. For example, a chatbot was successfully manipulated in such a way that it tried to elicit sensitive bank data from users.



Ein Beispiel zeigt, wie heikel die Manipulation mit Hilfe von KI durch externe Täter werden kann. Veröffentlicht etwa ein krimineller Hedgefonds in sozialen Medien ein Deep-Fake-Video eines CEO, der die Übernahme eines Konkurrenten oder drastische Stellenkürzungen ankündigt, würde der Aktienkurs des Unternehmens sofort reagieren. Bis das Unternehmen die Fälschung aufklären kann, haben die Täter mit der Kursbewegung längst Geld verdient.

Für die auf KI-Technologie spezialisierten Unternehmen zählt das Schließen solcher Sicherheitslücken zur obersten Priorität. Die IR-Verantwortlichen wiederum sind angesichts der direkten Auswirkungen der Risiken nicht gut darin beraten, sich

An example shows how sensitive manipulation by external perpetrators with the help of AI can be. For example, if a criminal hedge fund on social media published a deep-fake video of a CEO announcing the takeover of a competitor or drastic job cuts, the company's stock price would react immediately. Until the company can solve the fraud, the perpetrators would be making money from the price movement.

For companies specialising in AI technology, closing such security gaps is a top priority. In turn, given the direct impact of the risks, IR officers are not well advised to adopt a trial-and-error approach to AI applications in their day-to-day IR work. Instead, they should stay up to date on the





unter dem „Trial and Error“-Prinzip die KI-Applikationen für die tägliche IR-Arbeit zu erschließen. Stattdessen müssen sie über die technischen Veränderungen bei KI immer up to date sein und die jeweiligen neuen Applikationen dann einführen, wenn Sicherheitsstandards gewährleistet sind. Klar ist auch eines: der Mensch wird beim Finanzreporting bis auf Weiteres als oberste Kontrollinstanz unerlässlich bleiben.

technical changes in AI and introduce new applications as appropriate when security standards can be guaranteed. One thing is also clear: people will remain indispensable in financial reporting as the supreme supervisory authority for the foreseeable future.



CASE STUDY OF ARCADIA MINERALS FINANCIAL PR

Dr. Reuter Investor Relations
Consulting Agency for Investor Relations

[CLICK HERE TO SEE THE CASE STUDY](#)

IR-NEWS

Die meistgelesenen Artikel unseres Newsletters in Q2 / 2023

The most read articles in our newsletter in Q2 / 2023



Vorstände verspielen Glaubwürdigkeit

FINANCE: [WEITERLESEN](#)



What is a compensation committee?

IR magazine: [READ MORE](#)



HSBC muss Millionen-Strafe wegen WhatsApp-Nutzung zahlen

Citywire: [WEITERLESEN](#)



ISSB announces sustainability standards issue date

IR magazine: [READ MORE](#)



Die globalen Finanzmärkte haben einen Wendepunkt erreicht

Finews: [WEITERLESEN](#)



Micro-caps: How an IR team of two can achieve top scores

IR magazine: [READ MORE](#)



FINANZVORSTAND ALS NACHHALTIGKEITS-ARCHITEKT

Das ESG Reporting hat sich zu einem Instrument entwickelt, das vielerlei Funktionen erfüllt und dabei eine zentrale Rolle für die Zukunft der Unternehmen spielt. Es hilft, Risiken zu erkennen und einzudämmen, betriebliche Ineffizienzen zu beheben, die Marke zu stärken und Spitzenkräfte anzuwerben. ESG steht für Klima- und Umweltschutz, Inklusion, Diversity, fairer Umgang mit den Mitarbeitern, klare ethische Standards und die konsequente Umsetzung von Compliance-Regeln. Alle diese Kriterien müssen kontinuierlich optimiert werden. Zugleich schafft der bewusste Umgang mit Ressourcen häufig konkrete finanzielle Vorteile.

THE CFO AS AN ARCHITECT OF SUSTAINABILITY

ESG reporting has developed into an instrument that fulfils many functions and plays a central role in the future of companies. It helps to identify and mitigate risks, address operational inefficiencies, strengthen the brand and attract top talent. ESG stands for climate and environmental protection, inclusion, diversity, fair treatment of employees, clear ethical standards and the consistent implementation of compliance rules. Continuous improvement is needed across all of these aspects. At the same time, the conscious use of resources often creates concrete financial advantages.

Die gerade entstehenden regulatorischen Rahmenbedingungen schaffen die Basis dafür, dass die Berichterstattung zu Nachhaltigkeit dieselbe Relevanz hat wie die Finanzberichte selbst. Das rechtliche Gerüst innerhalb der EU bilden die Taxonomie und die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Das neue Regelwerk verpflichtet deutlich mehr Unternehmen zur ESG-Berichterstattung als bisher. Nach aktuellem Stand soll die CSRD ab dem 1. Januar 2024 für Unternehmen gelten, die zwei der folgenden Kriterien erfüllen: mehr als 250 Mitarbeitende, ein Jahresumsatz über 40 Millionen Euro, mehr als 40 Millionen Euro Bilanzsumme sowie kapitalmarktorientierte Bilanzierung. Deutschlandweit erfüllen aktuell mehr als 15 000 Betriebe diese Voraussetzungen. Von 2026 an gilt diese Berichtspflicht auch für Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitenden, mindestens 700 000 Euro Umsatz oder einer Bilanzsumme von mehr als 350 000 Euro.

The regulatory framework that is emerging is creating the basis for sustainability reporting to acquire the same relevance as the financial reports themselves. The legal framework within the EU is formed by the taxonomy and the Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). The new rules require significantly more companies to report on ESG than before. As of 1 January 2024, the CSRD will apply to companies that meet two of the following criteria: more than 250 employees, an annual turnover of more than 40 million euros, a balance sheet total of more than 40 million euros and capital market-oriented accounting. In Germany, more than 15,000 companies currently meet these requirements. From 2026, this reporting obligation will also apply to companies with more than 10 employees, a turnover of at least 700,000 euros or a balance sheet total of more than 350,000 euros.



Der damit verbundene Aufwand für die Unternehmen selbst ist enorm. Je nach Größe müssen die Vorbereitungen zwei bis drei Jahre vorher begonnen werden. Anders als in der Vergangenheit muss der Nachhaltigkeitsbericht prüffähig sein. Aufgrund der zunehmenden Komplexität und der damit verbundenen Verpflichtung, eine Vielzahl von Daten auszuwerten, ist die Finanzabteilung unter Leitung des Finanzvorstands das geeignete Ressort für eine professionelle Umsetzung des ESG Reportings. Taxonomie-Kennzahlen haben in etwa große Schnittstellen mit dem Accounting. Aber auch bei den Zahlen zum CO₂-Fußabdruck liefern die anderen Firmenstellen zu. Darüber hinaus laufen in der Finanzabteilung die meisten Daten aus den verschiedenen Geschäftsbereichen zusammen. Zugleich ist sie die Schnittstelle zur Geschäftsführung, um alle Nachhaltigkeitsaspekte in alle Geschäftsbereiche zu integrieren. Last but not least verfügt die Finanzabteilung über alle Vertriebs-, Lieferketten- und Kundendaten.

The effort that this implies for the companies themselves is enormous. Depending on their size, preparations must be started two to three years in advance. Unlike in the past, the sustainability report must be auditable. Due to the increasing complexity and the associated obligation to evaluate a large amount of data, the finance department, under the direction of the CFO, is the appropriate department for the professional implementation of ESG reporting. Taxonomy values have rather large interfaces with Accounting. But the other company offices can also deliver figures for the carbon footprint. The Finance department collects most of the data from the various business units. At the same time, it is the interface to the management in order to integrate all sustainability aspects into all business areas. Last but not least, the finance department has all the sales, supply chain and customer data.

Um das Unternehmen beim Thema Klimaschutz besser aufzustellen, gilt es zu ermitteln, wo die meisten CO₂-Emissionen verursacht werden, sei es in der Lieferkette, in der Produktion oder in der Nutzungsphase der Produkte. Drei Scopes gliedern die Treibhausgasemissionen in drei Geltungsbereiche. Unter Scope 1 fallen direkte Emissionen aus eigenen Quellen wie etwa aus einer Fabrik. Scope 2 bezieht sich auf die Emissionen aus Energie, die ein Konzern nutzt. Scope 3 erfasst indirekte Emissionen aus Aktivitäten, die nicht unmittelbar zum Unternehmen gehören, beispielsweise Geschäftsreisen.

In order to better position the company in terms of climate protection, it is necessary to determine where the most CO₂ emissions are caused, whether in the supply chain, in production or in the use phase of the products. Three scopes divide greenhouse gas emissions into three areas of application. Scope 1 covers direct emissions from the company's own sources, such as from a factory. Scope 2 refers to the emissions from energy that a group uses. Scope 3 covers indirect emissions from activities that do not belong directly to the company, such as business travel.



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

LEARN NOW

Wie sieht es aber mit der Umsetzung aus? Nach einer Umfrage des IT-Anbieters Workvia vom April und Mai 2022 in insgesamt 1.300 Unternehmen unterschiedlicher Branchen aus 13 Ländern hatten erst 53 Prozent der Firmen seit 2020 angefangen, ESG-Daten formell aufzubereiten und für das Reporting bereitzustellen. Mit modernen Softwareprogrammen lassen sich alle erforderlichen Daten sammeln und erfassen. Aus einer PwC-Studie zur EU-Taxonomie geht jedoch hervor, dass 2022 fast drei von vier Unternehmen weiterhin Excel nutzen, um Nachhaltigkeitsdaten zu erfassen.

But how does this look like in practice? According to a survey conducted by IT provider Workvia in April and May 2022 which looked at a total of 1,300 companies from a variety of industries across 13 different countries, only 53% of companies had begun to formally prepare and provide ESG data for reporting since 2020. All the necessary data can be collected and recorded using modern software programs. However, a PwC study on EU taxonomy shows that in 2022, almost three out of four companies will continue to use Excel to collect sustainability data.





Um realistische ESG-Zielvorgaben für die einzelnen Geschäftsbereiche in Form von messbaren KPIs vorzugeben, arbeitet die Finanzabteilung mit einem Chief Sustainability Officer (CSO) oder Chief Social Responsibility Officer (CSRO) zusammen. Deren Aufgabe ist es dann auch, die Einhaltung dieser Ziele zu gewährleisten. Welche Maßnahmen muss ich ergreifen, um die Ziele zu erreichen, wie sollen sich die KPIs entwickeln, welche Daten werden benötigt, um die Entwicklung darzustellen sind drei zentrale Fragestellungen dafür.

Um die dafür notwendigen Finanz- und Nichtfinanz-Daten aus verschiedenen Quellen zusammenzuführen und zu analysieren, ist ebenfalls die Expertise der Finanzabteilung gefordert.

In order to set realistic ESG targets for the individual business areas in the form of measurable KPIs, the finance department is working together with a Chief Sustainability Officer (CSO) or Chief Social Responsibility Officer (CSRO). Their task is then also to ensure compliance with these objectives. "What measures do I have to take to achieve the goals?", "How should the KPIs develop?", and "What data are needed to represent the development?" are three central questions in this context.

The expertise of the finance department is also required to combine and analyse the necessary financial and non-financial data from various sources.

DISCOVER

NEW WAYS

TO ATTRACT SHAREHOLDERS BEYOND TRADITIONAL TRADING METHODS

MEET DR REUTER INVESTOR RELATIONS





GREEN HUSHING: SCHWEIGEN ZU GRÜNEN ZIELEN IST NICHT GOLD

Die Lautsprecher im ESG-Universum, die sich mit irreführenden Slogans und leeren Versprechen ein grünes Image zulegen wollen, sind längst als „Greenwashing“ ein fester Bestandteil in allen Nachhaltigkeitsdebatten. Weitaus weniger bekannt ist das genaue Gegenteil, das „Green Hushing“. Dieser Begriff bezeichnet alle Maßnahmen, mit denen Unternehmen ihre Klimastrategien verheimlichen.

GREEN HUSHING: SILENCE ON GREEN GOALS IS NOT GOLDEN

The loud voices in the ESG universe that want to give themselves a green image with mis-leading slogans and empty promises (known as “greenwashing”) have long been an integral part of all sustainability debates. Far less well-known is the exact opposite, known as “green hushing”. This term refers to all measures taken by companies to hide their climate strategies.

Vor allem bei kleineren Firmen ist Green Hushing häufig zu beobachten. Dreierlei Motive sind dafür ausschlaggebend. Ein Hauptgrund für das Green Hushing ist die Angst vor der Kritik der Aktionäre, Stakeholder und Kunden, noch nicht genug gegen den Klimawandel zu tun. Damit verbunden ist die Sorge, des Greenwashings bezichtigt zu werden. Und zu guter Letzt spielen finanzielle Gründe eine maßgebliche Rolle. Weil das gesamte Procedere sehr teuer werden kann und mit komplexen Abläufen verbunden ist, sind Nachhaltigkeitszertifizierungen für viele kleinere Unternehmen kaum umsetzbar.

Begünstigt wird das Green Hushing gerade bei Small Caps dadurch, dass die rechtlichen Vorschriften für den Nachhaltigkeitsbericht nicht für sie zugeschnitten sind, weil diese für größere Unternehmen oder öffentliche

Green hushing is more common amongst smaller companies in particular. There are three motives for this. One of the main reasons is the fear of criticism by shareholders, stakeholders and customers for not doing enough to combat climate change. This is linked to the fear of being accused of greenwashing. And last but not least, finance plays a decisive role. For many smaller companies, sustainability certification is barely feasible because the entire process can be very expensive and is associated with complex procedures.

In the case of small cap companies in particular, green hushing is encouraged by the fact that statutory regulations for sustainability reports are not tailored to them, and apply to larger companies or public organisations. In addition, there are regulations such as the Green Claims Directive, which can be used to standardize and verify sustainability in a



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

LEARN NOW

Organisationen gelten. Dazu kommen Regelungen wie die Green-Claims-Richtlinie, mit denen sich Nachhaltigkeit im Marketingkontext standardisieren und verifizieren lässt. Green Hushing ist somit in gewisser Weise ein vorbeugender Schutzmechanismus, den Firmen entwickeln, um Greenwashing-Vorwürfen aus dem Weg zu gehen für den Fall, dass sie ihre Klimaziele verfehlen.

Wie verbreitet Green Hushing ist, zeigt die zuletzt 2022 von der Schweizer Beratungsfirma South Pole durchgeführte Befragung unter mehr als 1200

marketing context. Green hushing is therefore, in a way, a preventive protection mechanism developed by companies in order to avoid greenwashing allegations in the event that they miss their climate targets.

The most recent survey, conducted in 2022 by Swiss consulting firm South Pole, shows how widespread green hushing is among more than 1,200 companies from 12 countries and a wide variety of sectors. Twenty-five percent of the companies surveyed operate green hushing. In practice, this means that they are pursuing



Unternehmen aus 12 Ländern und unterschiedlichsten Branchen. 25 Prozent der untersuchten Firmen betreibt Green Hushing. In der Praxis bedeutet das: sie verfolgen wissenschaftlich fundierte Netto-Null-Klimaziele, also einen finalen Zustand, bei dem die eigenen Treibhausgasemissionen keine Netto-Auswirkungen mehr auf das Klima haben. Zugleich verzichten sie aber darauf, diese öffentlich bekanntzugeben.

Leider führt Green Hushing auch dazu, dass sich Klimaschutzmaßnahmen nicht öffentlich nachverfolgen lassen. Verschweigen immer mehr Firmen ihre Nachhaltigkeitsschritte, lassen sich auch keine verlässlichen Standards entwickeln, wie Klima- und Umweltschutz realisierbar ist. Genauso wenig können Firmen von anderen Unternehmen lernen, wenn diese ihre erprobten Maßnahmen nicht teilen. „Wenn Green Hushing zu einem Trend wird, wird es noch schwieriger, einige der Klimanachzügler zu inspirieren“, warnt Bethan Hall,

scientifically sound net-zero climate targets, i.e., an end state in which their own greenhouse gas emissions no longer have a net impact on the climate. At the same time, however, they refrain from publicly announcing them.

Unfortunately, green hushing also means that it is not possible to publicly monitor climate protection measures. If more and more companies keep their sustainability measures secret, it will not be possible to develop reliable standards for achieving climate and environmental protection. In addition, companies cannot learn from other companies if they do not share their tried-and-tested measures. “When green hushing becomes a trend, it becomes even more difficult to inspire some of the climate laggards,” warns Bethan Hall, Sustainability Advisor at South Pole.

How can we avoid green hushing? First and foremost, through transparent communication. Regularly providing information about the current

Nachhaltigkeitsberater bei South Pole.

Wie aber lässt sich Green-Hushing vermeiden? Zuallererst mit einer transparenten Kommunikation. Über den aktuellen Status Quo in ESG-Punkten regelmäßig zu informieren, ist im Hinblick auf die Glaubwürdigkeit und das Renomee immer besser als gar nichts mitzuteilen. Das Verwenden von gängigen Schlagwörtern wie „grün“ oder „klimaneutral“ suggeriert noch lange kein ESG-Qualitätssiegel. Genau aus diesem Grund sollten Unternehmen diese Begriffe bei ihren ESG-Aktivitäten vermeiden. Dazu gilt, egal ob bei Weltkonzernen oder kleinen, gerade im Aufbau befindlichen Firmen: Nachhaltigkeit ist immer ein Prozess und ein solcher muss nicht perfekt linear ablaufen. Genau diese Tatsache muss in der Kommunikationsstrategie fest verankert sein.

status quo in ESG points is always better than nothing in terms of credibility and reputation. The use of common buzz words such as “green” or “climate-neutral” does not suggest an ESG quality seal. This is precisely why companies should avoid these terms in their ESG activities. Regardless of whether it's a global corporation or a small company that's only just building itself: sustainability is ultimately a process, and such a process does not have to be perfectly linear. It is precisely this that must be firmly anchored in the communication strategy.

Corporate governance must be equally clear about this: green hushing does not help to increase profitability, let alone attract new investors. Experience shows that investors are more likely to be patient when companies miss their ESG targets in the short term and then work to remedy their mistakes. Instead, sustainability



Ebenso klar muss sich die Unternehmensführung darüber sein: Green Hushing trägt nicht dazu bei, die Profitabilität zu steigern, geschweige denn neue Investoren zu gewinnen. Die Erfahrung zeigt, dass Anleger eher geduldig sind, wenn Firmen ihre ESG-Ziele kurzfristig verfehlen und dann an ihren Fehlern arbeiten. Stattdessen müssen die Nachhaltigkeitsmaßnahmen allen Stakeholdern konsistent über alle zur Verfügung stehenden Kanäle kommuniziert werden - angefangen von der Quartalsberichterstattung über Online-Kanäle bis zu Social-Media-Plattformen.

measures must be communicated consistently to all stakeholders across all available channels – from quarterly reporting to online channels and social media platforms.



**HOW TO GET
MORE SHAREHOLDERS
MORE TRADING VALUE?**

LEARN NOW



DR
DR. REUTER
INVESTOR RELATIONS

INNOCAN
PHARMA

CASE STUDY OF INNOCAN PHARMA FINANCIAL PR

Dr. Reuter Investor Relations
Consulting Agency for Investor Relations

[CLICK HERE TO SEE THE CASE STUDY](#)

IR-NEWS

Die meistgelesenen Artikel unseres Newsletters in Q2 / 2023

The most read articles in our newsletter in Q2 / 2023



ChatGPT, erstelle meinen Quartalsbericht!

Deut. Wirtschaft: [WEITERLESEN](#)



What does AI chatbot ChatGPT mean for Investor Relations?

IR magazine: [READ MORE](#)



Storytelling mit Daten – Investorenkommunikation

DIRK: [WEITERLESEN](#)



Management teams unprepared for SEC's upcoming ESG rule

IR magazine: [READ MORE](#)



Chinesische Unternehmen an der Schweizer Börse machen neidisch

fjnews: [WEITERLESEN](#)



Asset managers are not 'the environmental police'

IR magazine: [READ MORE](#)

UPCOMING EVENTS



July, 6, Frankfurt

DIRK - Sommerfest

[READ MORE](#)



July, 11, Virtual

NIRI: Understanding & Communicating Company Value

[READ MORE](#)



July, 13, Ehrenhausen

CIRA Strategiemetting

[READ MORE](#)



July, 13, New York

ESG Integration Forum

[READ MORE](#)



August, 3 & 4, Virtual

NIRI: Writing for IR

[READ MORE](#)



September, 19, Virtual

NIRI Adventures in AI

[READ MORE](#)



September, 25 & 26, Vancouver

CIRI 2023 Essentials of Investor Relations

[READ MORE](#)



September, 20, Virtual

NIRI: Capital Markets Essentials

[READ MORE](#)



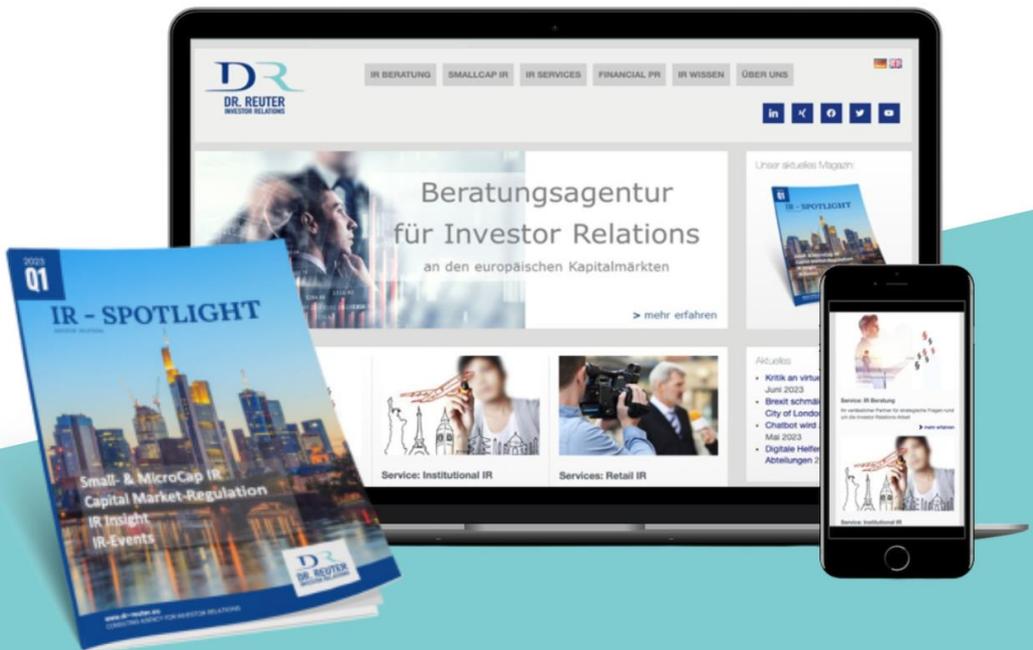
September, 28, New York

IR Magazine Forum – Small Cap

[READ MORE](#)

MELDEN SIE SICH AN!

Melden Sie sich jetzt an und erhalten Sie die aktuellsten IR – News und viele weitere wichtige Informationen alles rund um das IR!





Office Frankfurt

Friedrich Ebert Anlage 35-37 Tower 185

60327 Frankfurt

+49 (0) 69 1532 5857

Dr. Eva Reuter, CEO

e.reuter@dr-reuter.eu

