

Wenn Investor Relations grenzenlos werden:
Kommunikative Aspekte eines Dual listings

Die Erschliessung eines neuen Investorenpublikums gehört mit zunehmender Globalisierung und dem Verschwinden von Handelsgrenzen zu einer vordringlichen Aufgabe für international tätige Unternehmen. Die Zweit- oder Mehrfachkotierung („dual listing“) an ausländischen Börsenplätzen ist eine der Möglichkeiten, seine Aktionärsbasis zu verbreitern und sich eine gute Ausgangslage für zukünftige Kapitaltransaktionen zu sichern. Stark gefordert ist in diesen Fällen auch die Kommunikation.

Neunundzwanzig an der Schweizer Börse gelistete Unternehmen sind zusätzlich im Ausland kotiert. Gut die Hälfte davon verfügt über mehr als eine Präsenz im Ausland. Nestlé ist mit acht zusätzlichen Kotierungen der internationalste Vertreter der Schweiz, London mit 19 Kotierungen aus Schweizer Sicht der attraktivste ausländische Handelsplatz. Die Tendenz geht jedoch in Richtung Kotierung an einem Börsenplatz in Übersee.

Eine Zweit- oder Mehrfachkotierung an ausländischen Börsenplätzen gehört zu den anspruchsvollsten Kommunikationsaufgaben eines Unternehmens. Dual listings machen Investor Relations zur länderübergreifenden komplexen Aufgabe. Für die Kommunikation eines Unternehmens ergeben sich bisher ungeahnte Problemstellungen: Die unterschiedlichen Regelwerke ausländischer Börsenplätze, die Ansprüche an die Rechnungslegung, die Detailfragen im Zusammenhang mit der Kotierung sowie die Erfordernisse bezüglich Publizität.

Die Anzahl der Zielgruppen kann mit der Anzahl Kotierungen multipliziert werden. Börsenaufsichtsbehörden, Analysten, Investoren und Medien - alle verlangen sie nach empfänger- und kulturgerechter Information. Diese zunehmende Heterogenität der Zielgruppen hat massgeblichen Einfluss auf die Zusatzaufwendungen im Kommunikationsbereich.

Mehrsprachig, multikulturell und omnipräsent

Zweifelsohne: Eine Zweitkotierung ändert die Kommunikationskultur eines Unternehmens tiefgreifend:

- Mehrsprachig verfasstes Informations- und Pressematerial (Aktionärsbrief, Geschäftsbericht, etc.)
- Firmenpräsentationen (Roadshows) und Gespräche in unterschiedlichen Ländern
- Ausbau des persönlichen Kontaktnetzes

- Zusätzliche Präsenzzeiten der Informationsverantwortlichen aufgrund der Zeitverschiebung und der Multiplizierung der Zielgruppen
- Internationale Ausrichtung (Änderung der Company language)
- Höheres Anforderungsprofil an die IR-Verantwortlichen

Diesen zusätzlichen Aufgaben begegnen Unternehmen mit dem Einbezug spezialisierter IR-Agenturen oder der personellen Aufstockung der IR-Abteilung. Auch sind je länger je mehr Spezialisten gefragt, da sich die Information der Aufsichtsbehörden schwer instrumentalisieren lässt und auf die Gesetzgebung eines jeden Landes ausgerichtet werden muss.

Informationskongruenz im Zentrum

Den Chancen einer Zweitkotierung im Bereich der Kapitalbeschaffung stehen die kommunikativen Risiken gegenüber. So bekommt die Insider-Problematik und die Informationskongruenz einen zentralen Stellenwert.

Wer einem anderen einen Vermögensvorteil verschafft, indem er börsenkursrelevante Informationen nutzt oder Dritten zur Kenntnis bringt, fällt unter das Insider-Strafrecht. Für die Kommunikation ist deshalb wichtig, dass mit Informationen besonders sorgfältig umgegangen wird. Was offiziell kommuniziert wird, ist Allgemeingut. Die Zahl derer, welche sich für Informationen des Unternehmens interessieren, erhöht sich mit einer Mehrfachkotierung um ein Vielfaches. Deshalb gilt hier einer der Informationsgrundsätze mehr denn je: Transparent, überzeugend und zeitgleich.

Zeitgleichheit in der Information ist unabdingbar, will man allen Marktteilnehmern gleiche Chancen und Möglichkeiten einräumen. Wer kursrelevante Informationen kommuniziert, hat je nach Kotierungsort beschränkte Zeiten zur Verfügung. Nebenstehende Grafik zeigt die Handelszeiten der bedeutendsten Börsenplätze. Unter Umständen bleiben bei Mehrfachkotierungen nur bestimmte Zeitfenster, welche es erlauben, dem Grundsatz der Informationsgleichheit gerecht zu werden. Nicht zu vergessen sind dabei die weiteren Zielgruppen, wie zum Beispiel die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, welche zur selben Zeit informiert sein wollen.

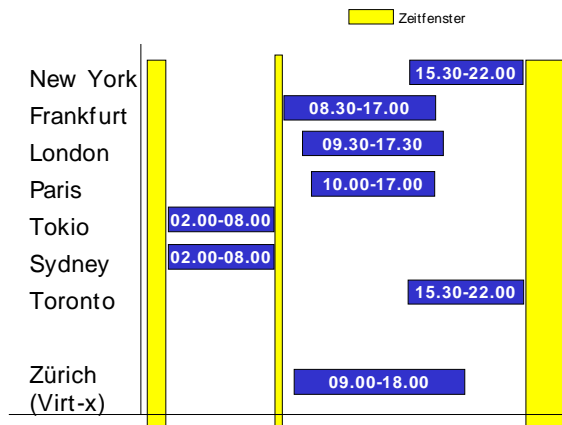


Abb.: Handelszeiten wichtiger Börsenplätze und Zeitfenster für die Kommunikation

Die Kotierung an internationalen Finanzmärkten erfordert auch eine erhöhte Präsenz des Managements. Gespräche und Firmenpräsentationen sind klassische Instrumente, um eine Unternehmung bekanntzumachen und zu positionieren. Zudem muss sichergestellt werden, dass IR-Manager rund um die Uhr erreichbar sind. Das Management und ihre IR-Manager sind gefordert.

Der neue IR-Manager: Reisender Kommunikator

Für den IR-Manager bedeutet eine Zweitkotierung zusätzliche Repräsentationspflichten. Kann der administrative Aufwand in den entsprechenden Ländern an Agenturen oder Mitarbeiter delegiert werden, wird bei Roadshows und persönlichen Gesprächen nach wie vor eine Vertretung von CEO (CFO) und IR-Verantwortlichem erwartet. Mit seinem Wissen über die kommunikativen Ansprüche der einzelnen Börsenplätze wird er zum wichtigen Know-how-Träger für die Unternehmensleitung.

Es ist tendenziell davon auszugehen, dass in naher Zukunft noch mehr Schweizer Firmen über eine Zweitkotierung neue Investorenkreise ansprechen werden. Im Zentrum der Vorbereitungen für eine solche Transaktion steht die Kommunikation. Investor Relations werden zur strategischen Erfolgskomponente. Wissen ist gut, Vertrauen ist besser. Dies erfordert zielgruppenorientierte, stetige und langfristig ausgelegte Kommunikationsarbeit.