



# Investor Relations in Österreich

Praxis der Finanzkommunikation (Studie, 2008/09)

<b>Vorwort</b>	
C.I.R.A. – Cercle Investor Relations Austria	2
Wiener Börse AG	3
<b>Einführung</b>	<b>4</b>
<b>Executive Summary</b>	
Investor Relations bei Small Caps	5
Investor Relations bei Mid Caps	8
Investor Relations bei Large Caps	11
<b>Investor Relations-Abteilung</b>	<b>14</b>
Investor Relations-Abteilung	16
Compliance	21
<b>Investor Relations-Berichte</b>	<b>22</b>
Geschäftsbericht	24
Zwischenberichte	27
Nachhaltigkeitsbericht	30
<b>Investor Relations-Events</b>	<b>34</b>
Hauptversammlung (HV)	36
Investor Relations-Veranstaltungen anlässlich der Regelpublizität	43
Roadshows	48
Investors/Capital Markets Day	50
<b>Kontakt mit Investor Relations-Zielgruppen</b>	<b>54</b>
Shareholder ID/Investoren	56
Analystencoverage	59
Conference Calls	62
Investor Relations-Website	66
Krisenkommunikation	67
<b>Investor Relations-Budget</b>	<b>70</b>
<b>Kurzportrait C.I.R.A./Wiener Börse AG</b>	<b>76</b>

Investor Relations (IR) Aktivitäten starten in Österreich erstmals Ende der 80er/Anfang der 90er Jahre. Im Zuge zahlreicher Privatisierungen werden österreichischen institutionellen und privaten Investoren große Aktienvolumina zum Kauf angeboten. Die Folge: Die Zahl der Aktionäre sowohl in Österreich als auch international und der Informationsbedarf über Aktien steigt und somit auch die Nachfrage nach professioneller Finanzkommunikation.

Die fortschreitende Professionalisierung der Investor Relations führt 1991 zur Gründung des Cercle Investor Relations Austria (C.I.R.A.) als Interessensvertretung der Investor Relations in börsennotierten Unternehmen. Dies unterstreicht den Aufschwung der IR-Tätigkeiten in Österreich. Ende 2008 hat der C.I.R.A. 83 Mitglieder. Die Mitgliedsunternehmen machen rund 85 % der gesamten Kapitalisierung und rund 90 % des Umsatzes der Wiener Börse aus.

Um eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Disziplin Investor Relations in Österreich zu erzielen, wurde 2008 mit der vorliegenden Studie erstmals der Status quo der Investor Relations-Praxis in Österreich erhoben.

### **Wie Sie von dieser Studie profitieren**

Mit den Ergebnissen der Studie liegen erstmals empirische Daten zur Umsetzung von Investor Relations in Österreich vor. Detailanalysen ermöglichen einen umfassenden Einblick in die österreichische IR-Praxis: Nahezu alle operativen Themen wurden im Rahmen der Studie untersucht und Strukturen, Schnittstellen und die Zusammenarbeit sowohl unternehmensintern als auch mit Dienstleistern erhoben.

Nutzen Sie diese Informationen als Benchmark! Durch die Untergliederung der Unternehmen in Small, Mid und Large Caps können Sie sich mit anderen vergleichen und die eigene IR-Arbeit besser bewerten. Lernen Sie von Kollegen und gestalten Sie Ihre IR-Arbeit effizienter und zielgerichteter.

Um eine Dokumentation der Weiterentwicklung der Finanzkommunikation in Österreich zu ermöglichen, wird diese Befragung in Zukunft alle ein bis zwei Jahre durchgeführt.

### **Die Eckdaten der Studie**

Die aktuelle Studie ist eine erste Bestandsaufnahme. Diese Erhebung erfasst den aktuellen Stand der IR-Praxis in Österreich und bietet für künftige Studien einen Vergleichsmaßstab, der die Analyse von Veränderungen und Entwicklungen erlaubt.

Die Untersuchung erfolgte im Zeitraum von 1. März bis 30. Juni 2008. Befragt wurden 16 Unternehmen von den 20 im ATX (Austrian Traded Index) enthaltenen Werten. Somit sind Daten von 80 % der ATX-Unternehmen in die Studie eingeflossen. Insgesamt nahmen 37 (Kapitalisierung insgesamt EUR 99,1 Milliarden zum Stichtag 30.6.2008) der 96 börsennotierten Unternehmen, die im WBI (Wiener Börse Index) enthalten sind, an der Studie teil. Im Detail:

- > 16 Small Caps: Marktkapitalisierung < EUR 500 Mio.
- > 13 Mid Caps: Marktkapitalisierung EUR 500 Mio. – 5 Mrd.
- > 8 Large Caps: Marktkapitalisierung > EUR 5 Mrd.

Alle teilgenommenen 37 Unternehmen wurden anhand eines umfangreichen Fragebogens mündlich interviewt. In Ergänzung dazu wurden die Websites der Unternehmen einer Datenanalyse unterzogen und Statistiken der Wiener Börse zur Auswertung herangezogen.

## Investor Relations bei Small Caps (Unternehmenswert: < EUR 500 Mio.)

### Investor Relations bei Small Caps: Oft eine One-(Wo)Man-Show

Investor Relations bei Small Caps ist oft eine One-(Wo)Man-Show. Zwar ergibt die Studie eine durchschnittliche Mitarbeiterzahl von zwischen einem halben und vier Mitarbeitern. Am häufigsten (mit 44 %) wird die Investor Relations-Arbeit jedoch von nur einem Mitarbeiter bewältigt. Der IR-Manager in Small Cap-Unternehmen kümmert sich zudem oft um PR (Public Relations) Agenden. So sind IR und PR in 63 % der befragten Unternehmen in einer Person führungstechnisch vereint. Daher ist es kaum verwunderlich, dass die Investor Relations-Abteilung überwiegend beim Corporate Executive Officer (CEO), dem „Sprachrohr“ des Unternehmens, angesiedelt ist. Schnittstellen der IR-Abteilung bestehen hauptsächlich zu Rechnungswesen, Public Relations- und Rechtsabteilung. Compliance ist in den befragten Unternehmen größtenteils in der Rechtsabteilung oder als Stabstelle des Finanzvorstandes (CFO) angesiedelt. In 19 % der Fälle übernimmt auch der IR-Manager diese Aufgabe. Überwiegend sind ein bis zwei Personen für Compliance verantwortlich.

Das **Budget** in österreichischen Small Cap-Unternehmen für die Investor Relations-Arbeit exklusive Personalkosten beläuft sich auf maximal EUR 500.000 pro Jahr; 44 % müssen jedoch mit einem Budget von bis zu EUR 250.000 auskommen.

### Investor Relations-Berichte: Nachhaltigkeitsberichte werden kaum erstellt

Bei der Erstellung von **Geschäftsberichten** obliegt die Vorbereitung und Umsetzung in der Regel einer Person. Die Vorbereitungszeit beträgt überwiegend drei Monate. Vereinzelt werden auch vier bis sechs Monate für die Vorarbeit benötigt. Im Vergleich zu Mid und Large Caps verzichtet ein Großteil der Small Caps – zu meist aus kostentechnischen Gründen – sowohl auf die Ausschreibung des Geschäftsberichtes als auch auf die Erstellung eines Online-Geschäftsberichtes und die Beauftragung eines Dienstleisters für den Versand von Geschäftsberichten. Die Gesamtauflage des gedruckten Geschäftsberichtes (Deutsch und Englisch) umfasst mehrheitlich bis zu maximal 10.000 Stück, wobei der Geschäftsbericht meistens 101 bis 150 Seiten hat.

Die Erstellung eines **Zwischenberichtes** dauert einen halben bis zwei Monate, wobei lediglich 25 % der befragten Unternehmen hierfür einen Lektor beschäftigen. Über die Hälfte (63 %) setzt die Transparenzrichtlinie in den Zwischenberichten (Q1, Q1-Q3) um. Mehrheitlich werden Zwischenberichte gedruckt, wobei die Gesamtauflage (Deutsch und Englisch) bei < 1.000 bis 3.000 Stück liegt. Rund ein Drittel der Unternehmen (31 %) verzichtet jedoch auf den Druck. Der Umfang der Zwischenberichte beträgt selten mehr als 25 Seiten.

**Nachhaltigkeitsberichte** sind für österreichische Small Cap-Unternehmen kaum ein Thema. Lediglich 6 % der befragten Unternehmen erstellen einen Bericht.

### Investor Relations-Events: Hauptversammlung meist in kleinem Rahmen – Jahres- und Halbjahresergebnisse im Fokus der Aktivitäten

Üblicherweise werden rund zwei Monate für die Vorbereitung der **Hauptversammlung** aufgewendet. Der Termin der Hauptversammlung ist meist ein bis zwei Monate nach der Veröffentlichung des Jahresergebnisses angesetzt. Small und Mid Caps sind hier deutlich schneller als Large Caps, die meistens erst ein bis drei Monate nach dem Jahresergebnis die Hauptversammlung abhalten.

In rund einem Drittel der Unternehmen sind zwei Personen in die Vorbereitung der Hauptversammlung involviert, beim Rest der befragten Unternehmen differieren die Ergebnisse zu stark, um eine einheitliche Aussage treffen zu können. Bei der Abwicklung der Registrierungs- und Abstimmungsvorgänge auf der Hauptversammlung verwenden mehr als zwei Drittel der befragten Small Cap-Unternehmen ein elektronisches System; 13 % haben hierfür eigene Systeme entwickelt. Für die Unterstützung des Vorstands bei der Fragenbeantwortung während der Hauptversammlung ist bei Small Caps jedoch kaum ein Flüsterbereich eingerichtet. Meistens ist dies informell gelöst, indem relevante Personen aus der Abteilung Rechnungswesen, Rechtsabteilung, Wirtschaftsprüfer und IR im Publikum sitzen. Üblicherweise sind bis zu 15 Personen des Unternehmens für die Abwicklung der Hauptversammlung vor Ort. Die Teilnehmerzahl an Aktionären und Gästen liegt überwiegend bei bis zu 100 Personen.

Bei Small Caps zählen vermehrte IR-Aktivitäten zum Jahres- und Halbjahresergebnis zum Pflichtprogramm: Anlässlich der Veröffentlichung des **Jahres- und Halbjahresergebnisses** wird auf die Instrumente Ad hoc-Meldung, Pressekonferenz und Conference Calls zurückgegriffen. Ein Drittel veranstaltet zusätzlich Roadshows, Analysten- und Investoren-Meetings. Die **Ergebnisse zum ersten und ersten bis dritten Quartal** werden in der Regel mittels Ad hoc-Meldung und Conference Call veröffentlicht. Ad hoc-Meldungen versendet die überwiegende Mehrheit (94 %) mit euro adhoc, von 81 % werden zusätzlich eigene Presse-Verteiler eingesetzt. Das Briefing zwischen IR-Manager und Vorstand für IR-Veranstaltungen erfolgt größtenteils informell durch ein mündliches Gespräch. Die Teilnehmerzahl bei **Pressekonferenzen sowie Analysten- und Investoren-Meetings** liegt bei der Mehrheit bei bis zu 25 Personen.

Der **Investors/Capital Markets Day** wird von knapp mehr als der Hälfte (56 %) der an der Umfrage teilgenommenen Small Caps ein Mal pro Jahr veranstaltet. Überwiegend wird dieser im Inland abgehalten; selten im Ausland. Die Vorbereitungszeit für den Investors Day liegt bei bis zu zwei Monaten. Zielgruppen sind in erster Linie Analysten und Investoren, jedoch wird die Veranstaltung auch dazu genutzt, um Finanz-/Wirtschaftsjournalisten bzw. Bankenvertreter zu treffen. Als Rahmenprogramm dienen Werksführungen, eine Unternehmenspräsentation durch den Vorstand und ein gemeinsames Essen. Durchschnittlich nehmen daran zwischen fünf und 40 Personen teil.

#### **Analysten/Investor Targeting: Kaum Shareholder IDs – Hohe Transparenz bei mehrjähriger Guidance**

**Shareholder IDs** werden von der Mehrheit der Small Cap-Unternehmen (69 %) nicht durchgeführt. Oft wird diese Entscheidung mit dem schlechten Kosten-Nutzen-Faktor bei geringem Free Float – dieser liegt bei Small Caps zwischen 10 % und 50 % – begründet. Bevorzugte Dienstleister bei Unternehmen, die eine Shareholder ID durchführen, sind Ipreo, Thomson Financial und BigDough. Ein bis zwei Mal jährlich wird – meist zu Jahres- und Halbjahresergebnissen oder anlässlich der Hauptversammlung – eine Shareholder ID in Auftrag gegeben. Die hohe Quote des von Aktionären bekannten Aktienkapitals von zwischen 60 % und 90 % ist oft in dem niedrigen Free Float begründet.

### Investor Relations bei Small Caps (Unternehmenswert: < EUR 500 Mio.)

Der Großteil der befragten Small Caps (63 %) kommuniziert eine **mehrfährige Guidance** an Analysten und Investoren. Dieser Wert ist deutlich höher als bei Mid Caps (39 %). Nahezu alle befragten Unternehmen (94 %) bewerten zudem die Aktien-Konsensusschätzung der Analysten als realistisch. Zudem ist die Mehrheit der befragten Small Caps zufrieden bis sehr zufrieden mit der Qualität der nationalen und internationalen Analysten, die das Unternehmen covern. Small Cap-Unternehmen werden von bis zu zehn Analysten gecouvert.

Die Mehrheit der Investor Relations-Manager in Small Cap-Unternehmen (69 %) ist ein bis 20 Tage pro Jahr auf **Roadshow**. Auffällig ist, dass der Vorstand in Small Caps sehr oft bis immer auf diesen Roadshows präsent ist. Der Vorstand verbringt bis zu 15 Tage pro Jahr auf Roadshows. Die Anzahl von Roadshow-Terminen beläuft sich beim Großteil der Unternehmen auf bis zu 15 pro Jahr.

Von rund einem Drittel der Small Caps werden zwei **Conference Calls** pro Jahr durchgeführt. Darüber hinaus werden vereinzelt auch vier bis sechs Conference Calls pro Jahr veranstaltet. Bevorzugte Dienstleister sind Premiere, A1 und Genesis. Bei den Conference Calls handelt es sich meist um eine simple Telefonkonferenz ohne zusätzliche Features wie Moderator oder Videoübertragung. Zumeist wird der Conference Call zwischen 8.00 und 10.00 Uhr oder zwischen 13.00 und 16.00 Uhr (für amerikanische Investoren) abgehalten. Rund 25 % der Unternehmen stellen die Präsentation des Conference Calls auf der Website zum Download bereit. Ein Mitschnitt der Telefonkonferenz wird selten angeboten.

Nahezu zwei Drittel der Small Caps beschäftigen sich mit dem Thema **Krisenkommunikation**. Der Krisenverantwortliche ist oft der Kommunikations-/Investor Relations-Manager. Jedoch nur ein Viertel der Unternehmen verfügt über ein Krisenhandbuch und lässt dieses halbjährlich bis alle zwei Jahre aktualisieren. Schulungen für den Krisenverantwortlichen gibt es kaum. Die wenigsten lassen die Qualität der Bearbeitung der Krise im Nachhinein evaluieren.

### Investor Relations bei Mid Caps (Unternehmenswert: EUR 500 Mio. bis EUR 5 Mrd. )

#### **IR-Manager häufig mit Zusatzagenden im Unternehmen beauftragt**

In den befragten Mid Cap-Unternehmen sind oft zwei Investor Relations-Mitarbeiter beschäftigt (31 %); 23 % kommen mit nur einem Mitarbeiter aus. Teilweise besteht die IR-Abteilung auch aus drei bis fünf Mitarbeitern. Häufig ist der IR-Manager mit **Zusatzagenden** beauftragt: Zu ihnen zählen Compliance – sofern kein Compliance Officer in der Rechtsabteilung oder als Stabstelle des CFO angesiedelt ist – sowie Externe und Interne Kommunikation bzw. Treasury. Organisatorisch ist die IR-Abteilung bei über 50 % der befragten Mid Caps beim CEO angesiedelt und fast ein Drittel beim CFO.

Hingegen sind IR und PR in den befragten Mid Caps – im Gegensatz zu Small Caps – kaum in einer Hand vereint. Die **Schnittstelle** zur PR-Abteilung ist als ständiger Informationsfluss definiert, wobei IR auch als Inputstelle für fachspezifische Themen herangezogen wird. Neben der PR-Abteilung zählen das Rechnungswesen, die Rechtsabteilung und das Marketing zu den häufigsten Schnittstellen.

Das **Budget** für die Investor Relations-Arbeit exklusive Personalkosten beläuft sich in österreichischen Mid Cap-Unternehmen im Durchschnitt auf bis zu EUR 1.000.000 pro Jahr.

#### **Investor Relations-Berichte: Mid Caps bei Umsetzung der Transparenzrichtlinie bei Zwischenberichten am aktivsten**

An der Vorbereitung und Umsetzung des **Geschäftsberichtes** arbeiten zwischen einer und fünf Personen. Mehr als ein Drittel schreibt den Geschäftsbericht jährlich oder alle zwei Jahre aus. Die Entstehungszeit beträgt in der Regel drei bis sechs Monate. Der Umfang variiert; ein Geschäftsbericht umfasst jedoch sehr selten weniger als 100 Seiten. Die überwiegende Mehrheit (62 %) erstellt eine Gesamtauflage von 5.000 bis 10.000 Stück (Deutsch und Englisch). Bereits mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 %) bedient sich eines Dienstleisters für den Versand der Geschäftsberichte, eine animierte Online-Version bieten 39 % an.

Die Erstellung der **Zwischenberichte** dauert ein bis zwei Monate, wobei mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen einen Lektor beschäftigen. Mehr als 80 % der Mid Caps setzen die Transparenzrichtlinie in den Zwischenberichten Q1 und Q1-Q3 um. Mehrheitlich werden Zwischenberichte gedruckt und rund 40 % erstellen darüber hinaus Online-Zwischenberichte. Die Angaben zur Gesamtauflage (Deutsch und Englisch) der Druckversion divergieren sehr stark (1.000 bis 9.000 Stück und darüber). Der Umfang der Zwischenberichte beträgt am häufigsten 10 bis 30 Seiten.

Wie auch bei Small Caps sind **Nachhaltigkeitsberichte** derzeit kein Thema für den überwiegenden Teil der befragten Mid Cap-Unternehmen. Lediglich 8 % der Unternehmen erstellen einen Nachhaltigkeitsbericht.

#### **Investor Relations-Events: Verstärkter Einsatz von Roadshows und Analysten-/Investoren-Meetings anlässlich der Regelpublizität**

Neben Ad hoc-Meldung, Pressekonferenz und Conference Calls werden vermehrt Roadshows sowie Analysten-/Investoren-Meetings anlässlich der Veröffentlichung des **Jahres- und Halbjahresergebnisses** durchgeführt. Die **Quartalsergebnisse** Q1 und Q1-Q3 werden in der Regel mittels Ad hoc-Meldung und Conference Call veröffentlicht. Rund ein Drittel verwendet diesen Anlass für eine Road-

## Investor Relations bei Mid Caps (Unternehmenswert: EUR 500 Mio. bis EUR 5 Mrd.)

show und eine Pressekonferenz. Adhoc-Meldungen veröffentlichen nahezu 70 % über den Dienstleister euro adhoc, es werden aber auch eigene Presse- bzw. IR-Verteiler eingesetzt. Die Vorbereitung auf IR-Veranstaltungen erfolgt überwiegend durch ein mündliches Gespräch, mit Hilfe eines Fragen- und Antwortenkataloges (Q&A-Liste) sowie einer Communication Guideline. Zu einer **Pressekonferenz** kommen in der Regel zwischen elf und 30 Personen, die Teilnehmerzahl bei **Analysten-/Investoren-Meetings** liegt zwischen 20 und 25 Personen.

Die jährliche **Hauptversammlung** findet meist ein bis zwei Monate nach der Veröffentlichung des Jahresergebnisses statt. Mid Cap- wie auch Small Cap-Unternehmen sind hier deutlich schneller als Large Caps, die meistens ein bis drei Monate nach dem Jahresergebnis die Hauptversammlung abhalten. Die Vorbereitungszeit beträgt durchschnittlich ein bis vier Monate. In die Vorbereitung der Hauptversammlung sind ein bis zehn Personen involviert. Bei der Abwicklung der Hauptversammlung verlassen sich immer mehr Mid Caps auf elektronische Systeme: Mehr als 80 % verwenden ein elektronisches Registrierungs- und Voting-System; am häufigsten wird das System der Erste Bank genutzt. Für den Flüsterbereich ziehen mehr als die Hälfte ein rein elektronisches System heran; rund ein Drittel der Unternehmen setzt auf einen Mix aus elektronischem und schriftlichem System. Die Angaben zur Anzahl der Mitarbeiter vor Ort auf der Hauptversammlung weisen eine große Bandbreite auf, am häufigsten genannt wurden 15 bis 20 Personen. Ebenso schwanken die Angaben zur Gesamtanzahl der Teilnehmer zwischen 50 und mehr als 400 Personen. Um die Anwesenheit auf der Hauptversammlung zu erhöhen, schreibt mehr als ein Drittel der Mid Caps ihre Aktionäre aus der IR-Datenbank an.

Nahezu 80 % der Mid Caps laden ein Mal pro Jahr zu einem **Investors/Capital Markets Day** ein, wobei mehr als die Hälfte diesen auch im Ausland veranstaltet. Die Vorbereitungszeit beträgt mehrheitlich zwischen zwei Wochen und vier Monaten. Zum Rahmenprogramm zählen neben einer Werksführung, einer Präsentation durch den Vorstand und ein gemeinsames Essen auch Sport-, Kunst- und Kulturveranstaltungen sowie Sight Seeing. Die Zielgruppe umfasst ausschließlich Analysten und Investoren; es nehmen zwischen fünf und 60 Personen, vereinzelt auch bis zu 80 Personen, an dem Event teil.

### **Analysten/Investor Targeting: Großteil verwendet Shareholder ID und kostenpflichtige Datenbanken**

Mehr als die Hälfte der befragten Mid Cap-Unternehmen machen ein bis zwei Mal jährlich eine **Shareholder ID**, vereinzelt werden auch vier Shareholder IDs durchgeführt. Die bevorzugten Dienstleister sind Ipreo und Thomson Financial. Der Zeitpunkt ist meist zu den Jahres- oder Halbjahresergebnissen oder anlässlich der Hauptversammlung, in manchen Fällen auch zu den Quartalsergebnissen. Sowohl der Anteil des den Aktionären zugeordneten Aktienkapitals als auch der Free Float sind breit gestreut. Darüber hinaus werden zur Verbesserung des Investor Targeting kostenpflichtige Datenbankzugriffe von der Mehrheit der Mid Caps genutzt. Als Dienstleister werden Bloomberg, Ipreo, Reuters und Thomson Financial bevorzugt.

Die **Analystencoverage** liegt bei Mid Caps bei bis zu 20 Analysten, wobei die Mehrheit der Mid Cap-Unternehmen (62 %) von sechs bis zehn Analysten



### Investor Relations bei Mid Caps (Unternehmenswert: EUR 500 Mio. bis EUR 5 Mrd.)

gecovert werden. Mid Caps sind bei der Kommunikation einer mehrjährigen Guidance restriktiver als Small und Large Caps. Lediglich 39 % kommunizieren an Analysten eine mehrjährige Guidance. Alle befragten Unternehmen glauben, dass der Analysten-Konsensus zur Aktie realistisch ist. Die Mehrheit ist zufrieden bis sehr zufrieden mit den nationalen Analysten. Internationale Analysten werden, mit neutral bis zufrieden, kritischer beurteilt.

Die Mehrheit der IR-Manager der Mid Cap-Unternehmen absolvieren jährlich zwischen elf bis 50 **Roadshow**-Tage, der Vorstand bis zu maximal 40 Tage. Die jährliche Anzahl von Roadshow-Terminen beläuft sich bei rund 60 % der Unternehmen auf unter 15, vereinzelt bis zu 30 pro Jahr.

Durchschnittlich werden zwischen vier und sechs **Conference Calls** pro Jahr durchgeführt. Bevorzugte Dienstleister sind Chorus Call und Genesis. Durchgeführt wird der Conference Call zumeist im Unternehmen. Es handelt sich oft um eine simple Telefonkonferenz, zu der zusätzlich Features wie eine Online-Präsentation, eine Redial-Funktion oder ein Moderator angeboten werden. Mehr als die Hälfte bietet den Mitschnitt des Conference Calls an und stellt die Präsentation des Conference Calls auf die Website zum Download. Üblicherweise wird der Conference Call für Investoren und Analysten gemeinsam angeboten und zwischen 10.00 und 17.00 Uhr abgehalten.

**Krisenkommunikation** ist für mehr als die Hälfte der Mid Caps ein wichtiges Thema. 54 % haben einen Krisenverantwortlichen und verfügen über ein Krisenhandbuch, das jährlich, halbjährlich oder laufend aktualisiert wird. Nur knapp 8 % der Unternehmen, die über ein Krisenhandbuch verfügen – nehmen keine Aktualisierung vor. Die Qualität der Abarbeitung der Krise im Nachhinein evaluieren alle Unternehmen. Den meisten Krisenverantwortlichen werden zudem Schulungen angeboten.

**Investor Relations bei Large Caps (Unternehmenswert: > EUR 5 Mrd.)****Investor Relations bei Large Caps: Spitzenreiter bei Anzahl der IR-Mitarbeiter**

Betrachtet man die Größe und strukturelle Ansiedlung der IR-Abteilungen sind diese mit einer Mitarbeiteranzahl zwischen zweieinhalb und sieben Mitarbeitern am stärksten besetzt. Zugeordnet ist die IR-Abteilung bei der Hälfte der Unternehmen direkt dem CEO, knapp ein Drittel dem CFO. Der Rest berichtet an beide. Aufgrund der Komplexität der IR- und PR-Agenden sind diese in der Regel getrennt (bei 88 %). Zwischen der IR-Abteilung und der PR-Abteilung ist ein ständiger Informationsfluss gegeben, oft dient IR als Inputstelle bei fachspezifischen Themen. Neben der PR-Abteilung sind weitere Schnittstellen hauptsächlich zu Rechnungswesen, Rechtsabteilung sowie zur Vorstandsassistenz gegeben. Zusatzagenden, mit denen ein IR-Manager häufig betraut ist, sind die Externe Kommunikation, M&A, Compliance, Interne Kommunikation, Creditor Relations, CSR, oder auch Treasury. In den wenigsten Fällen ist der IR-Manager gleichzeitig Compliance Officer. Dieser ist größtenteils in der Rechtsabteilung oder als Stabstelle des CFO angesiedelt. In Large Caps sind ein bis vier Personen für Compliance verantwortlich.

Den IR-Abteilungen in Large Caps steht ein größeres **IR-Budget exklusive Personalkosten** als Small und Mid Caps zur Verfügung. Die Mehrheit verfügt über finanzielle Mittel in der Höhe von EUR 500.000 bis EUR 1,5 Millionen.

**Investor Relations-Berichte: Neben Druckversionen gewinnen Online-Berichte an Bedeutung**

Bereits 75 % der befragten Large Cap-Unternehmen bieten einen animierten **Geschäftsbericht** auf ihrer Homepage an. Im Vergleich zu Small und Mid Caps sind Large Caps in diesem Bereich am aktivsten. An der Vorbereitung und Umsetzung eines Geschäftsberichtes arbeiten zwei bis fünf Personen. Die Erstellungszeit liegt bei vier bis sechs Monaten. Ausgeschrieben wird in den seltensten Fällen, und wenn, dann nur jedes zweite Jahr. Die Auflagenhöhe variiert sehr stark (von < 5.000 bis > 40.000 Stück), der Umfang hingegen beträgt bei der überwiegenden Mehrheit (88 %) 150 bis 200 Seiten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen bedienen sich eines Dienstleisters für den Versand von Geschäftsberichten.

Die Vorbereitung eines **Zwischenberichtes** dauert überwiegend einen Monat, manchmal bis zu zwei Monaten. Die Hälfte der Unternehmen zieht einen Lektor hinzu. Ebenfalls 50 % erstellen eine Online-Version und verzichten auf einen gedruckten Zwischenbericht. Die Seitenanzahl liegt bei mindestens 20 bis 25 Seiten. Dreiviertel produzieren jedoch noch umfangreichere Zwischenberichte (zwischen 31 und < 50 Seiten). Die Transparenzrichtlinie in den Zwischenberichten Q1 und Q1-Q3 wird von allen befragten Unternehmen umgesetzt. Die Auflage der gedruckten Zwischenberichte (Deutsch und Englisch) zeigt große Spannen (zwischen < 1.000 und 9.000 Stück).

**Nachhaltigkeitsberichte** werden von 50 % der Large Caps erstellt und in Deutsch und meist auch Englisch produziert. Im Vergleich setzen nur 6 % der Small und 8 % der Mid Caps einen Nachhaltigkeitsbericht um. 50 % der Nachhaltigkeitsberichte haben einem Umfang von 71 bis 90 Seiten, der Rest schwankt zwischen 40 bis 70 Seiten. Größtenteils verfügen diese Large Caps über ein Nachhaltigkeitsmanagement (Strategie, Mission Statement). Zur Datenerhebung

### Investor Relations bei Large Caps (Unternehmenswert: > EUR 5 Mrd.)

für den Bericht sind die drei wichtigsten Methoden das Interview, schriftliche Beiträge aus Projektgruppen oder Abteilungen und ein Fragebogen. Teilweise gibt es auch eine Kombination aus zwei oder drei dieser Methoden zur Datenerhebung.

#### **Investor Relations-Events als Großveranstaltungen angelegt**

Im Unternehmen bereiten zwischen zwei bis über zehn Personen meist zwei bis vier Monate lang die **Hauptversammlung** vor. Diese wird im Durchschnitt ein bis drei Monate nach der Veröffentlichung des Jahresergebnisses abgehalten. Beim Großteil der Large Caps sind zwischen 30 und > 40 Personen des Unternehmens auf der Hauptversammlung vor Ort, die Teilnehmerzahl beträgt vorwiegend mehr als 300 Personen. Ein Großteil der Large Caps setzt Maßnahmen zur Erhöhung der Teilnehmerzahl auf der Hauptversammlung um. Diese reichen vom Anschreiben der Aktionäre aus der unternehmenseigenen IR-Datenbank über die Depothinterlegung bei den Banken und teilweise bis zu freiwilligen Schaltungen in Zeitungen. Ein elektronisches Registrierungs- und Voting-System auf der Hauptversammlung wird von allen verwendet, meist ist es das System der Erste Bank. Die Hälfte hat ein rein elektronisches System für den als Back Office genutzten Flüsterbereich, rund ein Viertel kombiniert ein elektronisches mit einem handschriftlichen System.

Aktivitäten anlässlich der Regelpublizität umfassen bei der Veröffentlichung des **Jahres- und Halbjahresergebnisses** Ad hoc-Meldung, Pressekonferenz, Conference Calls, Roadshows und Analysten-/Investoren-Meetings. Die Mehrheit versendet Ad hoc-Meldungen über euro ad hoc und zusätzlich über einen eigenen Verteiler. Vereinzelt werden auch Webcasts und die Übertragung der Pressekonferenz im Internet angeboten. Anlässlich der **Quartalsergebnisse** Q1 und Q1-Q3 veranstaltet der Großteil der Large Caps, neben der Adhoc-Meldung, Conference Calls sowie Roadshows. 38 % machen auch eine Pressekonferenz und ein Viertel Analysten-/Investoren-Meetings. Teilweise wird auch ein Webcast angeboten. **Pressekonferenzen** sind bei Large Caps generell durch eine hohe Teilnehmerzahl gekennzeichnet. Es nehmen zumindest 20, oft bis zu mehr als 50 Personen teil. Die Teilnehmerzahl bei **Analysten-/Investoren-Meetings** liegt zwischen 20 und 40 Personen.

Fast alle Unternehmen (88 %) laden ein Mal pro Jahr zu einem **Investors/Capital Markets Day** ein, wobei mehr als die Hälfte diesen auch im Ausland abhält. Die Vorbereitungszeit beträgt bei der Hälfte ein bis zwei Monate, bei einem Viertel länger – maximal bis zu sechs Monaten. Das Rahmenprogramm besteht überwiegend aus der Präsentation durch den Vorstand und ein gemeinsames Essen, die Hälfte bietet eine Werksführung, ein Viertel auch Kunst- und Kulturveranstaltungen sowie Sight Seeing an. In seltenen Fällen wird auch ein verlängerter Aufenthalt angeboten. 13 % veranstalten den Investors Day für einen kleinen Kreis (fünf bis 20 Personen), die Mehrheit begrüßt 40 bis 100 Gäste; 13 % auch bis zu 150 Personen.

Bei der Vorbereitung von IR-Veranstaltungen wird größtenteils eine Q&A-Liste, ein mündliches Gespräch oder auch eine Communication Guideline eingesetzt. Mehr als ein Drittel der Unternehmen führt einen Probelauf durch.

## Investor Relations bei Large Caps (Unternehmenswert: &gt; EUR 5 Mrd.)

**Analysten/Investor Targeting: Shareholder ID wird von allen Large Caps meistens zwei Mal pro Jahr durchgeführt**

Alle Unternehmen führen mit Hilfe der Dienstleister Ipreo (75 %), Thomson Financial oder Capital Precision **Shareholder IDs** durch. Die Hälfte macht dies zwei Mal im Jahr, hauptsächlich anlässlich der Jahres- und Halbjahresergebnisse. 38 % führen eine Shareholder ID ein Mal und 13 % vier Mal pro Jahr durch. Die Mehrheit der Large Caps nutzt darüber hinaus kostenpflichtige Datenbankzugriffe, vorwiegend über Bloomberg, Ipreo, Reuters, Convento und Apa Finance zur Verbesserung des Investor Targeting.

Die **Analystencoverage** liegt beim Großteil der Large Caps bei elf bis 30 Analysten je Unternehmen. 75 % der Large Caps kommunizieren eine mehrjährige Guidance an Analysten und Investoren und glauben, dass die Konsensschätzung der Analysten realistisch ist. Insgesamt beurteilen die Unternehmen nationale Analysten kritischer als internationale.

Auf **Roadshow** gehen nahezu 90 % anlässlich der Jahres- und Halbjahresergebnisse und die Hälfte der befragten Large Caps auch zur Veröffentlichung der Quartalsergebnisse. Zwischen sechs und 20 Roadshow-Termine fallen jährlich pro Unternehmen an, wobei der IR-Manager (in 75 % der Fälle) 26 bis 60 Roadshow-Tage, der Vorstand überwiegend bis zu 30 Tage absolviert.

Für die Abwicklung von **Conference Calls** werden bevorzugt die Dienstleister Thomson Financial und Premiere beauftragt. Die Mehrheit veranstaltet vier Conference Calls pro Jahr, ein Viertel sogar fünf. Überwiegend finden die Calls von 14.00 bis 16.00 Uhr statt, um US-Investoren die Teilnahme zu ermöglichen. Neben der Telefonkonferenz wird eine Bandbreite an zusätzlichen Features angeboten, darunter ein Moderator, eine Redial-Funktion, Live-Videoübertragung und eine Online-Präsentation. Alle befragten Large Caps bieten einen Mitschnitt des Conference Calls an und stellen die Präsentation als Download auf die Website.

Die überwiegende Mehrheit setzt sich mit dem Thema **Krisenkommunikation** auseinander: 88 % haben einen Krisenverantwortlichen. Rund 63 % verfügen über ein Krisenhandbuch, das die Mehrheit laufend und jährlich aktualisiert. Die Hälfte der Unternehmen bietet dem Krisenverantwortlichen Schulungen an. Rund drei Viertel lassen die Qualität der Abarbeitung der Krise im Nachhinein evaluieren.