

Investor Relations

The background of the slide is a dark blue color with a subtle, repeating pattern of light blue dots connected by thin lines, forming a grid that recedes into the distance, creating a 3D perspective effect.

Gliederung

1.0 Die Geschichte der Investor Relations

2.0 Informationsasymmetrie

3.0 Was ist Investor Relations?

4.0 Ziele der Investor Relations

- Finanzwirtschaftliche Ziele
- Andere nicht unmittelbare finanzwirtschaftliche Ziele

5.0 Grundsätze der Investor Relations

6.0 Gesetzliche und freiwillige Publikationen

7.0 Wirkung der Investor Relations

8.0 Anforderungsprofil eines IR-Managers

9.0 Quellen

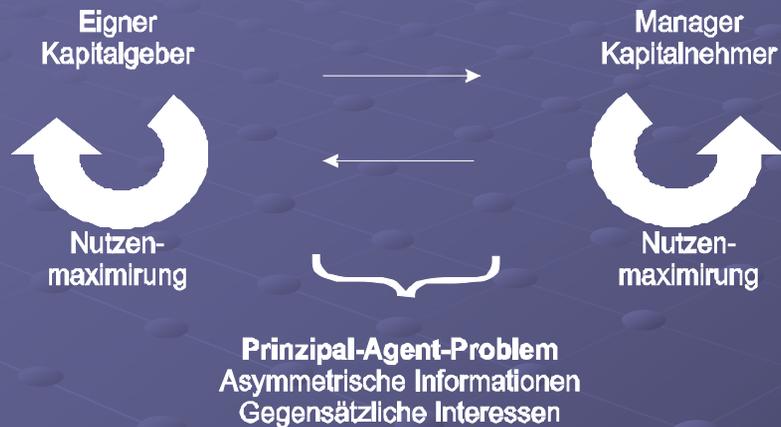
1.0 Die Geschichte der Investor Relations

- Investor Relations besteht schon seitdem Unternehmen mit Kapitalgebern zusammenarbeiten
- Einer der ersten war General Electric USA, der es in die Praxis umgesetzt hat
- In den 60er und 70er herrschte in den USA noch eine sehr große Skepsis

- Die Meinung änderte sich, als man merkte, dass eine falsche Vorstellung von einem Unternehmen einen negativen Einfluss auf den Aktienkurs haben kann.
- Korrektur des falschen Bildes = Investor Relations
- Erst in den 80er Jahren wird Investor Relations in Deutschland in die Praxis eingesetzt (z.B. bei BASF)
- Heute gilt Investor Relations bei allen großen Aktiengesellschaften als Standard

2.0 Informationsasymmetrie

Manager-Eigner-Beziehung



- Aktionäre streben eine hohe Verzinsung an
- Manager, mit einem unabhängigen Einkommen vom Erfolg des Unternehmens, haben keinen Anreiz zu einer Geschäftspolitik im Sinne der Eigner

- Es ist allgemein anerkannt, dass Kapitalmärkte um so effizienter funktionieren, je genauere und verlässlichere Informationen den einzelnen Investoren zur Verfügung stehen

Situation auf dem Kapitalmarkt

- Steigende Belastung
- Wettbewerb immer schwieriger
- Knappe Eigenkapitalausstattung vieler Unternehmen
- Immer mehr mittelständische Unternehmen auf dem Kapitalmarkt

„Auf lange Sicht können nur solche Gesellschaften ihren Eigenkapitalbedarf an der Börse decken, die sich das Vertrauen der Anleger durch vorbildliche Publizität erwerben.“

Karl-Oskar Königs, Präsident der Frankfurter Wertpapierbörse, am XI. Deutschen Bankentag 1968 (zitiert aus Harenberg 2000, S. 105),

3.0 Was ist Investor Relations?

Investor Relations ist die langfristige Kommunikation eines börsennotierten Unternehmens mit potentialen und aktuellen Eigenkapitalgebern. Sie kann auf direkte und indirekte Art erfolgen und ist strategisch sehr wichtig für jedes Unternehmen, welches sich auf diese Art das Vertrauen der Anleger sichert.

4.0 Ziele der Investor Relations

4.1 Finanzwirtschaftliche Ziele

- 4.1.1. Senkung der Eigenkapitalkosten
- 4.1.2. Geringe Schwankung des Aktienkurses
- 4.1.3. Zugang zu global verfügbarem Kapital
- 4.1.4. Schutz vor feindlichen Übernahmen

● Grenzen der Investor Relations bei der finanzwirtschaftlichen Zielerreichung

4.2 Andere nicht unmittelbare finanzwirtschaftlichen Ziele

- 4.2.1. Vertrauensbildung / Unterstützung bei der Bewältigung von Unternehmenskrisen
- 4.2.2. Verbesserung des Informationsstandards
- 4.2.3. Identifikation der Aktionäre mit ihrem Unternehmen
- 4.2.4. Hoher Bekanntheitsgrad

4.1.1. Senkung der Eigenkapitalkosten

- Wirkungsvolle Kommunikation als Erleichterung von langfristiger Eigenkapitalbeschaffung auch in den schwierigsten Zeiten
- Reduktion der Risikoprämie der Anleger
 - ↪ Begünstigung der Gestaltung der Kapitalrücklagenbildung
 - ↪ Verbesserung der Eigenkapitalsituation des Unternehmens

4.1.2. Geringe Schwankung des Aktienkurses

- Attraktiv für Großaktionäre und Kleinanleger
 - ↪ breite Streuung der Aktien
 - ↪ Haltung eines stabilen und angemessenen Niveaus der Aktie
 - ↪ Stärkung des Vertrauens der Aktionäre

4.1.3. Zugang zu global verfügbarem Kapital

- Internationale Investor Relations als Wettbewerbsfaktor bei der Kapitalbeschaffung
- Rechnungslegungsgrundsätze nach IAS / IFRS oder US-GAAP immer mehr Entscheidend

4.1.4. Schutz vor feindlichen Übernahmen

- Bewertung der Aktie unter dem tatsächlichen Wert
↳ Gefahr einer feindlichen Übernahme

Grenzen der Investor Relations bei der finanzwirtschaftlichen Zielerreichung

- durchgeführten Maßnahmen sind sehr schwer kontrollierbar
- Ertragskraft sowie Attraktivität der Produkte haben Einfluss auf den Börsenkurs
- sehr großes Angebot von Aktien auf dem Kapitalmarkt

4.2.1. Vertrauensbildung / Unterstützung bei der Bewältigung von Unternehmenskrisen

- Eine offene Informationspolitik fördert die Loyalität und das Vertrauen der Aktionäre in das Unternehmen
 - ↪ Ziel ist, dass die Aktionäre auch in Krisenzeiten zum Unternehmen stehen und auf negative Nachrichten nicht zwangsläufig mit Verkauf reagieren

4.2.2. Verbesserung des Informationsstandards

- Kontinuierliche, sachliche und zielgruppenorientierte Vermittlung von Informationen
- Korrektur von Fehlinformationen über das Unternehmen
- Informationsdefizite müssen ausgeglichen werden

4.2.3. Identifikation der Aktionäre mit ihrem Unternehmen

- emotionale Verbundenheit
 - ↪ Aktionärstreue (keine Angstverkäufe)

4.2.4. Hoher Bekanntheitsgrad

- Bringt neue Investoren im Inland und Ausland
- Zusätzliches Nachfragepotential nach den Leistungen eines Unternehmens
- Erleichterung bei der Rekrutierung von qualifiziertem Nachwuchs
- Ist bei der breiten Streuung der Aktien behilflich

5.0 Grundsätze der Investor Relations

Die veröffentlichten Informationen sollen

- regelmäßig
- ehrlich
- glaubwürdig
- umfassend
- zeitnah
- gleichartig

sein

6.0 Gesetzliche und freiwillige Publikationen

	Pflicht	Freiwillig
Unpersönlich	Geschäftsbericht Zwischenbericht Ad-hoc-Publizität	Investoren-Handbuch Aktionärsbrief Unternehmensbroschüren
Persönlich	Hauptversammlung	Roadshows Analystenkonferenzen Aktionärs-Hotlines Aktionärsessen

Informationsangebot im Internet (I)

- Hinweis (Link) auf die IR-Informationen bereits auf der Homepage des Unternehmens
- Unternehmensprofil und aktuelle Unternehmenspräsentationen
- Anzeige des Kursverlaufs der Aktie und der Aktienumsätze
- Kenndaten und Kennzahlen der Aktie
- Entwicklung des Grundkapitals (genehmigtes Kapital, Kapitalerhöhungen, etc.)
- Geschäfts- und Zwischenberichte sowie Satzung zum Download; zusätzlich Angabe einer Bestelladresse
- Veröffentlichung eines Finanzkalenders (Hauptversammlung, Analystenveranstaltungen, etc.)
- Aktuelle und archivierte Ad-hoc-Mitteilung

Informationsangebot im Internet (II)

- Pressemitteilungen
- Evtl. Auszüge aus den Medien über das Unternehmen
- Soweit möglich, eine Aufschlüsselung der Aktionärsstruktur, auf jeden Fall Angabe der Anteile des Managements und des Fre float
- Namentliche Nennung von Vorstand und Aufsichtsrat sowie des IR-Managers und des Pressesprechers
- Selbstverpflichtungen, z.B. auf Corporate Governance-Grundsätze oder die Grundsätze des DIRK
- Sofern vorhanden, Hinweise oder Links auf Researchberichte
- Sofern vorhanden, Audio-/Videopräsentationen, z.B. Imagefilm
- Frequently Asked Questions
- Angebot eines Abonnements für aktuelle Meldungen

7.0 Wirkung der Investor Relations

- Schwierigkeiten bei der Messung des Erfolges von IR
- Anhand theoretischer Modelle führt eine Erhöhung der IR (=Abbau von Informationsasymmetrie) zu :
 - ↪ Reduktion der Kapitalkosten
 - ↪ Erhöhung der Liquidität eines Unternehmens
- Eine Verbesserung der Kommunikation verringert das Risiko der Fehleinschätzung der Parameter über die zukünftige Verteilung der Zahlungsströme des Unternehmens

Vorsicht!

- Fehlinformationen sowie falsch geweckte Erwartungen können zu
 - ↪ Vertrauensverlust, sowie
 - ↪ Rechtsstreitigkeiten mit den Aktionären führen.

8.0 Anforderungsprofil eines IR-Managersm

- Analytisches Denken
- Kommunikative Fähigkeiten
- Sicheres Auftreten
- Erfahrungen in den Bereichen der Finanzanalyse, dem Rechnungswesen und dem Kapitalmarkt
- Abgeschlossenes Studium
- Organisationstalent
- Team- und Kontaktfähigkeit

9.0 Quellenverzeichnis

- K. R. Kirchhoff, M. Piwinger Die Praxis der Investor Relations (2001)
- K. Tiemann Investor Relations (1997)
- L. Perridon; M. Steiner, (2004).Finanzwirtschaft der Unternehmung.München: Verlag Vahlen
- Harenberg (2000) S. 105