

Tagungsunterlage

Erster Wiener Wirtschaftsdidaktik-Kongress
7. November 2008
Wirtschaftsuniversität Wien



WIRTSCHAFTS
PÄDAGOGIK WIEN



Auf dem Weg zum neuen St. Galler Managementmodell

Eine didaktische Orientierungshilfe und ein Anwendungsbeispiel

Jeder liebt die Vielfalt,
doch kaum jemand mag die Komplexität.
Die ist, heißt es, an allem schuld.
Aber wenn wir es uns zu einfach machen,
wird alles kompliziert.

Hans Peter Kerkeiling

Das neue St. Galler Management-Modell ist eine probate Hilfe zur Bewältigung von Komplexität eines Unternehmens. Das macht es nicht unbedingt kompliziert. Wie es sich einfach über vier Fragen knacken lässt, zeigt der erste Teil: Das neue St. Galler Management-Modell – eine didaktische Orientierungshilfe. Wie es sich im Unterricht als Orientierungshilfe einfach einsetzen lässt, um Komplexität ohne Komplikation zu bewältigen, zeigt der zweite Teil: Investor Relations in Krisenzeiten.

Materialien

- Die Folien zum Vortrag am 07. November 2008
als Download unter www.wu-wien.ac.at/wipaed/wdk08
- Unterrichtskonzept "Investor Relations in Krisenzeiten"
 - Fallbeispiel Telekom Austria
 - Theoretischer Hintergrund zu "Investor Relations" und "Corporate Governance"
 - Fragen und Problemstellungen
 - Unterrichtsplanung
 - Informationen für Lehrer/innen
als Download unter www.wu-wien.ac.at/wipaed/wdk08
 - Lösungsskizzen zu den Anwendungsfragen und Diskussionsaufgaben
als Download unter www.wu-wien.ac.at/wipaed/wdk08

Autor

Mag. Gerhard Geissler, MSc.

Lektor an der
Wirtschaftsuniversität Wien
gerhard.geissler@wu-wien.ac.at



Investor Relations in Krisenzeiten

Gespannt sitzt René Fochler, Kommunikationsexperte in der Investor Relations-Abteilung der Telekom Austria vor seinem Computer und wartet den Börsenschluss ab.



Heute ist der 27. Oktober 2008. Wird die Aktie ihren Sinkflug fortsetzen? Oder besteht die Möglichkeit, dass sich der Kurs erholt hat?

Die Aktionäre sind beunruhigt. Und da: Das Tages-Ergebnis ist schlecht, die Aktie ist weiter gesunken, die Investor Relations-Abteilung muss etwas unternehmen. Aber was?

1. Der Tageskursverlust



aktien-portal.at, 27.10.2008

2. Die Telekom Austria AG

Die Telekom Austria AG ist der Marktführer in Österreich für Mobilkommunikation, Festnetztelefonie, Firmennetzwerke und Internetzugänge. Telekom Austria ging 1998 aus der Post und Telekom Austria (PTA) hervor, welche wiederum 1996 aus der Post- und Telegraphenverwaltung (PTV) hervorging. Im November 2000 erfolgte der Börsengang an der Wiener Börse und an der New York Stock Exchange (NYSE).

Telekom Austria ist das größte Telekommunikationsunternehmen Österreichs. Unternehmensgegenstand sind nationale und internationale Telekommunikationsdienstleistungen, einschließlich Firmennetzwerkdatendienste, Internetdienstleistungen sowie Informationstechnik (IT).

Im Jahr 2007 wurde Österreichs drittgrößter, privater Telekom- und Internetanbieter, eTel Austria, übernommen. International ist Telekom Austria unter anderem im Festnetzgeschäft mit dem Internet Service Provider Czech On Line auf dem tschechischen Markt vertreten.

3. Investor Relations bei der Telekom Austria AG

Die Investor Relations-Arbeit bei der Telekom Austria AG wird nach folgendem Motto geführt:

„Die Erschließung neuer Geschäftsfelder und Regionen ist neben der Absicherung der Kerngeschäfte ein Motor für die Performance der Telekom Austria Aktie.“

Dabei ist das nachhaltige Investment ein hervorstechendes Thema:

„Nachhaltige Investments berücksichtigen neben den traditionellen Kriterien einer Finanzanalyse zusätzlich soziale und umweltbezogene Aspekte.

Investitionsentscheidungen werden immer stärker auf Basis von Corporate Governance, der Management- und Unternehmenskultur und der Einstellung des Managements zur langfristigen Ertragssicherung und zu Umweltthemen getroffen.

Investoren legen zunehmend Wert auf verantwortungsvolles und langfristig ausgerichtetes Wirtschaften von Unternehmen. Aktienfonds, die nur in nachhaltig wirtschaftende Unternehmen investieren, zeigten zuletzt eine sehr gute Performance. Damit ein Unternehmen in einem solchen Fonds gelistet wird, muss es von einer unabhängigen Rating-Agentur empfohlen werden.“

Entlang dieser Grundsätze wird eine Reihe von Investor-Relations-Maßnahmen angeboten:

- Möglichkeiten und Tools, um Informationen über die Telekom Austria Group und die Telekom Austria Aktie zu erhalten.
- Info-Service, mit dem Kurs-Infos, Infos bei Ad-hoc Meldungen und ein Newsletter abgefragt werden können.
- Erinnerungsservice, mit an Finanztermine erinnert wird.
- Download-Bereich für Finanzpublikationen wie Jahresberichte, Zwischenberichte, Präsentationen, Analyst Fact Sheet

4. Leitsätze

Die Investor Relations-Arbeit ist eingebettet in den Verantwortungsbegriff des Unternehmensleitbilds:

Verantwortung

Wir tragen zur Gestaltung einer lebenswerten Zukunft bei.

Tagtäglich setzen wir unser Know-how ein, um Kommunikation zwischen Menschen zu ermöglichen.

Eine moderne Telekommunikationsinfrastruktur ist die Basis für den raschen Zugang zu Information.

Wir investieren laufend in den Ausbau unserer Netzinfrastrukturen.

Wir entwickeln innovative Lösungen, die das Leben erleichtern. Mit unseren Services verbinden wir Menschen und ermöglichen so eine Welt der Information, Kommunikation und Unterhaltung.

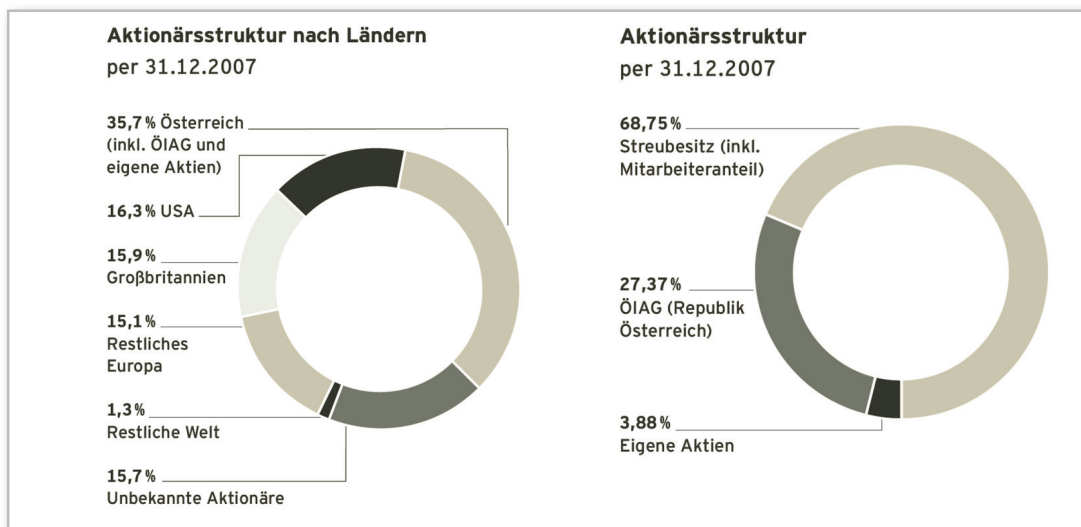
Menschlichen Fortschritt und zukunftsverträgliches Wachstum lassen wir auch bei der Erreichung unserer ökonomischen Unternehmensziele nicht außer Acht. Wir sind uns als Unternehmen der wirtschaftlichen und sozialen Verantwortung gegenüber unseren MitarbeiterInnen, unseren Kunden und der Gesellschaft bewusst.

www.telekom.at

5. Aktionärsstruktur

Der Einzug eigener Aktien führte zu einem Anteilsanstieg von bestehenden Aktionären um 8,7 %, wodurch sich der Anteil der ÖIAG im Berichtsjahr von 25,2 % auf 27,37 % erhöhte. Capital Research & Management, von der per Jahresende 2007 in Summe 7,7 % der Anteile gehalten wurden, meldete am 16. Oktober 2007 einen Rückgang auf 4,8 % und am 13. Dezember einen Anstieg auf 5,02 %. Da die einzelnen Fondsmanager dieser Gesellschaften in ihren Investmententscheidungen unabhängig voneinander agieren, werden diese Anteile dem Streubesitz zugerechnet.

Bei der zum Stichtag 31. Dezember 2007 durchgeführten Aktionärsidentifikation konnten 84 % der Aktien erfasst werden. Nach dieser Erhebung dürften etwa 16,3 % auf US-Anleger, rund 15,9 % auf Anleger in Großbritannien und beträchtliche 35,7 % auf österreichische Investoren (inklusive ÖIAG und eigener Aktien) entfallen. Die restlichen Anteile werden vorwiegend in anderen europäischen Ländern gehalten. Der Anteil der von MitarbeiterInnen gehaltenen Aktien blieb mit 0,3 % im Vergleich zum Vorjahr stabil.



www.telekom.at

6. Aktuelle Berichterstattung

Wiener Börse am Abend: Tiefrot

Der Sturzflug des heimischen Aktienmarkts geht weiter: Der ATX büßt knapp zehn Prozent ein, höher als an anderen Börsen Europas.

Die Wiener Börse hat ihre rasante Abwärtsbewegung am Montag fortgesetzt. Zwar waren auch andere europäische Börsen sehr schwach in die Woche gestartet, konnten im Tagesverlauf ihre Verluste aber teilweise eingrenzen. In Wien fielen die Abgaben hingegen einmal mehr besonders deutlich aus. Der heimische Leitindex ATX musste am Montag 9,74 Prozent hinnehmen und notiert damit auf dem tiefsten Stand seit Jänner 2004. Allein seit Jahresbeginn hat der ATX bereits 63 Prozent an Wert eingebüßt.

Fokus auf Osteuropa

Aktienhändler erklärten die überproportionalen Verluste in Wien mit dem Osteuropa-Fokus vieler heimischer Unternehmen, Wien werde international als "Ost-Börse" wahr genommen. Das starke Osteuropa-Engagement österreichischer Unternehmen wird angesichts der Finanzkrise und der höheren Risikoaversion der Anleger von

vielen Investoren als negativ gewertet.

Kaum ausländische Investoren

Ausländische Investoren seien damit in Wien kaum mehr aktiv, die Handelsvolumina waren weiter sehr schwach. "Es geht nicht mehr viel um, aber wenn etwas gehandelt wird, dann wird verkauft", sagte ein Aktienhändler. Angesichts der kleinen Stückzahlen dürften dabei derzeit vor allem Privatanleger auf Verkäuferseite aktiv sein, institutionelle Investoren dürften bei Verkaufsbedarf bereits verkauft haben, hieß es.

Auch ATX-Werte unter Druck

Zu Wochenbeginn kamen auch die ATX-Werte deutlich unter Druck. Telekom Austria fielen um 17,35 Prozent auf 8,10 Euro (1.811.731 Stück).

27.10.2008 | 18:53 | (DiePresse.com) (gekürzt)

Telekom Austria für RZB ein Buy

Analysten erwarten auf Sicht von 6 Monaten keine Ratingänderung

Die Telekom Austria verfügt mit A3 und BBB+ in der Telekombranche über ein nach Ansicht der RZB sehr gutes Rating. Die Liquiditätssituation des Telekomunternehmens sei aufgrund des hohen kontinuierlichen freien Cashflows als zufriedenstellend zu werten, heißt es in einer Analyse der TA.

Trotz der Dividendenzahlungen (332 Mio. Euro) im ersten Halbjahr 2008 konnte die Nettoverschuldung stabil bei 4,4 Mrd. Euro gehalten werden. Das Verhältnis EBITDA zu Nettoverschuldung konnte durch den leichten Anstieg des EBITDA bis zur Jahresmitte vom 2,4-fachen auf das 2,3-fache leicht verbessert werden. Damit dieses Verhältnis weiter bis auf das 2-fache reduziert werden kann, wurde vorerst das Aktienrückkaufprogramm ausgesetzt, was die Analysten der RZB als Credit, positiv werten. Sie gehen in den nächsten sechs Monaten von keiner Ratingänderung aus.

Die Telekom Austria steht laut RZB vor zwei großen Fragenstellungen. Der österreichische Telekomkonzern könnte aus einer Position der Stärke von der bevorstehende Konsolidierungswelle in der Telekombranche profitieren. Mit einem Einstieg eines strategischen Partners wäre allerdings auch spätestens die notwendige Ausgliederung von Mitarbeitern in Angriff zu nehmen, um die Fixkosten des Unternehmens zu senken und somit den Ertragsschwund im Festnetzbereich aufzufangen.

Die RZB-Analysten sind der Meinung, dass die Telekom Austria durch den Börsegang schon erhebliche Restrukturierungsmaßnahmen getroffen hat und durch Auslandstöchter in Zentral- und Osteuropa gut positioniert ist. Auf Sicht von sechs Monaten verleiht RZB für Telekom Austria daher eine Kauf Empfehlung.

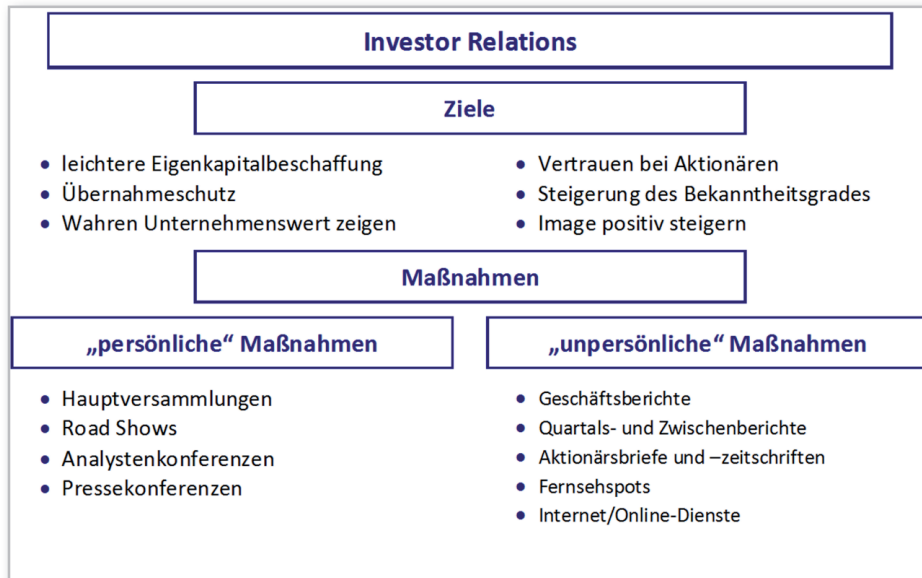
22.10.2008, www.boerse-express.com/pages/712018

Investor Relations in Krisenzeiten – Theoretische Basis



1. Kaufen – Halten – Verkaufen?

Stock picking, also die Auswahl der richtigen Aktien, ist eine Kunst, die über Gewinn oder Verlust eines Investments entscheidet. Allerdings sind die Entscheidungen KAUFEN, HALTEN oder VERKAUFEN von Wertpapieren unsicher. Investoren wissen ja noch nicht, wie sich das ins Auge gefasste Wertpapier in der Zukunft entwickeln wird. Investoren sind daher auf Informationen angewiesen. Investor Relations umfasst die gesamte Kommunikationsarbeit eines Unternehmens, die sich an derzeitige und künftige Kapitalgeber richtet. Es geht darum, Informationen über das Unternehmen zu kommunizieren.



Mit den Investor Relations sollen Vertrauen in das Unternehmen aufgebaut und Erwartungen in Bezug auf die Rendite gesteuert werden. Abhängig vom formulierten Ziel, lassen sich verschiedene Maßnahmen ableiten. Bei der Gestaltung der Maßnahmen sollten zwei Zielgruppen unterschieden werden:

- Privatanleger
- Institutionelle Anleger

Investor Relations-Maßnahmen, die sich an Privatanleger richten, betonen stärker den Vertrauensaspekt. Institutionelle Anleger erwarten sich vor allem Informationen über die mögliche Rendite.

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass Investor Relations-Maßnahmen nicht nur für Aktionäre wichtig sind, sondern auch für alle anderen Kapitalgeber.

2. Corporate Governance

„Corporate Governance“ bedeutet Wohlverhalten von Unternehmen. Im engeren Sinn ist meist Transparenz gegenüber Anlegern gemeint, um die Rechte aller Anspruchsgruppen (Stakeholder) eines Unternehmens zu sichern.

Seit 2002 gibt es in Österreich einen Corporate Governance-Kodex, durch den das Vertrauen der Aktionäre durch noch mehr Transparenz, durch eine Qualitätsverbesserung im Zusammenwirken zwischen Aufsichtsrat, Vorstand und den Aktionären und durch die Ausrichtung auf langfristige Wertschaffung maßgeblich gefördert werden soll. Der Österreichische Corporate Governance Kodex ist ein wichtiger Baustein für die weitere Entwicklung und Belebung des österreichischen Kapitalmarkts. Er ist zwar nicht gesetzlich verpflichtend, aber bindend für alle Unternehmen im Prime Market der Wiener Börse.

www.corporate-governance.at

Investor Relations in Krisenzeiten – Fragen und Problemstellungen



(A) Fragen zu den Unterlagen – ein Leseleitfaden

1. Welche Rolle spielt René Fochler in diesem Fall?
2. In welcher Abteilung ist René Fochler beschäftigt?
3. Warum muss die Investor Relations-Abteilung seiner Ansicht nach etwas tun?
4. Wie hat sich der Kurs der Telekom-Aktie in den letzten Tagen entwickelt?
5. In welchen Geschäftsbereichen ist die Telekom Austria tätig?
6. Was betrachtet die Telekom Austria als „Motor für die Performance der Telekom Austria Aktie“?
7. Welche Rolle spielt das Thema „Nachhaltigkeit“ im Rahmen der Investor Relations der Telekom Austria?
8. Welche Investor Relations-Maßnahmen sind bei der Telekom Austria – außerhalb von Krisenzeiten – Standard?
9. Was meint der Begriff „Verantwortung“ in den Leitsätzen der Telekom Austria?
10. Worauf führen Analysten den Sinkflug des ATX am Montag, 27.10.2008 zurück?
11. Stammte das Angebot am Montag, 27.10.2008 vermutlich eher von den Privatanlegern oder von den Institutionellen Anlegern?
12. Mit welchen Argumenten haben RZB-Analysten noch am Mittwoch, 22.10.2008 ihre Empfehlung die Telekom Austria Aktie zu kaufen, untermauert?

(B) Theoriefragen

1. Was versteht man unter Investor Relations?
2. Welche Ziele werden mit Investor Relations verfolgt?
3. Welche Maßnahmen werden im Rahmen der Investor Relations ergriffen?
4. Welche Zielgruppen lassen sich für die Investor Relations eines Unternehmens unterscheiden?
5. Verschaffen Sie sich einen Überblick über das Thema „Kommunikationspolitik“.
6. Welche Funktion erfüllt das Leitbild bzw. die Unternehmensgrundsätze?
7. Was versteht man unter Corporate Governance?
8. Muss jedes Unternehmen über Corporate Governance-Regelungen verfügen?

(C) Anwendungsfragen

1. Bestimmen Sie aus der Sicht der Telekom Austria zwei unabhängige Anlegergruppen und entwickeln Sie für jede Gruppe einen Investor Relations-Mix, der das Vertrauen in die Telekom Austria Aktie bzw. die Erwartung an die Kursentwicklung der Aktie stärkt.
2. Recherchieren Sie die Corporate Governance-Regelungen der Telekom Austria.

(D) Diskussionsaufgaben

1. Stellen Sie am Beispiel der Investor Relations-Aktivitäten der Telekom Austria dar, wie sich Umweltentwicklungen auf ein Unternehmen auswirken können.
2. Warum ist die Investor Relations-Arbeit als Kommunikations-Maßnahme gegenüber den Kapitalgebern, gerade in Krisen-Zeiten von besonderer Bedeutung?
3. Welche Voraussetzungen müssen unternehmensintern vorhanden sein, damit ein Unternehmen eine leistungsfähige Investor Relations-Arbeit erbringen kann? Stellen Sie Ihre Ansicht kurz dar.

Investor Relations in Krisenzeiten – Unterrichtsplanung



Lehrplanbezug

Lehrplan 2004, IV. Jg., BW, Basislehrstoff – Portfolio-Management: Wertpapiere und sonstige Instrumente der Vermögensveranlagung. Kapitalmarkt.

- Wertpapiere
- Aktiengesellschaft
- Systeme des Rechnungswesens
- Leitbild, Unternehmensgrundsätze
- Unternehmenskultur
- Kommunikationspolitik
- Grundzüge des St. Galler Managementmodells

Eingangsvoraussetzungen

Lehrziele

- Investor Relations als Instrument der Vertrauensbildung und Erwartungssteuerung gegenüber den Finanzmärkten kennen.
- Den Begriff Corporate Governance erläutern können.
- Maßnahmen im Rahmen der Investor Relations nennen können.
- Investor Relations als Instrument der Krisenhandhabung von AGs kennen.
- Investor Relations-Maßnahmen für konkrete Problemstellungen vorschlagen können.
- Den Zusammenhang zwischen den Begriffskategorien „Umweltsphären“, „Anspruchsgruppen“ und „Interaktionsthemen“ einerseits und den Begriffskategorien „Ordnungsmomente“, „Prozesse“ und „Entwicklungsmodi“ andererseits darstellen können.

Unterrichtsablauf

Nr.	Aktivitäten	Medien	Sozialform	Zeit
1.	Einstieg anhand des Fallbeginns	AB1	Klasse	5'
2.	Kurzer Überblick über die Themen Investor Relations und Corporate Governance	OH1, AB2	L	5'
3.	Schüler/innen lesen die Fallangabe anhand des Leseleitfadens durch.	AB1, AB3	EA	25'
4.	Offene Fragen zur Angabe werden geklärt.		Klasse	10'
5.	Hausübung bis zum nächsten Mal: Anwendungsfragen lösen und Notizen zu den Diskussionsaufgaben machen.	AB3	Klasse	5'
6.	Einstieg mit dem aktuellen Kurs der Telekom Austria Aktie. Kurzes Zusammenfassen der Themenstellungen.		Klasse	5'
7.	Besprechung der Lösungen zu den Anwendungsaufgaben	T1	Klasse	15'
8.	Klassendiskussion anhand der Diskussionsaufgaben, abwechselnde Protokollführung durch die Schüler/innen, OH2 kann als Anregung aufliegen	Protokoll OH2	Klasse	25'
9.	Zusammenfassung: Rückführung auf die OH1 und OH2	OH1, 2	L	5'

Kommentare zum Unterrichtsablauf

- Ad 1** Anhand des Fallbeginns von AB1 wird mit den Schülern die Problematik des Themas „Finanzkrise“ und „Investor Relations“ besprochen.
- Ad 2** Anhand von OH1 wird den Schülern das Thema „Investor Relations“ vorgestellt. Anschließend wird kurz das Thema „Corporate Governance“ wie in AB2 dargestellt, angesprochen.
- Ad 3** Die Schüler/innen lesen die Fallangabe lt. AB1 durch. Als Orientierungshilfe dient ihnen ein Leseleitfaden aus AB3, der die wichtigsten Informationen für die weitere Bearbeitung beinhaltet.
- Ad 4** Gemeinsam mit den Schüler/innen werden offene Fragen besprochen.
- Ad 6** Anhand des aktuellen Kurses der Telekom Austria Aktie, wird die Problematik „Investor Relations in Krisenzeiten“ nochmals aufgegriffen.
- Ad 7** Vergleich der Anwendungsfragen, Ergebnisse werden an der Tafel festgehalten.
- Ad 8** Mit Impulsfragen startet L eine Klassendiskussion mit den Schüler/innen auf der Folie des neuen St. Galler Management-Modells. Schüler/innen führen abwechselnd Pro-tokoll.
- Ad 9** L führt die wichtigsten Ergebnisse anhand der OH1 und OH2 zusammen.

Unterrichtsmaterialien

- AB1** Kurzer Fall zum Thema Investor Relations in Krisenzeiten, am Beispiel der Telekom Austria.
- AB2** Theoretischer Hintergrund zu den Themen „Investor Relations“ und „Corporate Governance“
- AB3** Fragen und Problemstellungen
- OH1** Investor Relations
- OH2** Das neue St. Galler Managementmodell
- LH 1** Investor Relations in Krisenzeiten – Informationen für Lehrer/innen
- LH 2** Lösungsskizzen zu den Anwendungsfragen und Diskussionsaufgaben

Literaturquellen

- aktien-portal.at, 27.10.2008
- www.boerse-express.com/pages/712018, 22.10.2008
- www.corporate-governance.at, 27.10.2008
- DiePresse.com, 27.10.2008
- Dyllick, Thomas; Arnt Meyer: Kommunikationsmanagement, in: Rolf Dubs, Dieter Euler, Johannes Rüegg-Stürm, Christina E. Wyss (Hrsg.): Einführung in die Managementlehre, Band 4, Haupt Verlag, Bern – Stuttgart – Wien 2004, S. 117 - 147
- Malik, Fredmund: Die Neue Corporate Governance. Richtiges Top-Management – Wirksame Unternehmensaufsicht. 3., erweiterte Auflage, Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt am Main 2002
- Lengen, Haiko van: Megamerger von Medienunternehmen. Stakeholder und Governance der Merger-Entscheidung. Medien Diss. masch., Weimar 2003
- Schmid, Michael; Helmut Kuhnle; Michael Sonnabend (Hrsg.): Value Reporting. Optimieren Sie Ihre materielle Corporate Governance. Vahlen Verlag, München 2005
- www.telekom.at, 27.10.2008
- www.wiwo.de/finanzen/gute-informationen-zahlen-sich-aus-293864, 27.10.2008

Investor Relations in Krisenzeiten – Informationen für Lehrer/innen



1. Hintergrundinformationen zu Investor Relations

1.1. Hintergrundinformationen zu Investor Relations

Investor Relations sind bei börsennotierten Kapitalgesellschaften zu einem wichtigen Kommunikationsthema geworden. Ihre Funktion besteht in der Vertrauensbildung und Erwartungssteuerung gegenüber den Finanzmärkten. Ihre Aufgabe umfasst die regelmäßige Bereitstellung und Kommentierung finanzieller und strategischer Informationen bezüglich Umsätze, Marktanteile, Cashflows und Renditen.

Das Interesse von Investoren ist in aller Regel rein finanzieller Natur. Sie erwarten aus einem finanziellen Engagement in ein bestimmtes Unternehmen eine überdurchschnittlich hohe bzw. sichere Rendite.

Für die Unternehmen steht im Gegenzug die Kapitalbeschaffung im Zentrum der Erwägungen. Für sie gilt es, die Vorteile einer Unternehmensbeteiligung darzulegen bzw. die Kreditfähigkeit des Unternehmens gegenüber Fremdkapitalgebern zu verdeutlichen.

Aus diesen unterschiedlichen Motiven ergeben sich die Aufgaben und Inhalte der Investor Relations: Es geht um Erwartungssteuerung einerseits, Reputationsaufbau andererseits. Investoren handeln unter Unsicherheit, da die zukünftige Entwicklung des Unternehmens häufig nicht einmal für das eigene Management vorhersagbar ist. Bereits geringfügige Abweichungen von den Erwartungen führen oftmals zu heftigen Marktreaktionen. Die Erwartungssteuerung durch eine offene und zeitgerechte Finanzkommunikation soll hier Abhilfe schaffen¹.

1.2. Investor Relations in Krisenzeiten

Gute Informationen zahlen sich aus.

Die Finanzkrise hat gezeigt, wie wichtig vorbildliche Investor Relations sind. Wer mauert oder gar täuscht, wird an der Börse bestraft. Aktionäre fordern von Unternehmen regelmäßige, schnelle und relevante Informationen. Im Dax liefern Continental, RWE und die Deutsche Bank die besten Auskünfte für Investoren.

Eigentlich wollte sich Thomas Gruber mit seinem Anruf bei Continental „auch mal ordentlich Luft machen“. Der 46-jährige Privat-anleger aus Eichenau bei München war frustriert. „Seit Monaten waren meine Conti-Aktien im freien Fall, dabei gab es aus dem Unternehmen scheinbar nur Gutes zu vermelden.“ Gruber suchte im Internet die Tele-fonnummer der Investor-Relations-(IR-)Abteilung heraus und rief an – entschlossen, die IR-Leute so lange zu nerven, bis er einen Entschluss gefasst hätte. „Vielleicht sind die Kursverluste übertrieben, oder es gibt eine plausible Erklärung dafür. Aber wenn sie mir dumm kommen, verkaufe ich sofort.“

Vom Verlauf des Gesprächs war Gruber einigermaßen überrascht: „Ich dachte, jetzt werde ich mit ein paar Floskeln abgespeist, aber die haben sich wirklich Zeit für mich genommen.“ Fast 40 Minuten sprach eine IR-Mitarbeiterin mit dem Immobilienkaufmann, erklärte ihm die komplexe Finanzierung der Übernahme des Zulieferers VDO bis ins Detail.

Das hat offenbar System beim hannoverschen Dax-Unternehmen. Keine andere deutsche Aktiengesellschaft betreibt für ihre Investoren einen derart hohen Aufwand – und keine wird von ihren Anteilseignern so gut bewertet, wenn es um die Qualität der Kapitalmarkt-Informationen

geht.

Anlageprofis wie Analysten, Fondsmanager und Vermögensverwalter zeigen in der aktuellen Umfrage des Londoner Researcher-Hauses Thomson Reuters Extel nicht mit Lob für die Conti-IR. „Die Geschäftsberichte sind extrem detailliert und dennoch verständlich, das Management ist engagiert und fast immer für Investoren erreichbar“, fasst Christian Breitsprecher, Analyst bei Sal. Oppenheim, zusammen.

Das bringt Conti den Preis für die beste Investor-Relations-Arbeit in Deutschland ein – noch vor dem Energieversorger RWE und der Deutschen Bank. Gestern verliehen der Branchenverband DIRK und die WirtschaftsWoche den Preis; neben den drei Dax-Vertretern werden mittelgroße Unternehmen wie Deutsche Euroshop, Fraport, Pfeiffer Vacuum und MPC Capital für herausragende IR-Leistungen geehrt.

Mehr als 900 Kapitalmarktprofis aus 17 Ländern, die bei 275 Fondsgesellschaften, Vermögensverwaltern, Versicherungen, Pensionskassen, Banken und Brokern arbeiten, wurden vom Datendienstleister Thomson Reuters Extel seit Februar befragt. Die Berufsinvestoren verteilten Punkte für Transparenz und Genauigkeit der Jahres- und Quartalsberichte, Korrektheit der Prognosen, Erreichbarkeit des Vorstands sowie Fach- und Branchenwissen der IR-Abteilung.

Konkret: Wie verlässlich und exakt waren die publizierten Zahlen? Wie oft wurden den Anlegern Überraschungen aufgetischt? Wie schnell reagierte ein Unternehmen auf detaillierte Nachfragen? Gab es Werksbesichtigungen und Gespräche mit Fachleuten aus der zweiten Reihe des

1 Dyllick/Meyer 2004, S. 117ff

Unternehmens? Oder wurden Fonds und Privatanleger nur mit den immer gleichen IR- und Werbe-Mitteilungen abgespeist?

„Die Stimmen der Investoren haben wir nach deren Aktien-Kaufkraft gewichtet“, erklärt Steve Kelly, Chef von Thomson Reuters Extel in London, „wer viel in deutsche Aktien investiert, dessen Stimme zählt viel“. Kleine Fonds und Vermögensverwalter haben entsprechend weniger Gewicht.

„Insgesamt spielt die IR der deutschen Unternehmen inzwischen international in der Top-Liga“, lobt Kelly. Das war nicht immer so. Zu Zeiten der Deutschland AG, als die Unternehmen wechselseitig die Aufsichtsräte besetzten, fand IR im Wesentlichen auf dem Golfplatz statt; eigene Abteilungen gab es selten, und wenn, dann waren sie „reine Folien- und Kofferträger der Finanzvorstände. Noch vor wenigen Jahren wartete man mitunter Tage auf einen Rückruf, wenn man etwas wissen wollte, das nicht im Geschäftsbericht stand“, erinnert sich Eberhard Weinberger, Vorstand bei Deutschlands größtem Vermögensverwalter Dr. Jens Ehrhardt Kapital.

Das hat sich geändert. Sechs bis sieben hauptberufliche, hoch qualifizierte IR-Leute sind im Dax inzwischen Standard, zwei IR-Spezialisten im MDax oder TecDax; Finanzvorstände wie Alan Hippe von Conti verbringen bis zu einem Fünftel ihrer Arbeitszeit im direkten Investoren-Kontakt; selbst Vorstandsvorsitzende stehen ihren Anteilseignern auf Unternehmenspräsentationen (so- genannten Roadshows) und Analystenkonferenzen persönlich Rede und Antwort. „Etwa zehn Prozent meiner Zeit widme ich den Aktionären“, sagt RWE-Vorstandschef Jürgen Großmann. Auch mittelgroße Unternehmen treiben ansehnlichen Aufwand: „Unser IR-Team führte in 2007 rund 340 Einzelgespräche, rund ein Drittel davon bestritten der Vorstandsvorsitzende oder der Finanzvorstand“, sagt Matthias Zieschang, Finanzchef des Flughafenbetreibers Fraport.

Der Aufwand zahlt sich aus – zumindest aus Sicht der Aktionäre: „Fast alle deutschen Blue Chips aus dem Dax und viele deutsche Unternehmen, die in Nebenwertindizes gelistet sind, reagieren heute professionell und binnen weniger Stunden auf komplexe Investorenfragen. Das kann man bei Weitem nicht von allen europäischen oder asiatischen Aktiengesellschaften behaupten“, lobt Kelly. In den USA, eigentlich das Mutterland der IR, werde diese „leider noch immer allzu oft als zweites Werbe- Standbein missbraucht“, sagt Kelly. „Dort ist immer alles ‚great‘, die aktuellen Zahlen und erst recht die Aussichten aufs nächste Quartal. Das kommt bei den Investoren in Europa nicht so gut an.“

Punkte bei den Investoren sammelten die Sieger wie Conti, RWE oder Pfeiffer Vacuum hierzulande wegen ihrer Geradlinigkeit und Offenheit: „Auch schwierige Themen wie die VDO-Übernahme und deren Finanzierung hat Conti gut kommuniziert“, findet Oliver Caspari, Analyst beim Bankhaus Lampe. Sein Kollege Sven Diermeier

von Independent Research lobt Conti für deren „hohe Verlässlichkeit. Es gibt eine große Übereinstimmung zwischen dem, was uns von der IR-Abteilung das ganze Jahr über angedeutet wird – der sogenannten Guidance – und den Zahlen, die hinterher schwarz auf weiß im Quartalsbericht stehen.“

Denn nichts scheuen Analysten mehr, als ihre Gewinnsschätzungen, Kursziele oder gar Aktien-Empfehlungen aufgrund überraschender Zahlen drastisch korrigieren zu müssen.

„Eine gute IR minimiert diese Gefahr“, so Portfoliomanager Weinberger, „Conti hat auch Probleme – wie den vermeintlich zu hohen Kaufpreis für VDO und die dortigen Überkapazitäten – nicht schöneredet oder vertuscht, sondern offen angesprochen.“

Dafür betreiben die Niedersachsen aber auch einen hohen Aufwand. Übers Jahr führen sie rund 550 Einzelgespräche mit Fondsmanagern. „Das ist deutlich mehr als der Durchschnitt im Dax, der bei etwa 350 Investoren-Meetings im Jahr liegt“, weiß Thomson-Manager Kelly. Und „dank umfangreicher Marktforschung“ kennt Conti „rund 84 Prozent unserer Aktionäre mit Namen und Anschrift“, wie IR-Leiter Rolf Woller sagt. „Rund 30 Millionen unserer 160 Millionen Aktien wechseln in einem durchschnittlichen Jahr den Besitzer, da ist es wichtig, zu wissen, wer kauft und wer Bestände abgibt.“

2007 zogen die Aktienumsätze an den Börsen nach drei eher ruhigen Hausse-Jahren wieder deutlich an – und erstmals seit Jahren ging es häufig auch nach unten statt ständig nach oben. „Für viele IR-Leute, die noch nicht so lange dabei sind, waren Kursverluste von 40 Prozent und mehr eine ganz neue Erfahrung“, sagt Kelly von Thomson. „2007 war gute IR über weite Strecken gleichzusetzen mit guter Krisen-IR; die Finanzkrise trennte ab August gnadenlos die Spreu vom Weizen.“

So fällt auf, dass in der Thomson-Umfrage keineswegs nur Unternehmen positiv abschnitten, deren Aktien besonders gut liefen. Im Gegenteil: Gerade Unternehmen aus schwierigen Branchen wie Finanzen oder Immobilien – zum Beispiel der Fondsverkäufer MPC Capital oder der Immobilienwert Deutsche Euroshop – bekamen von den Profi-Investoren gute bis sehr gute Noten. „In London, wo zurzeit an fast jedem fünften Haus ein ‚Zu Verkaufen‘- Schild hängt, wollte man in den vergangenen Monaten von Immobilienaktien erst einmal nichts wissen“, sagt Euroshop-Vorstand Olaf Borkers, „zu erklären, dass unser Geschäftsmodell dennoch weiter gut funktioniert, war ein Knochenjob für die IR.“ Der Lohn ist der erste Platz bei den mittelgroßen Aktien im MDax. Auch Fraport-Finanzvorstand Zieschang und sein von Conti geholter IR-Chef Stefan Rüter mussten den Anlegern bittere Pillen – etwa heftige Proteste gegen ein Chemiewerk in der Einflugschneise der geplanten neuen Startbahn oder eine Senkung der Landengebühren – schmackhaft machen. Was offenbar gelang: Fraport sprang im MDax von Platz 14 auf Rang 2.

Auch perfekte IR garantiert nicht steigende Kurse. „Bei schlechten Nachrichten kommt es sehr stark auf die IR an, ob Investoren bei der Stange bleiben“, sagt Marcus Ratz, Analyst beim Frankfurter Fondsanbieter Lupus Alpha. Werden die Gründe für den Einbruch plausibel erklärt und eine Perspektive aufgezeigt, „kann das einen Langfrist-Investor sogar dazu bewegen, sein Aktienpaket aufzustoocken“, sagt Weinberger von Dr. Jens Ehrhardt Kapital.

„Früher galt die einfache Gleichung: Kurs hoch entspricht guter IR“, meint Kelly, „wenn die Aktie am Ende des Jahres 60 Prozent im Plus lag, fanden die Analysten sogar die Krawatten des Finanzvorstands schöner als die der Konkurrenz. Heute differenzieren die Anlageprofis viel mehr; sie wissen durchaus, wo die Möglichkeiten und wo die Grenzen der IR-Leute sind.“

Und sie fragen wesentlich hartnäckiger und genauer nach. „Es kann passieren, dass ein Analyst besser über den CO₂-Ausstoß eines Kohlekraftwerks Bescheid weiß als ein Energieexperte“, bestätigt Ingo Alphéus, Chef der IR bei RWE, „die Investoren-Meetings sind fachlich viel anspruchsvoller geworden.“

Legal sei auch von einem noch so gut bekannten Manager oder Broker kein Wissensvorsprung mehr herauszuholen, meint Kelly, „deshalb versuchen viele Fonds, besonders Hedgefonds und Finanzinvestoren, sich durch penible Recherchen von Wettbewerbern abzusetzen“.

Kleinere High-Tech-Unternehmen wie Pfeiffer können bei Investoren punkten, wenn Manager aus der zweiten Reihe Ansprechpartner sind oder wenn sie Anleger in ihre Werke einladen. Denn „nicht jedem Fondsmanager ist auf Anhieb klar, was eine Turbomolekularpumpe ist“, so Pfeiffer-Vorstandschef Manfred Bender.

Auch finanziell steigt der Einsatz. Laut einer aktuellen Umfrage von „News aktuell“ und dem „Handelsblatt“ rechnet jede dritte deutsche IR-Abteilung in diesem Jahr mit einem weiter steigenden Budget – nach bereits deutlichen Zuwächsen in den vergangenen Jahren.

Da bleibt die Frage nach dem konkreten Nutzen der IR nicht aus. Ein halbes Dutzend Doktorarbeiten, einige Bücher und Hunderte Artikel haben diese Frage wissenschaftlich untersucht – ohne dabei allerdings allzu überzeugende Ergebnisse zu Tage zu fördern. Mit guter IR sei es wie mit vielen wichtigen Dingen, meint Kelly: Unternehmen merkten erst, was sie daran haben, wenn sie weg ist. „Solange der Kurs steigt und alles glatt läuft, nimmt man sie nicht wahr, aber wenn ein guter IR-Leiter zur Konkurrenz wechselt oder ein weniger engagierter Vorstand antritt, gibt es schnell Knatsch mit den Investoren, der sich dann auch negativ im Kurs niederschlägt“, sagt DIRK-Geschäftsführer Kay Bommer.

Selten wurden die Unterschiede zwischen guter und schlechter IR so deutlich wie am Umgang der Banken mit der Finanzkrise. Die Deutsche Bank schaffte die drittbeste IR-Bewertung aller in den größeren Indizes enthaltenen 160 deutschen Unternehmen. Commerzbank, Hypo Real

Estate und Postbank rangieren im Urteil der Finanz-Profis weit abgeschlagen. „Auch im internationalen Vergleich läge die Deutsche Bank weit vor den meisten Wall-Street-Banken und europäischen Branchenkollegen“, weiß Thomson.

Das lag paradoxerweise daran, dass die Bank zu Beginn der Finanzkrise, als Gerüchte über den Abschreibungsbedarf auf faule US-Hypotheken ins Kraut schossen, mit Informationen sparsam umging. „Der Druck der Investoren, Zahlen zu nennen, war besonders in den ersten Monaten brutal“, sagt Wolfram Schmitt, Chef der IR bei der Deutschen Bank.

Die Folge: Management und Investor Relations der großen Banken verfielen teilweise in hektischen Aktionismus. „Im Nachhinein der größte Fehler, den man machen konnte“, sagt Vermögensverwalter Weinberger. Denn die Banken mussten ihre Schnell-Einschätzungen oft schon nach wenigen Tagen unter Schmerzen zurücknehmen – mit bösen Folgen für den Aktienkurs.

Mitte Januar etwa überraschte Hypo Real Estate die Anleger mit Abschreibungen von 390 Millionen Euro auf faule US-Kredite; die Dax-Aktie verbuchte einen Tagesverlust von 35 Prozent. Noch wenige Tage zuvor hatte Vorstandschef Georg Funke versichert, sein Institut sei von der US-Immobilienkrise kaum betroffen.

Aber auch die Großen der Geld-Zunft wie Citigroup, Merrill Lynch oder die UBS tappten in die Falle, gaben viele vage Statements ab und mussten ihren Aktionären am Ende doch deutlich höhere Abschreiber beichten. Anders die Taktik der Deutschen Bank: „Wir haben uns im August sehr schnell auf eine ganz klare Krisen-IR-Linie festgelegt“, erklärt Schmitt, „im Zweifel sagen wir erst mal, kein Kommentar“. Erst, wenn wir eine weitgehend belastbare Zahl haben, gehen wir damit an die Öffentlichkeit.“ Die Taktik funktionierte, sagt ein Londoner Analyst: „Die Deutsche Bank hat den kniffligen Job nicht schlecht gemacht. Josef Ackermann sitzt als einer von wenigen Bankenchefs noch fest im Sattel“ – trotz Finanzkrisen-Abschreibungen von mittlerweile fünf Milliarden Euro.

www.wiwo.de/finanzen/gute-informationen-zahlen-sich-aus-293864

2. Hintergrundinformationen zu Investor Relations

Mit dem Erkennen eines Auseinanderklaffens von Aktionärsinteressen und Unternehmensführung in den 1930er Jahren kam es erstmals zu Überlegungen eine Corporate Governance in börsennotierten Gesellschaften einzuführen.

Bereits 1932 veröffentlichten Adolph Berle und Gardiner Means ihr Buch „The modern corporation and private property“, in welchem sie auf die Beziehung zwischen Kapital und Management eingehen. Berle und Means machen sich stark für eine „... Verteilung der Zuständigkeiten und Rollen zwischen den einzelnen Organen einer Gesellschaft, um eine Übervorteilung der Anteilseigner durch das angestellte Management zu verhindern.“¹

In einem engen Sinn liegt der theoretische Hintergrund der Corporate Governance also im Prinzipal-Agent-Problem, welches auf eine Notwendigkeit der Überwachung des Managements (Agenten) durch die Eigentümer eines Unternehmens (Prinzipale) verweist.² Die Trennung dieser zwei Organe stellt die Grundlage der Corporate Governance dar. Somit soll eine wirksame Unternehmensaufsicht zur Vermeidung von Unternehmenszusammenbrüchen und der damit verbundenen Kapitalvernichtung gewährleistet werden.³

Heute versteht man im Allgemeinen unter dem Begriff der Corporate Governance, dass ein Unternehmen ganz im Sinne der Eigentümer geführt wird. Das heißt, dass die Leitung und Kontrolle des Unternehmens auf eine langfristige Wertschöpfung und –steigerung ausgerichtet ist. Überdies sollten die Interessen der relevanten Stakeholder eines Unternehmens bei wichtigen Entscheidungen berücksichtigt werden. Eine Definition der OECD zu Corporate Governance aus dem Jahr 1995 weist ausdrücklich auf diesen Fakt hin: „Die Corporate Governance-Strukturen umfassen die Wechselbeziehungen zwischen allen unmittelbar an der unternehmerischen Entscheidungsfindung beteiligten Akteure und werden durch die institutionellen Rahmenbedingungen sowie das Regulierungsumfeld geprägt.“⁴

Diese Aussage der OECD gewährleistet den Stakeholdern einen gewissen Spielraum bei der Mitgestaltung der durch das Unternehmen zu verfolgenden Ziele. Die Entscheidung, inwieweit die gestellten Anforderungen dann jedoch tatsächlich berücksichtigt werden, obliegt trotz allem der Unternehmensleitung. Hat diese sich jedoch entschlossen bestimmten Forderungen nachzukommen, dann schließt eine ernsthaft betriebene Corporate Governance ein, dass die Unternehmensleitung für ihre gegebenen Versprechen zielgerichtete Verfahren zu deren Sicherstellung zu entwerfen hat, um diese dann auch tatsächlich umzusetzen. Unter dem Aspekt, dass die vereinbarten Richtlinien nicht zwingend bindend sind, da sie in den seltensten Fällen in Gesetze, sondern stattdessen meist nur in Absichtserklärungen gefasst werden, ist es zwingend erforderlich, dass sich die Unternehmensleitung auch auf Dauer für die Einhaltung verpflichtet fühlt.⁵

Unabhängig von Einzelregelungen bezüglich spezieller Interessengruppen kann man jedoch sagen, dass eine allgemeine Ziel-Leitlinie für börsenorientierte Gesellschaften darin besteht, ihre eigene Transparenz für Anleger und Öffentlichkeit zu erhöhen und somit das Vertrauen in die Wirtschaft im Ganzen zu verbessern.

1 Schmied/Kuhnle/Sonnabend 2005, S. 31

2 Ebenda, S. 31

3 Malik 2002. S. 121

4 Lengen 2003, S. 194

5 Schmid/Kuhnle/Sonnabend 2005, S. 42f

Investor Relations in Krisenzeiten – Fragen und Problemstellungen



(C) Anwendungsfragen

1. Entwicklung von Investor Relations-Maßnahmen

Private Anleger

Private Anleger müssen in ihrem Vertrauen in einer „Breitbandkommunikation“ gegenüber der Telekom Austria gestärkt werden. Einige passende Maßnahmen mit rascher Wirkung sind:

- Newsletter an Aktionäre
- Anzeigen in zielgruppengerechten Printmedien wie „Gewinn“, „profil“ oder „trend“
- Ev. Broschüren in A1-Shops
- Telefonhotline, Email-Dienst

Institutionelle Anleger

Institutionelle Anleger müssen in ihrer Erwartung in Bezug auf die Rendite des Unternehmens gestärkt werden. Einige passende Maßnahmen sind:

- Pressekonferenzen
- Analystenkonferenzen
- Direktansprache wichtiger Institutioneller Anleger

2. Corporate Governance-Regelungen der Telekom Austria

Unter dem Stichwort „Corporate Governance“ sind bei der Telekom Austria unter anderem folgende Punkte geregelt:

- *Organe*

Entscheidungsbefugnisse von Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung.

- *Satzung*

Die Satzung der Telekom Austria AG zum Downloaden

- *Corporate-Governance-Kodex*

Regelwerk für die verantwortungsvolle Führung und Leitung von Unternehmen in Österreich

Per Beschluss des Vorstandes vom 25. November 2003 verpflichtet sich Telekom Austria ab Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2003 zur freiwilligen Einhaltung des österreichischen Corporate Governance Kodex.

Bereits seit dem Börsengang im Jahr 2000 bekennt sich Telekom Austria entsprechend der internationalen Kapitalmarktgepflogenheiten zur größtmöglichen Transparenz und pflegt eine Berichtskultur, die über die österreichischen Erfordernisse hinausgeht.

Die Erklärungen berücksichtigen zur Gänze die Kodex Revision im Juni 2007.

Telekom Austria erfüllt die im Corporate Governance Kodex angeführten Rechtsvorschriften vollständig. Die nachfolgende C-Regel erfüllt die Telekom Austria Group durch die Abgabe folgender Erklärung:

Regel 28:

Aktionsoptionspläne für den Vorstand inklusive der festgesetzten Ausübungshürde in Form des Zielwertes Gewinn je Aktie werden vom Aufsichtsrat beschlossen, um eine optimale Abstimmung mit den vom Aufsichtsrat vorgegebenen Zielvorgaben zu erreichen. Die Grundlagen und Funktionsweisen des Aktienoptionsprogramms wurden der Hauptversammlung am 4. Juni 2003 und am 23. Mai 2006 vorgestellt.

- Directors Dealings

Käufe und Verkäufe von Telekom Austria Aktien durch deren Vorstände und Aufsichtsräte.

- Compliance Richtlinien

Konzernweite Richtlinien, um missbräuchliche Verwendung oder Weitergabe von Insiderinformationen zu vermeiden

(D) Diskussionsaufgaben

Alle Diskussionsaufgaben sind dazu gedacht, das neue St. Galler Management-Modell mitzudenken. Es dient als Folie für eine Plenumsdiskussion mit der Klasse.

1. Wirkung aus der Umweltsphäre auf das Unternehmen

Kein Unternehmen kann sich den Entwicklungen aus den Umweltsphären entziehen. Da mit der Finanzkrise der Nährboden eines Unternehmens unmittelbar getroffen ist, sind sowohl das Ordnungsmoment „Strategie“ als auch die „Managementprozesse“ erfasst.

Die „Strategie“ insofern, als Strategien, also die Schaffung von Voraussetzungen für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens, mangels Finanzierungen möglicherweise nicht mehr durchführbar sind, die „Managementprozesse“ insofern, als die grundlegenden Managementaufgaben „gestalten“, „lenken“ und „entwickeln“ mit Blick auf eine langfristige Zukunftssicherung eines Unternehmens neu überdacht werden müssen. Die Investor Relations-Arbeit stellt sich vor diesem Hintergrund als ein wichtiger operativer Führungsprozess dar, die Kommunikation mit den Kapitalgebern aus der Riege der Anspruchsgruppen zu forcieren, um sowohl das Vertrauen als auch die Erwartungen zu steuern.

2. Bedeutung der Investor Relations-Arbeit in der Krise

In Krisensituationen entsteht auf dem Kapitalmarkt ein Verkäufermarkt, der Kurs einer Aktie sinkt und damit sinkt auch der durch einen hohen Aktienkurs möglich Übernahmeschutz. Da auf dem Kapitalmarkt die Ressourcen knapp sind, tendieren Anleger dazu, ihr verfügbares Kapital jenen Unternehmen zu überlassen die es schaffen, ausreichendes Vertrauen aufzubauen bzw. Erwartungen an eine hohe Rendite begründet hoch zu halten. Genau dies ist auch die Aufgabe der Investor Relations.

3. Nötige Infrastruktur für eine leistungsfähige Investor Relations-Arbeit

Im Zentrum der Investor Relations-Arbeit steht die Kommunikation von Informationen aus dem Unternehmen. Um diese Kommunikation leistungsfähig zu gestalten, müssen der Investor Relations-Abteilung sämtliche Informationen zur Verfügung stehen. Dabei kommt vor allem einem hoch entwickelten Rechnungswesen und Controlling, als Spiegel unternehmerischer Tätigkeit auf Zahlenebene eine hohe Bedeutung zu. Darüber hinaus muss die Investor Relations-Abteilung hierarchisch hoch angesiedelt sein, um auch strukturell über die Informationen verfügen bzw. Einblick in die Strategien eines Unternehmens gewinnen zu können.

Die Beziehung zwischen Aktiengesellschaft und Aktionär

Investor Relations

Ziele

- leichtere Eigenkapitalbeschaffung
- Übernahmechutz
- Wahren Unternehmenswert zeigen
- Vertrauen bei Aktionären
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- Image positiv steigern

Maßnahmen

„persönliche“ Maßnahmen

- Hauptversammlungen
- Road Shows
- Analystenkonferenzen
- Pressekonferenzen

„unpersönliche“ Maßnahmen

- Geschäftsberichte
- Quartals- und Zwischenberichte
- Aktionärsbriefe und –zeitschriften
- Fernsehspots
- Internet/Online-Dienste

Das neue St. Galler Management-Modell

