

Investor Relations

MISSION KURSGEWINN

Wer neue Investoren überzeugen und Aktionäre zufrieden stellen möchte, sollte sicher gehen, dass er über eine gut funktionierende Investor Relations-Abteilung (IR) verfügt. Ein solches IR-Team fungiert als wichtige Informationsschnittstelle und ist kompetenter Ansprechpartner für alle Zielgruppen unter den Kapitalmarktakteuren.

Nach der Bankenkrise 2008 geriet der Aufbau einer selbständigen Investor Relations-Abteilung teilweise in den Hintergrund. Ein Großteil der inhaltlichen Vorbereitung, einschließlich Equity Story und Investorenpräsentation, wurde von den mit dem Börsengang betrauten Investmentbanken direkt übernommen. Ein Umstand, der nicht immer zum gewünschten Erfolg führte, da sich sehr viele Unternehmen bei der strategischen Positionierung und dem Aufbau direkter Investorenbeziehungen weitgehend von einer dritten Partei bevormunden ließen. Wer für seine Investor Relations intern entsprechende Kapazitäten bereitstellt, ist heute im Vorteil.

Kompetenzzentrum für Kapitalmarktkommunikation

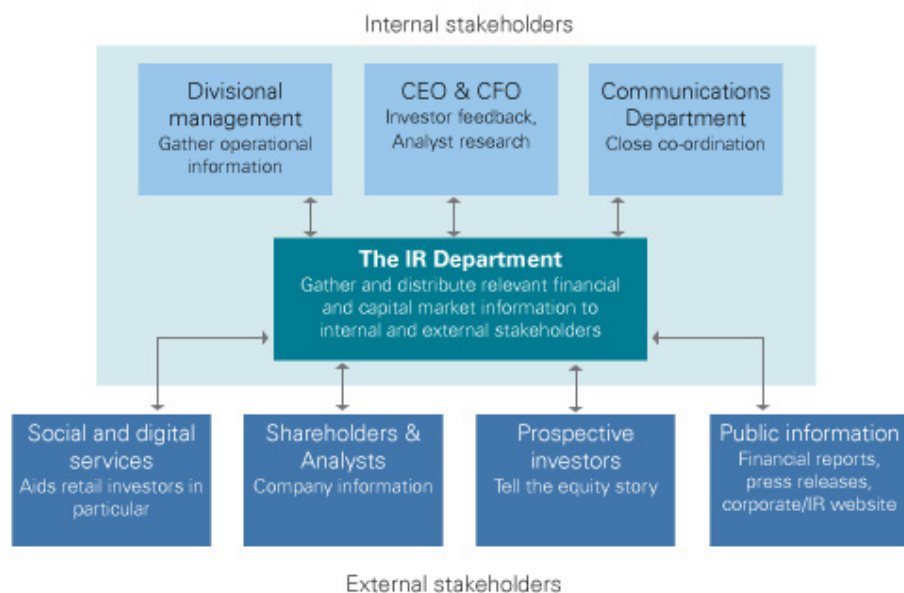
Mit dem Aufbau der IR-Abteilung sollten Unternehmen beizeiten beginnen – idealerweise bereits mit der ersten Planungssitzung zum Börsengang. Warum? Nur die frühzeitige Installation eines erfahrenen Teams, bestehend aus mindestens zwei bis drei IR-Managern, sichert den reibungslosen Ablauf nach der Erstnotiz. Dazu müssen dem neuen Team nicht nur Zugänge zu Datenservices wie Bloomberg oder Reuters eingerichtet werden. Die IR-Manager müssen regelmäßig auch Aktionärerhebungen in Auftrag geben. Neben den Kosten für Büroräume und IT-Anwendungen stehen auch Aufwendungen für notwendige Reisen im Auftrag des Aktienkurses. Dabei geht es vorrangig um Budgets für Investorenroadshows und Konferenzen, auch wenn streckenweise Grauzonen dazu existieren, welche Kosten die Investmentbanken indirekt bereits übernehmen.

Fortsetzung auf der folgenden Seite.

Wissensfabrik Investor Relations – Insights und Ausblicke

Potenzielle Investoren, die große Summen in ein Unternehmen stecken, erwarten klare und verständliche Informationen darüber, was mit ihrem Investment geschehen wird und für welche strategische Ausrichtung die Geschäftsführung steht. An dieser Stelle beginnt die eigentliche Arbeit eines IR-Teams, welches Investoren, Analysten und anderen Anteilseignern nach dem Börsengang regelmäßig die Quartals- und Jahresendberichtserstattung zur Verfügung stellen muss – begleitet von Konferenzschaltungen und Roadshows. Daneben gehören die Jahreshauptversammlung, periodische Investorentage sowie ein regelmäßiger IR-Newsletter zum originären Tätigkeitsfeld der Kapitalmarktkommunikatoren.

Dabei geht es nicht nur um die inhaltlich korrekte Darstellung der finanziellen und operativen Entwicklung eines börsennotierten Unternehmens, sondern auch um die strategische Ausdifferenzierung gegenüber internationalen Mitbewerbern sowie eine nachvollziehbare Ausblickspolitik, die gerade in Deutschland durch den neuen Rechnungslegungsstandard (DRS 20) zusätzlich an Brisanz gewonnen hat.

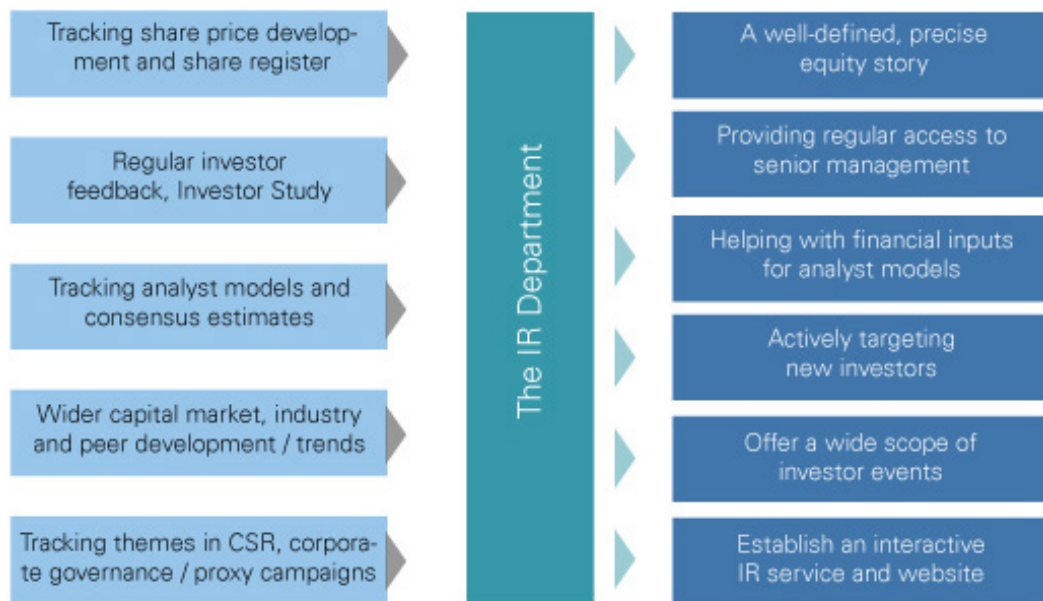


Quelle: Makinson Cowell Limited („MC“), 2013

Extern wie intern bestehen Kommunikationserfordernisse (siehe Abbildung 1), die von einem IR-Team systematisch aufgebaut und gut geplant werden müssen. Gerade Informationen nach dem Kapitalmarktgesetz haben immer einen inhärenten materiellen Wert. Regulierungsbehörden achten nicht nur auf Insiderwissen, sondern auch auf kleinste Hinweise in Ad-hoc Mitteilungen und anderen IR-Aussendungen, die auf die Bewertung des Unternehmens und damit den Aktienhandel substanziellen Einfluss haben könnten.

Die Anforderungen an IR-Teams haben sich in den vergangenen Jahren enorm verändert (siehe Abbildung 2). Heute geht es nicht mehr nur um das Verständnis von Aktienpreisentwicklung und Aktionärsregistern, sondern auch um akribische Verfolgung der Analystenmodelle und systematisches Einholen von Investorenfeedback. Die neue Komplexität der IR-Funktion beinhaltet auch weitreichende Kenntnisse zu aktuellen Kapitalmarktentwicklungen und angrenzenden Themen wie Nachhaltigkeit, Corporate Governance, Stimmrechtskampagnen bis hin zu „Shareholder Activism“.

Fortsetzung auf der folgenden Seite.



Quelle: Makinson Cowell Limited („MC“), 2013

Sprachrohr des Top-Managements

Institutionelle Investoren würdigen vor allem einen regelmäßigen Zugang zum Top-Management sowie eine klar artikulierte Unternehmensstrategie. Hier im Sinne der Stakeholder zu agieren, ist die große Herausforderung der IR-Abteilung. Dazu gehören auch regelmäßige Investorentage oder auch der Besuch von Produktionsanlagen. Neue digitale Formen der Kommunikation mittels Apps oder interaktiven IR-Webseiten sind ebenfalls sehr populär.

Die Zukunft im Blick

Fest steht: Professionelle Fondsmanager möchten nicht durch negative Nachrichten überrascht werden. Geschieht dies doch, geht über Jahre aufgebautes Vertrauen schnell wieder verloren. Eine funktionierende IR-Abteilung weiß dies zu verhindern. Gleichzeitig sollte sie immer daran denken, dass auch bei bester Performance stets Aktien verkauft und gekauft werden. Ein systematisches und proaktives Investoren-Targeting hilft dabei, frühzeitig das Interesse potenzieller neuer Investoren zu wecken.

//

Autor: Dr. Peter Kirkow (Direktor, KPMG LLP, UK-Makinson Cowell)