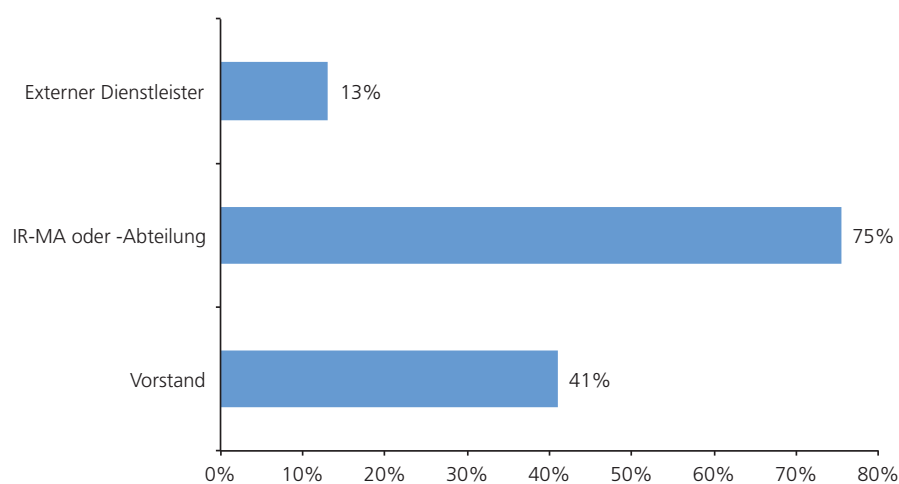


Investor-Relations-Arbeit im Mittelstand

Budgets steigen – Analysten, Journalisten und private Investoren gewinnen an Bedeutung – Twitter & Co. kaum genutzt...

In den Fokus von Investoren zu kommen und im Fokus von Investoren zu bleiben, ist aufgrund der Vielzahl von Investmentmöglichkeiten am Kapitalmarkt eine nachhaltige Herausforderung für IR-Abteilungen börsennotierter Unternehmen. Gerade für mittelständische börsennotierte Unternehmen ist diese Tätigkeit deshalb von essenzieller Bedeutung, um eine erfolgreiche Kapitalmarktstrategie umzusetzen. **Von Manuel Hoelzle und Kristina Bauer**

Abb. 1: IR-Arbeit – Zuständigkeit



Mehrfachnennungen möglich; Quelle: IR-Umfrage 2015 GBC AG

Bereits seit 2007 befragen wir deshalb jährlich den deutschen börsennotierten Mittelstand zu seiner Investor-Relations-Arbeit und verwendeten IR-Instrumenten. Die diesjährige Umfrage, die im Zeitraum von Mitte April bis Ende Mai 2015 vorgenommen wurde, aktualisiert die Befragungen aus den Jahren 2007 bis 2014.

IR-Arbeit bleibt im Haus, Unterstützung durch externe Dienstleister angestiegen

Wie bereits in den Vorjahren wird die IR-Arbeit vorwiegend intern gesteuert. Bei 75% der Unternehmen liegt die Zuständigkeit bei einem hauseigenen IR-Mitarbeiter oder einer IR-Abteilung (Vorjahr

74 %). Gemäß Umfrage nehmen 41% der Vorstände diese wichtige Aufgabe selbst wahr, was aber im Vergleich zum Vorjahr einem deutlichen Rückgang gleichkommt (Vorjahr 55 %). Wieder angestiegen ist hingegen die Nutzung des Know-hows von externen IR-Dienstleistern mit 13% (Vorjahr 7%).

IR-Budgets weiterhin auf hohem Niveau...

Die IR-Budgets bleiben auf hohem Niveau. So geben in der aktuellen Umfrage 2015 über 50% an, über ein IR-Budget (exkl. Personalkosten) von mehr als 75.000 EUR zu verfügen. Im Budgetbereich größer 150.000 EUR finden sich wie im Vorjahr 38% der befragten Unternehmen.

...und steigen weiter

Mit Blick auf die weitere Entwicklung der Budgets für die Anlegerbetreuung ist interessant, dass kaum ein Unternehmen fallende Budgets plant (2%). Im Vorjahr waren das immerhin 14%. Fast drei Viertel geben ähnlich wie im Vorjahr (69%) an, die Ausgaben konstant halten zu wollen. Allerdings wollen 26% die Budgets weiter steigern, was auf dem hohen Niveau doch positiv überrascht. In die Investorenarbeit wird also investiert und IR ernst genommen.

IR-Zielgruppen alle im Aufwind

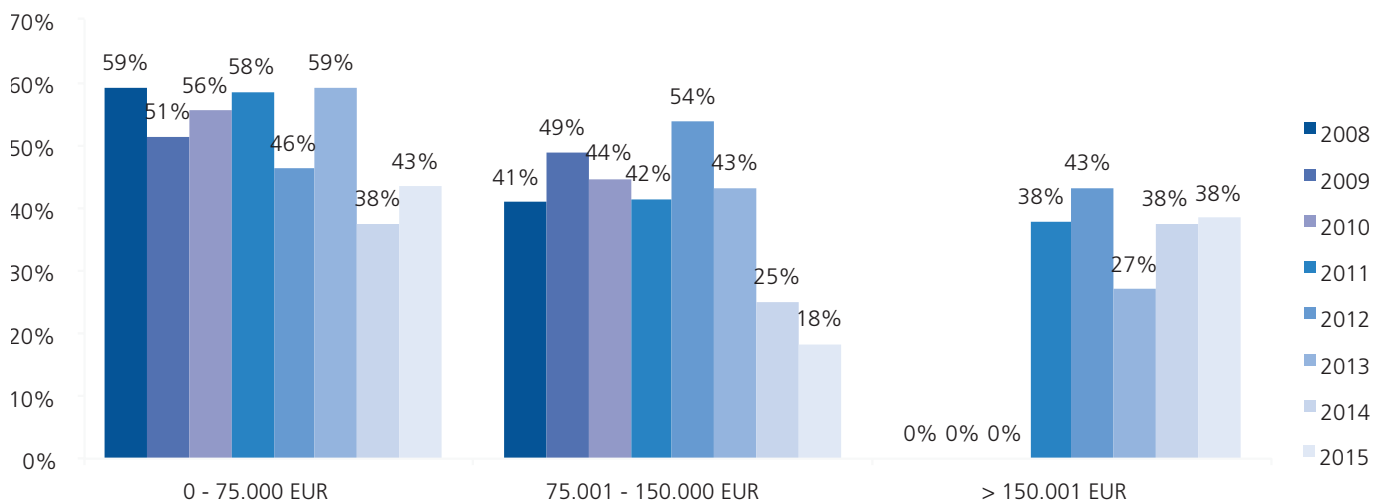
Analysten und Institutionelle Investoren stehen gemäß unserer Umfrage weiterhin im Zentrum der IR-Arbeit. Diese wurden dabei von 88 % bzw. 92% der Befragten als wichtig eingestuft. Damit befinden sich



ZUM AUTOR

Manuel Hoelzle ist Chefanalyst und **Kristina Bauer** Konferenzmanagerin bei der **GBC AG**. Das Unternehmen mit Sitz in Augsburg ist eines der führenden bankenunabhängigen Investmenthäuser in Deutschland und erfahrener Emissionsexperte für den deutschen Mittelstand.

Abb. 2: Budgets im Mittelstand



Quelle: IR-Umfrage 2015 GBC AG

beide Zielgruppen weiter auf hohem Niveau, die positive Einschätzung von Analysten hat dabei deutlich zugenommen.

Eine neue Tendenz hat sich hingegen bei der Zielgruppe „Private Investoren“ hinsichtlich der Bedeutungseinschätzung ergeben. Hier hat sich der Umfragewert merklich erhöht und ist stark angestiegen, nachdem die Wahrnehmung in den vergangenen Jahren kontinuierlich nachgelassen hatte. Mittlerweile stufen 90% der befragten Unternehmen die Privaten wieder ähnlich wichtig ein wie Institutionelle.

Auch die IR-Zielgruppe „Journalisten“ hat deutlichen Aufwind und legt auf 69% zu (Vorjahr 54%).

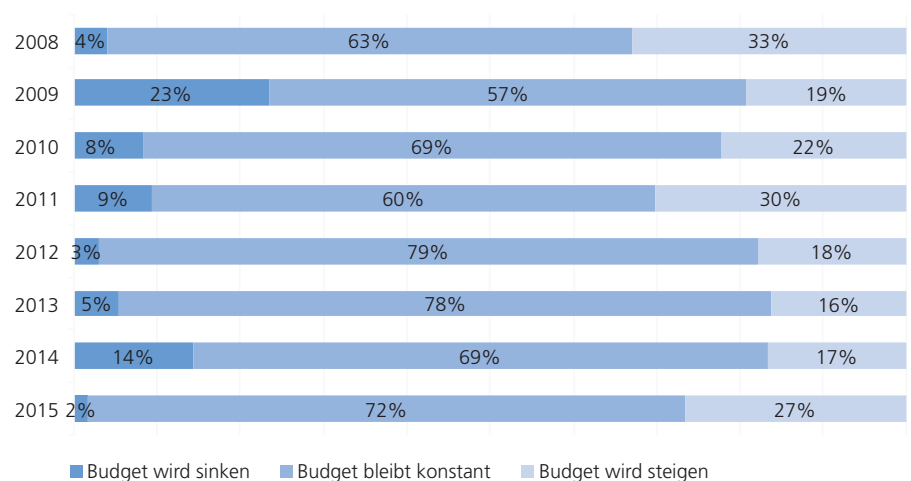
Konferenzen und 1-on-1-Meetings vorn, Nachhaltigkeitsberichte unterschätzt, Social Media noch nicht im Fokus

Investoren- bzw. Analystenkonferenzen sowie organisierte 1-on-1-Meetings auf Konferenzen hatten in unserer IR-Umfrage 2014 ihre Top-Position behauptet und sind

auch in diesem Jahr wieder die beliebtesten IR-Instrumente des deutschen Mittelstandes. Diese wurden von 84% bzw. 89% (Vorjahr je 86%) der IR-Verantwortlichen als „wichtig“ eingestuft.

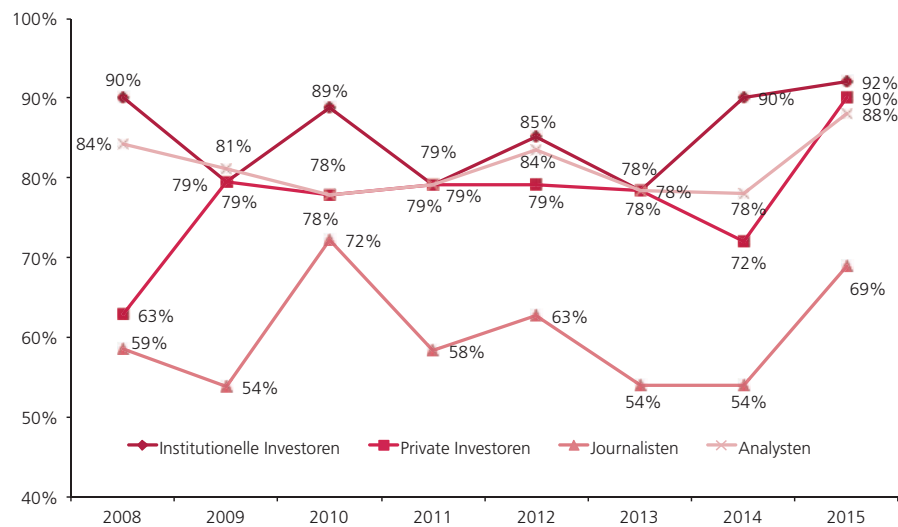
Weiter zugelegt bei der diesjährigen Umfrage haben die Roadshows national, also in Deutschland, die von 81% der Befragten (Vorjahr 71%) als wichtig eingestuft wurden. Weiter zulegen konnten des

Abb. 3: Entwicklung der IR-Budgets im Mittelstand



Quelle: IR-Umfrage 2015 GBC AG

Abb. 4: Bedeutung der IR-Zielgruppen



Quelle: IR-Umfrage 2015 GBC AG

Fazit

Die Budgets verharren auf hohem Niveau und steigen sogar tendenziell weiter. Dabei bleibt die IR-Arbeit weiterhin Vorstandsaufgabe bzw. wird „in-house“ von spezialisierten Mitarbeitern betreut. Externe Dienstleister werden wieder verstärkt eingesetzt. Analysten und institutionelle Investoren stehen dabei im Kernfokus der Investor-Relations-Arbeit, der Fokus auf Analysten hat sogar noch zugelegt. Aber auch Privatinvestoren und Journalisten feiern ein deutliches Plus. Bei der Wahl der IR-Instrumente werden auch 2015 erneut Investoren- bzw. Analystenkonferenzen sowie dortige 1-on-1-Meetings favorisiert. Das große Thema Social Media ist überraschenderweise noch kaum repräsentiert und das wichtige Thema Nachhaltigkeitsberichte sogar noch „unteradressiert“.

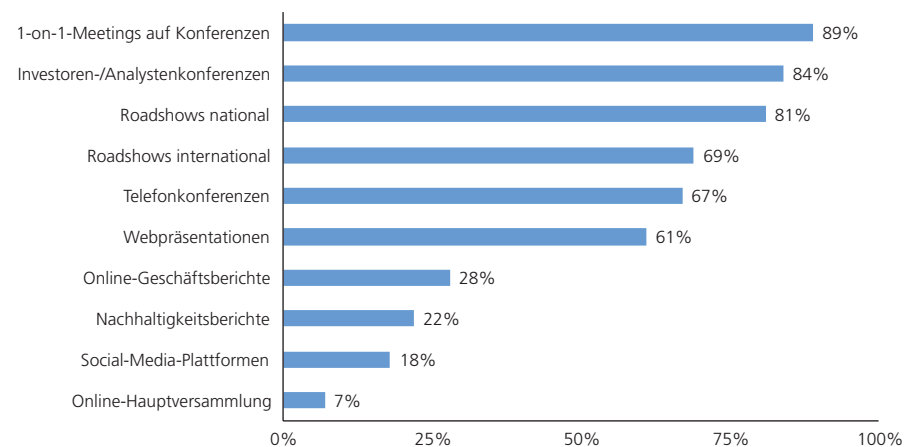


Die Informationsverbreitung über Social Media wie Twitter & Co. findet überraschenderweise noch kaum Bedeutung.

len. Ebenfalls überraschend ist, dass die Informationsverbreitung über Social Media wie Twitter & Co. noch kaum Bedeutung findet (18%). Unbedeutend ist bisher auch das Thema Online-Hauptversammlung geblieben.

Weiteren die Telefonkonferenzen mit 67% (Vorjahr 62%) und die Webpräsentationen mit 61% (Vorjahr 55%). Neu befragt haben wir in diesem Jahr zum Thema Social Media und Nachhaltigkeitsberichte. Interessant ist hier, dass Nachhaltigkeitsberichte erst von 28% der Unternehmen als wichtig eingestuft werden, obwohl diese für Unternehmen ab einer gewissen Größenordnung verpflichtend werden sol-

Abb. 5: Bedeutung der IR-Instrumente im Jahr 2015



Quelle: IR-Umfrage 2015 GBC AG