

Pflege der Aktionärsbeziehungen gewinnt an Bedeutung

Umfrage unter den grössten Schweizer Unternehmen – Budget für IR steigt – Zunehmende Professionalisierung

Von Barbara Galliker und Jan Gregor

Investor relations (IR) in Schweizer Unternehmen gewinnt weiter an Bedeutung. Im Durchschnitt ist in den vergangenen zwei Jahren das verfügbare IR-Budget leicht gestiegen. Zudem wurden vermehrt Spezialisten beigezogen. Das zeitliche Engagement des Managements blieb im Durchschnitt unverändert. Das zeigt eine Studie, die von der «Finanz und Wirtschaft» zusammen mit dem Finanzkommunikationsberatungsunternehmen The Investor Relations Firm, Zürich, im August 2005 durchgeführt wurde. An der Untersuchung haben sich 58 der grössten an der SWX kotierten Gesellschaften beteiligt, die zusammen rund 62% der Schweizer Börsenkapitalisierung auf sich vereinen.

Wie organisieren und bewerten die schweizerischen Unternehmen ihre IR-Programme? Welche Kommunikationsgewohnheiten sind in Sachen Investor relations zentral? Zu diesen und anderen Fragen haben 15 SMI-Gesellschaften sowie 43 mittel- und kleinkapitalisierte SPI-Unternehmen (Small und Mid caps) Stellung genommen. Die Analyse wurde bereits 2003 durchgeführt. Dies erlaubt nicht nur eine Momentaufnahme der gegenwärtigen Lage der IR in der Schweiz, sondern zeigt zusätzlich wichtige Trends auf.

Die Kleinen holen auf

Während die Bedeutung der IR in SMI-Unternehmen auf hohem Niveau stabil blieb, hat sie in kleinen und mittleren Betrieben (SPI-Gesellschaften) spürbar zugenommen. Die Ursachen dafür dürften vielfältig sein. Dazu zählen die intensiviertere Diskussion über Corporate governance und Aktionärsaktivismus, die einen direkten Einfluss auf die IR-Tätigkeit ausübt, das günstige Börsenumfeld, das die Verstärkung der IR-Aktivitäten sinnvoll erscheinen lässt, die fortschreitende Internationalisierung der Kapitalmärkte und nicht zuletzt die weiter zunehmende Professionalisierung der Investoren und der Medien, die höhere Anforderungen an die Unternehmen stellt.

Eine Schlussfolgerung hat sich innerhalb der zwei Jahre nicht verändert: Die Investorenpflege ist in der Schweiz unterschiedlich ausgeprägt. Markante Differenzen finden sich weiterhin zwischen SMI- und SPI-Unternehmen, aber auch zwischen Gesellschaften, deren Papiere sich mehrheitlich im Streubesitz befinden, und denen, die einen oder mehrere dominierende Aktionäre haben.

Die Differenz zwischen grossen und kleinen Unternehmen wird besonders deutlich im Bestehen eines Vollzeitpensums für IR-Arbeit. In 86% der SMI-Gesellschaften gibt es eine Person, die sich ausschliesslich der Kommunikation mit der Finanzgemeinde widmet. Von den befragten grösseren SPI-Unternehmen hingegen verfügt nur jedes vierte über einen vollzeitlich angestellten Investor Relations Officer (IRO). Erstaunlich mag, dass 2003 noch 40% der SPI-Unternehmen einen Vollzeit-IRO beschäftigten. Oft wird heute also die IRO-Funktion mit zusätzlichen Aufgaben kombiniert. Die für IR verantwortliche Person ist häufiger der Finanzchef selbst, oder sie übt zusätzlich eine Funktion im Bereich Controlling, Unternehmenskommunikation oder Marketing aus. Dagegen hat die Zahl der Betriebe, die keine IR-Funktion kennen, weiter abgenommen. Lediglich 5% der Befragten verfügen heute nicht über einen IR-Verantwortlichen, verglichen mit über 13% vor zwei Jahren.

Organisatorische Eingliederung

Ein weiterer Unterschied zwischen gross- und kleinkapitalisierten Unternehmen ist in der internen Zuordnung erkennbar. Die organisatorische Einbettung der IR ist in den SMI-Gesellschaften klar strukturiert: 66% der IR-Verantwortlichen sind direkt dem Finanzchef unterstellt, 26% dem Chief Executive Officer (CEO). Hingegen rapportieren 60% der IR-Verantwortlichen von kleinen und mittleren Unternehmen an den CEO und nur etwa 28% an den Finanzchef.

Einen Aufwärtstrend zeigen die IR-Budgets. Im Durchschnitt sind sie in den vergangenen zwei Jahren leicht gestiegen



Auch Generalversammlungen sind ein wirkungsvolles Mittel, um die Beziehung zu den Privatanlegern zu pflegen. BILD: SILVIA LUCKNER

(vgl. Grafik «Veränderung der IR-Budgets»), besonders in den nicht im SMI erfassten Unternehmen. Der durchschnittliche Budgetzuwachs beträgt 8%. Demgegenüber hat die Mehrheit der grosskapitalisierten Gesellschaften ihr Budget mehr oder weniger konstant gehalten. Eindeutig ist, dass grosse Veränderungen immer auf ein bedeutsames unternehmensspezifisches Ereignis zurückzuführen sind.

Das zeitliche Engagement der beiden wichtigsten Führungskräfte ist konstant geblieben. Mit durchschnittlich 10% der Arbeitszeit des CEO und 15% der Finanzchefs zählt die IR zu den bedeutendsten Aufgaben des Managements eines kotierten Unternehmens. Von einer markanten zeitlichen Entlastung spricht die Führung von Gesellschaften, die einen Vollzeit-IRO beschäftigen. Allerdings muss festgehalten werden, dass die Werte der einzelnen Unternehmen erheblich schwanken: Chief Executive Officers setzen 2 bis 30% und Finanzchefs 3 bis 50% ihrer Arbeitszeit für Investor-relations-Aufgaben ein.

Schweizer Gesellschaften greifen vermehrt auf professionelle externe Unterstützung zurück. Dieser Trend ist auch in den USA und in Grossbritannien zu beobachten. In diesen Ländern hat der Beizug externer Spezialisten für besondere Projekte eine lange Tradition.

Gleichzeitig zeigt dies die anhaltende Tendenz der Professionalisierung der IR. Noch vor zwei Jahren gaben nur 29% der befragten Unternehmen an, spezialisierte

Berater für die der Finanzkommunikation beizuziehen. Heute arbeiten 65% der befragten Gesellschaften gelegentlich oder regelmässig mit einer Investor-relations-Agentur zusammen. Von ihr wird Kompetenz erwartet, also Fachwissen in Finanz- und Kommunikationsfragen. Darüber hinaus sind Kreativität sowie innovative Ideen gefragt.

Der persönliche Kontakt zählt

Konstant sind die wichtigsten Aufgaben der IR-Abteilungen. Im Umgang mit Institutionellen ist der persönliche Kontakt am wichtigsten. Namentlich gehören dazu Einzelgespräche mit Investoren sowie Präsentationen. Auch hier sind zwischen den SMI- und den SPI-Unternehmen zum Teil frappante Unterschiede in der Einschätzung zu beobachten.

Aufgaben wie Kontakte mit Sell-side-Analysten oder Diskussionen über Finanzthemen, die in grosskapitalisierten Gesellschaften einen wichtigen Bestandteil des Pflichtenhefts darstellen, spielen in Small und Mid caps eine untergeordnete Rolle. Diese sind häufiger mit der Erstellung von Kommunikationsinstrumenten beschäftigt; das Verfassen von Medienmitteilungen sowie Jahres- und Zwischenberichten gehört zu den wichtigsten Aufgaben. Der Grund für diese Differenz ist die ausgeprägte Spezialisierung der IR-Abteilungen in den SMI-Unternehmen respektive das breitere Aufgabenspektrum

der IR- und Kommunikationsabteilungen der SPI-Gesellschaften.

Ein deutlicher Unterschied zeigt sich auch in der Beurteilung der optimalen Zusammensetzung von Kommunikationsinstrumenten. Je nach Zielgruppe – ob nun institutionelle Investoren oder Publikumsaktionäre angesprochen werden sollen – werden prinzipiell unterschiedliche Konzepte angewandt. In der Betreuung von Institutionellen steht der persönliche Kontakt im Vordergrund. Die wichtigsten Instrumente sind Einzelgespräche und Roadshows, vor allem für SMI-Unternehmen. Die SPI-Gesellschaften stufen zusätzlich Medien- und Analystenkonferenzen sowie Geschäftsberichte als ähnlich wirkungsvoll ein. Letztere werden von SMI-Unternehmen als wenig relevant bewertet.

Die Kommunikation mit den Publikumsaktionären wird naturgemäss weniger persönlich gestaltet. Hier stehen die vorgefertigten und leicht multiplizierbaren Kommunikationsinstrumente wie Geschäftsbericht oder Unternehmenswebsite im Vordergrund. Auch der Generalversammlung kommt im Zusammenhang mit der Kommunikation mit den Publikumsaktionären ein hoher Stellenwert zu.

Mehr Transparenz ist ein Thema, das IR-Verantwortliche über ihr gesamtes Tätigkeitsspektrum begleitet. Während die wachsenden Anforderungen an die Berichterstattung in der Corporate governance nicht neu sind, wurde in jüngerer Zeit vermehrt auch die Forderung nach

Nachhaltigkeitsberichten (soziale und ökologische Belange) erhoben. Der Bedarf an Informationen über die Corporate governance ist in allen Unternehmen konstant hoch oder nimmt gar weiter zu. Die Berichterstattung folgt weitgehend den SWX-Richtlinien. Allerdings stehen gut 38% der befragten Unternehmen dem Kosten-Nutzen-Verhältnis des Corporate-governance-Berichts kritisch gegenüber, wobei die SPI-Gesellschaften skeptischer sind als die SMI-Vertreter.

Demgegenüber ist die Nachhaltigkeitsberichterstattung kaum verbreitet. Nur wenige Unternehmen geben an, dass von Investorenseite ein spürbares Interesse besteht. Es sind lediglich vereinzelte, spezialisierte Investorengruppen, die sich dafür interessieren.

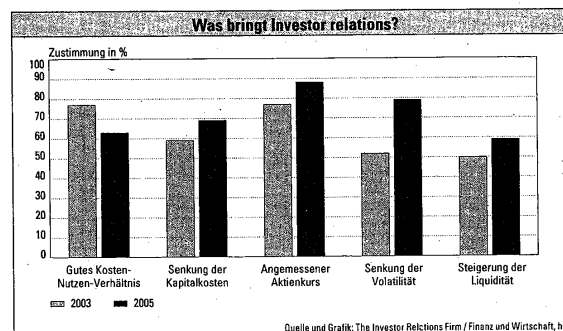
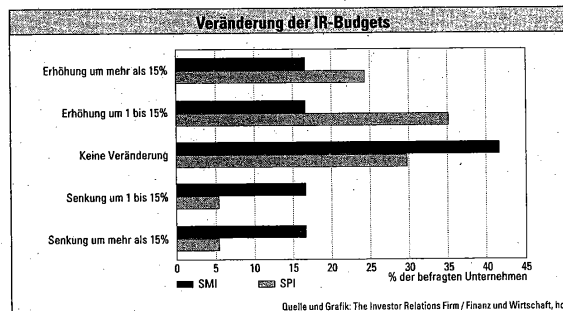
31% der befragten Gesellschaften geben an, keine Nachhaltigkeitsberichte anzubieten. Aber auch die übrigen sind kritisch, besonders die Small und Mid caps. Von den 69% der Unternehmen, die solche Berichte verfassen, hält lediglich die Hälfte das Kosten-Nutzen-Verhältnis für gut oder sehr gut. Lediglich 31% der IR-Verantwortlichen sind der Meinung, dass damit ein Vorteil in der IR entsteht. Als Lösung wünschen sich viele, dass ein kleiner, übersichtlicher, dafür aber offizieller Katalog von Kriterien für Nachhaltigkeitsberichte angeboten wird. Gerade die SMI-Gesellschaften würden einen Katalog mehrheitlich begrüssen.

Kosten-Nutzen-Verhältnis

Trotz steigender Budgets und des zunehmenden Stellenwerts wird das Kosten-Nutzen-Verhältnis der IR kritischer beurteilt als im Jahr 2003 (vgl. Grafik «Was bringt IR?»). Heute bewerten 64% aller Unternehmen dieses Verhältnis als überwiegend gut. Zwei Jahre zuvor waren es noch mehr als drei Viertel. Diese Einschätzung wird sowohl von den kleinen als auch von den grosskapitalisierten Gesellschaften bestätigt.

Die kritische Haltung erstaunt, wird doch der Nutzen heute höher bewertet als vor zwei Jahren. So stimmen heute 69% der Aussage zu, dass gute IR die Kapitalkosten reduziert (2003: 59%), 87% sind darüber hinaus der Ansicht, dass gute IR dem Unternehmen zu einem angemessenen Aktienkurs verhilft (2003: 77%). Für 80% der IR-Verantwortlichen reduziert erfolgreiche IR die Volatilität des Aktienkurses (2003: 52%), und 59% der Unternehmen glauben, dass dadurch die Liquidität der Titel verbessert wird (2003: 50%).

Die wachsende Bedeutung und die Professionalisierung von IR sind durchaus im Interesse der Aktionäre, deren Bedürfnisse – ebenso wie die anderer Anspruchsgruppen – effektiver befriedigt werden können.



Engagiertes Management

Unternehmen mit einem dominierenden Mehrheitsaktionär sind weniger aktionärsfreundlich als Gesellschaften, deren Titel sich mehrheitlich im Streubesitz befinden. Das oft gehörte Vorurteil bestätigt sich bei näherer Betrachtung der Kommunikationsgewohnheiten von Schweizer Unternehmen, zumindest wenn diese Aussage am zeitlichen Engagement des Managements für die Investor relations gemessen wird. Im Durchschnitt setzen

sowohl Chief Executive Officers als auch Finanzchefs von Gesellschaften mit breit gestreutem Aktionariat mehr Zeit für IR ein. Vor allem die Finanzchefs wenden deutlich mehr Zeit (mehr als 50%) für IR auf als ihre Kollegen in von einem Mehrheitsaktionär dominierten Unternehmen. Damit zeigt sich in den untersuchten Schweizer Gesellschaften eine deutliche Korrelation zwischen Streubesitz und Kommunikation.

