

Die Schweizer Börse

Investor Relations- Handbuch

Kompaktguide

SIX



Investor Relations als Teil der strategischen Unternehmenskommunikation

Liebe Leserinnen und Leser

Wieso viel Arbeitskraft und Geld in eine Tätigkeit stecken, die für die Wertentwicklung eines Unternehmens peripher ist? Denn die Kommunikation und Investor Relations gehören, wie im IR-Handbuch detailliert erläutert, nicht zu den fundamentalen Treibern des Aktienkurses. Es sind dies vielmehr die Strategie und deren Umsetzung, die auf dem Leistungsausweis des Managements beruhen und sich in harten Zahlen niederschlagen.

Wie die Antwort ausfällt, hängt von der Situation jedes Unternehmens ab. Eine Firma zum Beispiel, welche die Strategie aus dem operativen Cashflow finanzieren kann und einen Kernaktionär hat, der vor Übernahmen schützt, kann sich durchaus fragen, ob die Kosten einer Zusatzinvestition in Investor Relations viel Nutzen stiften oder ob diese Mittel in der Forschung oder im Absatzmarkt nicht besser investiert wären.

Anders präsentiert sich die Lage für ein Unternehmen auf steilem Wachstumspfad, das früher oder später auf frisches Kapital angewiesen ist, etwa zwecks Akquisitionen. Oder für eine Gesellschaft mit zersplittertem Aktionariat. Oder für eine Firma im Dornröschenschlaf, die von einem aktivistischen Investor geweckt werden könnte. All diese Unternehmen haben ein strategisches Interesse an einer angemessenen, sprich möglichst hohen Bewertung sowie, als Mittel zum Zweck, an einem guten Renommee am Kapitalmarkt. Dazu können, wie im Handbuch dargelegt, professionelle Investor Relations beitragen, auch wenn deren Effekt in der Marktbewertung «nur» ein paar Prozentpunkte ausmacht. Kommt hinzu, dass gute Investor Relations auch den Bekanntheitsgrad steigern, was positive Effekte auf die Geschäftspartner und Kunden oder die Rekrutierung talentierter Mitarbeitender haben kann.

Investor Relations, verstanden als Teil der strategischen Unternehmensführung und als Brennpunkt von Unternehmensstrategie, Corporate Governance, Corporate Finance und Unternehmenskommunikation, steuern die Erwartungen der Investoren. Für deren Erfolg ist in erster Linie die Haltung, neudeutsch das Mindset, von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung ausschlaggebend und erst in zweiter Linie das IR-Instrumentarium. Wer weiss, wie die Investoren ticken, und ihre Rolle anerkennt, wird ihre Ansichten bei zentralen Fragen der Unternehmenssteuerung, etwa bei der Bestimmung von Strategie und Kapitalallokation, angemessen berücksichtigen, und die Kommunikation bedürfnisgerecht steuern.

Ist Ihr Interesse geweckt? Dann empfehlen wir Ihnen die Lektüre des umfangreichen IR-Handbuchs: → six-group.com/ir-handbuch

Ihr Issuer Relations Team, Primary Markets, Schweizer Börse

Strategische Relevanz der Investor Relations



Investor Relations sind ein Handlungsfeld der strategischen Unternehmenskommunikation. Sie bezeichnen bei einer Aktiengesellschaft die Beziehungspflege zu den Investoren.

Oberstes Ziel der IR ist die Optimierung der Börsenbewertung respektive der Eigenkapitalfinanzierung.

Zuverlässige, vertrauenswürdige und konsistente Informationen erhöhen überdies den Bekanntheitsgrad und die Vertrauensbasis von Unternehmen und stärken dadurch die Marktstellung.

In ausserordentlichen Situationen wie bei Transaktionen (M&A), dem Auftauchen von Aktionärsaktivisten oder in Krisen gewinnen die IR an strategischer Relevanz.

Je klarer die Unternehmensstrategie, je straffer deren Umsetzung, je disziplinierter der Kapital- und Mitteleinsatz, desto besser die Grundlage für die Finanzkommunikation.

Auch eine enge Beziehungspflege mit den institutionellen Investoren hilft.

Ein gutes IR- und Kommunikationsprogramm startet mit einer guten Analyse. Welche Stärken und Schwächen hat das Unternehmen aus Investorensicht?

Bei der IR-Strategie werden der Ist- und Sollzustand der IR-Ziele ermittelt und die Zielgruppen, Wahrnehmung, das Instrumentarium und die Kommunikationsgrundsätze definiert. Dabei wird es immer wichtiger, Risikoanalysen, Nachhaltigkeitsplanung und Geschäftsstrategie als integrierte Prozesse zu führen.

Für die IR-Planung werden die strategischen Themen der Investor Relations operationalisiert und auf eine Zeitachse gelegt.





Inhalte der Investor Relations

Der Wert eines Unternehmens wird in der mittleren und langen Frist definiert von

- der Entwicklung des jeweiligen Absatzmarktes,
- der Unternehmensstrategie,
- der betriebswirtschaftlichen Leistung im Allgemeinen,
- dem Umsatz- und Gewinnwachstum respektive der Kapitalverzinsung im Spezifischen,
- der Qualität und Kommunikationsstärke des Managements.

Investoren wollen wissen, wo das Unternehmen genau steht, und ebenso genau, wohin es will. Das Unternehmen hat dafür die richtigen Informationen zur Verfügung zu stellen.

Die Kapitalmarktstory ist das Herzstück der Investor Relations. Sie dreht sich im Kern darum, wie das Unternehmen in der Zukunft Umsatz und Gewinn steigern respektive die Dividende verdienen wird.

Was die Qualität der Unternehmenskommunikation und der Investor Relations betrifft, ist nicht nur die Substanz entscheidend, sondern auch die Art und Weise, wann und wie die Informationen präsentiert werden.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung muss zur Unternehmensstrategie passen und in diese eingebunden sein. Auch hier geht es darum, die wesentlichen Themen zu erfassen und ausgewogen zu berichten. Insbesondere die als verbesserungswürdig identifizierten Themenbereiche und die dazu angestossenen Prozesse sind relevant. «Greenwashing» oder das Auftreten als Wohltäter über externe Projekte ohne direkten Bezug zum Kerngeschäft sind zu vermeiden.

Die Emittenten können mittels eines Opting In erklären, einen Nachhaltigkeitsbericht gemäss einem international anerkannten Standard, wie etwa GRI, zu erstellen.

Die Kapitalmarktstory – Herzstück der Investor Relations

Wie erwirtschaftet das Unternehmen Geld?	In welchen Märkten bewegt sich das Unternehmen?	Wo steht das Unternehmen im Wettbewerb?	Wo soll das Unternehmen in 5 Jahren stehen?
Das Geschäftsmodell des Unternehmens	Die Marktperspektiven	Der Peervergleich und Alleinstellungsmerkmale (USP)	Die Vision
Strategische Unternehmensziele	Wie funktioniert das Geschäftsmodell im Detail?	Chancen und Risiken in Zahlen	
Geschäftsziele, Ertragsziele, Finanzziele, Nachhaltigkeit/ ESG-Kriterien	Die Erfolgs- und Risikofaktoren der Wertschöpfungskette	Die Kennzahlen des Unternehmens: historische Entwicklung, aktuelle Geschäftszahlen und Prognosen	

Quelle: Prof. Dr. Olaf Streuer

1.

Viele Unternehmen veröffentlichen zusätzlich zu den geprüften Ergebnissen auch adjustierte Zahlen. Daran ist prinzipiell nichts auszusetzen, sofern diese klar definiert, verständlich und nicht irreführend bezeichnet, im Zeitverlauf konsistent angewendet und auf die geprüften Zahlen übergeleitet werden.

2.

Ähnliches gilt für Zahlen, die über den geprüften Abschluss hinausgehen, wie etwa zum Bestellungseingang oder zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

3.

Es ist, ob operativ oder im Bereich der Nachhaltigkeit in Ordnung, wenn im eigenen Unternehmen eben noch nicht alles in perfekter Ordnung ist. Entscheidend ist, dass dieses Verbesserungspotenzial erkannt und aufgezeigt wird und die Schritte dargelegt werden, wie diesbezüglich vorgegangen wird.

Auch kann der Kommunikationsstil und Tonfall genutzt werden, um Zahlen und Fakten in den richtigen Kontext zu setzen. Ehrliche, klare Aussagen schaffen Vertrauen.

5.

Diese über die geprüften Finanzaufgaben hinausgehende Unternehmensberichterstattung schafft Mehrwert. Dazu darf sie allerdings nicht selektiv und beschönigend, sondern muss objektiv, im Zeitverlauf konsistent und entscheidungsrelevant sein. Worte und Argumente sind nach Möglichkeit mit überprüfbaren Zahlen und Fakten zu unterlegen: «Wo ist die Evidenz?»

4.



Financial Guidance

Investoren bewerten Unternehmen auf Basis der zukünftigen Gewinne und Cashflows. Unter «Financial Guidance», auch «Earnings Guidance», werden die offiziellen Finanzprognosen kotierter Unternehmen verstanden.

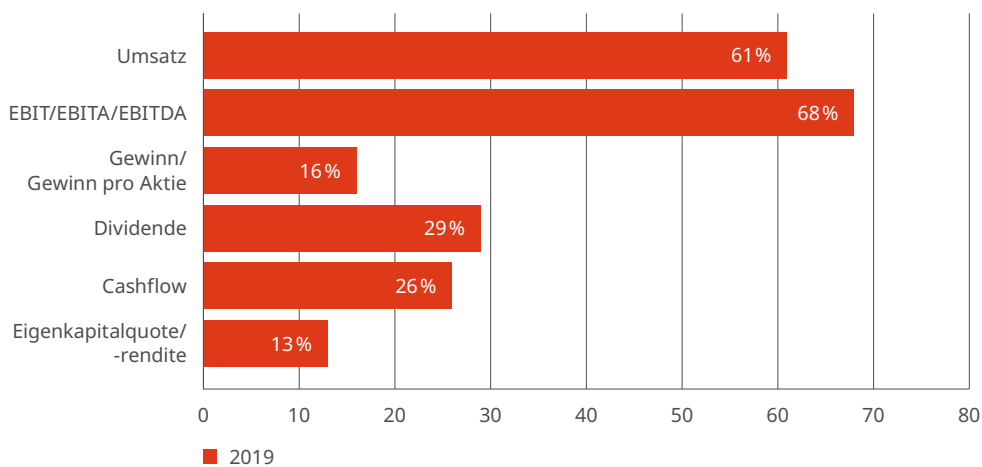
Financial Guidance ist ein probates Mittel, um die Erwartungen der Investoren zu steuern.

In der Schweiz sind Prognosen für den operativen Gewinn am häufigsten, gefolgt von Umsatzprojektionen.

In den USA ist der erwartete Gewinn pro Aktie – für das laufende oder nächste Quartal oder Geschäftsjahr – die am häufigsten verwendete Prognosekennziffer.

Investoren und Analysten schätzen die Wachstumsperspektiven von Unternehmen mit gutem Leistungsausweis generell zu hoch ein. Das führt dazu, dass der Aktienkurs eines solchen Unternehmens im Fall einer Gewinnwarnung häufig besonders heftig korrigiert.

Kennzahlen der quantitativen Guidance



Untersuchung von SMI Expanded Unternehmen, Beratungsfirma IRF, 2019





Kernzielgruppe Investoren

Spricht man gemeinhin von Investor Relations, ist die Kommunikation mit professionellen oder sogenannten institutionellen Investoren gemeint.

Am schweizerischen Aktienmarkt haben Value-Investoren das grösste Gewicht, in ihren Händen liegen rund 40 Prozent des SPI. In den letzten Jahren stark gewachsen sind Indexfonds, die inzwischen rund 20 Prozent des SPI halten.

Eine Kernaufgabe der Investor Relations besteht darin, aus der Fülle möglicher Investoren diejenigen zu eruieren, die gut zum jeweiligen Unternehmen passen: das Investor Targeting.

Am Schweizer Aktienmarkt entfallen rund 85 Prozent auf Investoren mit Domizil im Ausland.

Es lohnt sich, im Rahmen der kontinuierlichen Investor Relations und besonders bei Kapitalmarkttransaktionen oder delikaten Generalversammlungen den Kontakt zu den Stimmrechtsberatern zu suchen.



Aktienresearch

Die Aktienanalyse hat zum Ziel, die «schlechten» von den guten und somit aussichtsreichen Aktienwerten zu trennen.

Analysten erstellen Schätzungen für die zukünftigen Geschäftsjahre für eine ganze Fülle von Kennziffern, namentlich für den Umsatz und den Gewinn. Diese gewinnen öffentliche Relevanz.

Über die Qualität der Arbeit von Analysten gibt es viele Analysen. Die meisten davon kommen zum Schluss, dass die Prognosen von Analysten tendenziell zu optimistisch, aber besser als einfache Extrapolationen sind.

In den Investor Relations nimmt die Kommunikation mit Analysten eine zentrale Stellung ein.

Mit den 2018 europaweit eingeführten MiFID-II-Regeln hat sich die Rolle der Analysten verändert. Ihre Bedeutung hat eher ab- als zugenommen.



IR-Massnahmen



Durch welche Kommunikation werden Investoren zufriedengestellt? Bei Bewertung und Beurteilung der Qualität eines Unternehmens stützen sich die meisten institutionellen Investoren – an diese richten sich die Investor Relations in aller Regel – auf:

- Daten und historische Zeitreihen aus Jahres- und Zwischenberichten oder (seltener, da weniger üblich) Investorenhandbüchern
- Informationen in Präsentationen, Investorenkonferenzen und Einzelgesprächen mit dem Management
- Eigene Recherchen über Produkte, Sektor und Wettbewerb

Demnach stehen beim IR-Instrumentarium die folgenden Massnahmen im Zentrum:

- Persönliche Interaktionen in Form von Einzelgesprächen und Gruppenpräsentationen, basierend auf einer Investorenpräsentation
- Geschäfts- und Zwischenberichte
- Website als zentrale Plattform und als Archiv
- Aus regulatorischen Gründen zudem Generalversammlung und Medienmitteilungen
- Demgegenüber gehören bei professionellen Investoren in Europa weder Medienartikel noch Social Media zu den primären Informationsquellen.

Marktbeobachtung und Erfolgskontrolle



Um den Markt und die Wahrnehmung des Unternehmens zu beobachten und zu beurteilen, stehen zahlreiche Instrumente zur Verfügung.

Als Minimum werden die Analyse von marktrelevanten Kennzahlen sowie die systematische Auswertung der Beziehungspflege zu Investoren empfohlen.

Der Erfolg von Investor Relations-Massnahmen lässt sich nur schwer objektiv nachweisen. Tatsächlich können Wirkungszusammenhänge meist nur vermutet werden.

Dennoch gibt es aktienmarkt- und publizitätsbezogene Hilfsgrössen, welche Hinweise auf den Erfolg der IR-Massnahmen geben können, vorausgesetzt, sie werden über einen längeren Zeitraum hinweg ermittelt.



Regulatorisches Umfeld, Regelwerk und Reporting SIX



An der Schweizer Börse kotierte Unternehmen haben verschiedene Informationspflichten gegenüber ihren Investoren und der Öffentlichkeit.

Diese Pflichten dienen dazu, eine kontinuierliche Transparenz über das kotierte Unternehmen sicherzustellen.

Die Informationspflichten für ein primärkotiertes Unternehmen sind an der Schweizer Börse im Vergleich zu anderen Börsen überschaubar. So ist etwa die Quartalsberichterstattung freiwillig.

Es wird unterschieden zwischen wiederkehrenden sowie ereignisbezogenen Pflichten.

Bei den wiederkehrenden respektive Regelmeldepflichten nimmt das CONNEXOR Reporting eine wichtige Stellung ein. CONNEXOR Reporting ist die offizielle elektronische Meldeplattform für die Übermittlung von meldepflichtigen Sachverhalten.

Bei den ereignisbezogenen Pflichten sind die Regeln zur Ad hoc-Publizität am bedeutsamsten.

Den Emittenten obliegt es schliesslich, für das Thema Insiderinformation firmeneigene Regeln und Prozedere zu definieren. Die Unternehmen sind dafür verantwortlich, dass die nötigen Kontrollmechanismen installiert sind und kriminelles Verhalten aufgedeckt wird.

Wiederkehrende und ereignisbezogene Pflichten

Wiederkehrende Pflichten	Ereignisbezogene Pflichten
<p>Corporate Reporting</p> <ul style="list-style-type: none"> – Finanzberichterstattung: Jahres-/Halbjahresbericht, Alternative Performancekennzahlen – Corporate Governance: Informationen zur Governance und Führung des Unternehmens (z. B. Zusammensetzung und Vergütung des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung); «Comply or Explain»-Regel – Nachhaltigkeitsberichtsberichterstattung 	<p>Ad hoc-Publizität</p> <p>Informationen zu kursrelevanten Tatsachen (z. B. wesentliche Gewinnveränderungen, Restrukturierungen, Kaufangebote)</p>
<p>Regelmeldungen</p> <p>Technische und administrative Informationen zum Emittenten und zur Effekte (z. B. Informationen zur Dividende)</p>	<p>Offenlegung von Management-Transaktionen</p> <p>Meldung aller relevanten Transaktionen von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung</p>
	<p>Offenlegung von Beteiligungen</p> <p>Meldung durch die meldepflichtige Person oder Gruppe bei Erreichung, Über- oder Unterschreitung der Stimmrechts-Grenzwerte von: 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 33 1/3%, 50% oder 66 2/3%</p>

Kommunikationspflichten zur Aufrechterhaltung der Kotierung an der Schweizer Börse

1.

Für die Ad hoc-Publizität benötigt jeder Emittent eine klare Regelung der Verantwortlichkeiten, inklusive Stellvertretungen. Die personelle und IT-Infrastruktur muss so ausgelegt sein, dass jederzeit «innert Stundenfrist» eine Medienmitteilung geschrieben, abgesegnet und publiziert werden kann, inklusive Back-up-Variante zum Beispiel im Fall einer IT-Panne.

2.

Eine Gewinnwarnung ist zu publizieren, sobald ein Mitglied der Geschäftsleitung oder ein nicht-exekutives Verwaltungsratsmitglied ungefähre Kenntnis über die absehbare Geschäftsentwicklung hat.

4.

Betreffend CONNEXOR Reporting empfiehlt sich, dass mehrere Personen über einen Token verfügen, damit die Meldungen auch bei Ferien- oder Krankheitsabwesenheiten fristgerecht an SIX Exchange Regulation AG übermittelt werden können.

Was die Offenlegung von Beteiligungen betrifft, kann sowohl die Höhe des Aktienbesitzes als auch die Identität der bedeutenden Aktionäre für Investoren relevant sein. Die Änderung des Anteilsbesitzes kann somit preissensitiv sein und damit sowohl der Ad hoc-Publizitätspflicht und der Publikationspflicht der Beteiligung durch den Emittenten unterliegen. Die Publikation durch Dritte von kursrelevanten Informationen im Zusammenhang mit einem Emittenten befreit den Emittenten nicht von seiner Pflicht, eine Ad hoc-Mitteilung zur selben Information zu publizieren.

3.

Organisation der Investor Relations



Innerhalb eines Unternehmens beschäftigen sich verschiedene Personen und Funktionen mit IR-Aufgaben, angefangen beim VR-Präsidenten und dem CEO hin zum CFO, IRO, Kommunikationschef sowie allenfalls externen Beratern.

Die zentrale Rolle hat der oder die IRO (Investor Relations Officer) inne, bei kleineren Unternehmen häufig als Teilaufgabe zusammen mit einer anderen Funktion, etwa CFO, Generalsekretär oder Kommunikationschef. Demgegenüber führen IROs bei Grossunternehmen eigene Teams.

Die Kommunikation mit Investoren und Analysten verlangt nach ganz spezifischen Kenntnissen und Kompetenzen, die sich zum Beispiel von denjenigen eines guten Kommunikationschefs teils deutlich unterscheiden.

Die meisten Unternehmen erledigen die wichtigste IR-Tätigkeit, die direkte Interaktion mit den institutionellen Investoren und den Analysten, mit eigenen Ressourcen. Gleichwohl gibt es gute Gründe, externe Unterstützung beizuziehen.

1.

Es gibt keine universal gültige oder richtige Ausgestaltung der IR-Funktion. Die Unternehmen sind frei, eine für sie passende Lösung zu finden.

2.

IR ist Synonym für Kommunikation mit dem Kapitalmarkt und insofern ein Produktionsfaktor, um einem Unternehmen zu helfen, die Ressource Kapital möglichst kostengünstig zu sichern und zu beschaffen. Diese Prämisse hilft im Budgetierungsprozess.

4.

Eine auch für die IR-Funktion passende Managementweisheit, von Toyota: «Sei streng mit dem Prozess, aber sanft mit den Mitarbeitern.»

3.

Drängt sich der Beizug oder Wechsel des IR-Beraters auf, ist es empfehlenswert, sich von Marktkennern, Investoren, Analysten und vergleichbaren Unternehmen mögliche Partner vorschlagen zu lassen.



Kontakte und Adressen

SIX Issuer Relations-Team, Primary Markets

Das Team Issuer Relations der Schweizer Börse steht Unternehmen bei Fragen rund um ihre Kotierung beratend zur Seite. Wir betreuen Sie individuell, kompetent und mit massgeschneiderten Dienstleistungen. Gemeinsam arbeiten wir für Ihren Erfolg.

Dediziertes Team bei SIX

- Die Anlaufstelle für Emittenten
- Kompetente Beratung rund um das Being Public

Informationszentrale

- Regulatorische Entwicklungen
- Zugriff auf Ihre Daten

Emittenten

Visibilitäts-Treiber

- «Bridge» – Emittenten mit der Buy-Side zusammenbringen
- Stage-Programm

Weiterbildungs- & Netzwerk-Partner

- Events, Workshops
- Konferenzen, Sponsoring
- Event-Räumlichkeiten
- Zusammenarbeit mit dem IR club

Für weitere Informationen siehe: → six-group.com/de/products-services/the-swiss-stock-exchange/listing/equities/services-for-issuers.html

Anregungen, welche bei der nächsten Überarbeitung des Investor Relations-Handbuchs berücksichtigt werden sollten, sind willkommen auf: → iir@six-group.com oder kontaktieren Sie uns unter +41 58 399 2245.

SIX Exchange Regulation AG

Kotierung

listing@six-group.com

Corporate Governance

corporate-governance@six-group.com

Management-Transaktionen

management-transactions@six-group.com

Offenlegung Beteiligungen

disclosure-office@six-group.com

Rechnungslegung/Corporate Governance/
Nachhaltigkeitsberichterstattung

reporting@six-group.com

Handelsüberwachung

→ ser-ag.com/de/contacts/contact-enc.html

Prospektprüfstelle

prospectus-office@six-group.com (seit 1. Juni 2020)

Weitere Informationen siehe:

→ ser-ag.com/de/contacts.html

Ad hoc-Publizität

adhoc@six-group.com

Regelmeldungen

reporting-obligations@six-group.com

Impressum

Autor: Martin Meier-Pfister, IRF Reputation AG im Auftrag von SIX

Keine der hierin enthaltenen Informationen begründet ein Angebot oder eine Empfehlung zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstrumentes. SIX Group AG bzw. ihre direkten und indirekten Tochtergesellschaften (nachfolgend SIX) haften weder dafür, dass die enthaltenen Informationen vollständig, richtig, aktuell und ununterbrochen verfügbar sind, noch für Schäden von Handlungen, die aufgrund von Informationen vorgenommen werden, die in dieser oder einer anderen Publikation von SIX enthalten sind. SIX behält sich ausdrücklich vor, jederzeit die Preise oder die Produktzusammenstellung zu ändern. © SIX Group AG, 2020. Alle Rechte vorbehalten.

SIX

Markets
Pfungstweidstrasse 110
Postfach
CH-8021 Zürich

SIX**Securities & Exchanges**

Pfungstweidstrasse 110
Postfach
CH-8021 Zürich
T +41 58 399 5454
six-group.com/de/products-services/the-swiss-stock-exchange.html

Issuer Relations, Primary Markets

T +41 58 399 2245
iir@six-group.com
six-group.com/de/products-services/the-swiss-stock-exchange/listing/equities/services-for-issuers.html