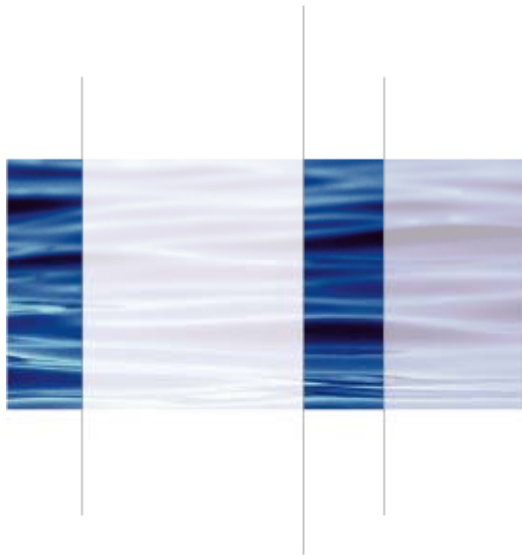


DIRK

Deutscher  
Investor Relations  
Verband e.V.



DIRK-Stimmungsbarometer Herbst 2010

„Nachhaltigkeit als IR-relevanter  
Bestandteil der Unternehmenskultur“

Oktober 2010

Bernhard Wolf

Global Head of Corporate Communications der GfK SE

# Agenda

- Unternehmenslage in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien
- IR-Umfeld: Mitarbeiter, Analysten und Investorentermine
- Schätzungen zu den Indizes DAX, ATX und SMI
- Sonderthema „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“

## Details zur Befragung



- Halbjährliche Umfrage von IR-Verantwortlichen (Mitglieder im DIRK)
- Internetgestützte schriftliche Befragung vom 23.8.2010 bis 13.9.2010
- Basis: 354 DIRK-Mitglieder (1-2010: 343)
- Rücklauf: 134 = 38% (1-2010: 41%)
- Auf Basis der Indexzugehörigkeit haben geantwortet:
  - 21 DAX-Unternehmen (= 70% aller DAX-Werte)
  - 24 MDAX-Unternehmen (= 48% aller MDAX-Werte)
  - 13 TecDAX-Unternehmen (= 43% aller TecDAX-Werte)
  - 21 SDAX-Unternehmen (= 42 % aller SDAX-Werte)
  - 55 Unternehmen ohne Zugehörigkeit zu einem Auswahlindex
- 85% aller Unternehmen , die geantwortet haben, gehören dem Prime Standard an

## Details zur Befragung



- Halbjährliche Umfrage von IR-Verantwortlichen (Mitglieder in der CIRA)
- Internetgestützte schriftliche Befragung vom 23.8.2010 bis 13.9.2010
- Basis: 58 CIRA-Mitglieder Rücklauf: 33 = 57% (1-2010: 41%)



- Halbjährliche Umfrage von IR-Verantwortlichen (Mitglieder im IR Club)
- Internetgestützte schriftliche Befragung vom 23.8.2010 bis 13.9.2010
- Basis: 56 SIRV-Mitglieder Rücklauf: 25 = 45% (1-2010: 44%)

**IR club**



- Erstmalige Umfrage von IR-Verantwortlichen (Mitglieder in der IRS)
- Internetgestützte schriftliche Befragung vom 23.8.2010 bis 13.9.2010
- Basis: 372 IRS-Mitglieder Rücklauf: 33 = 9%



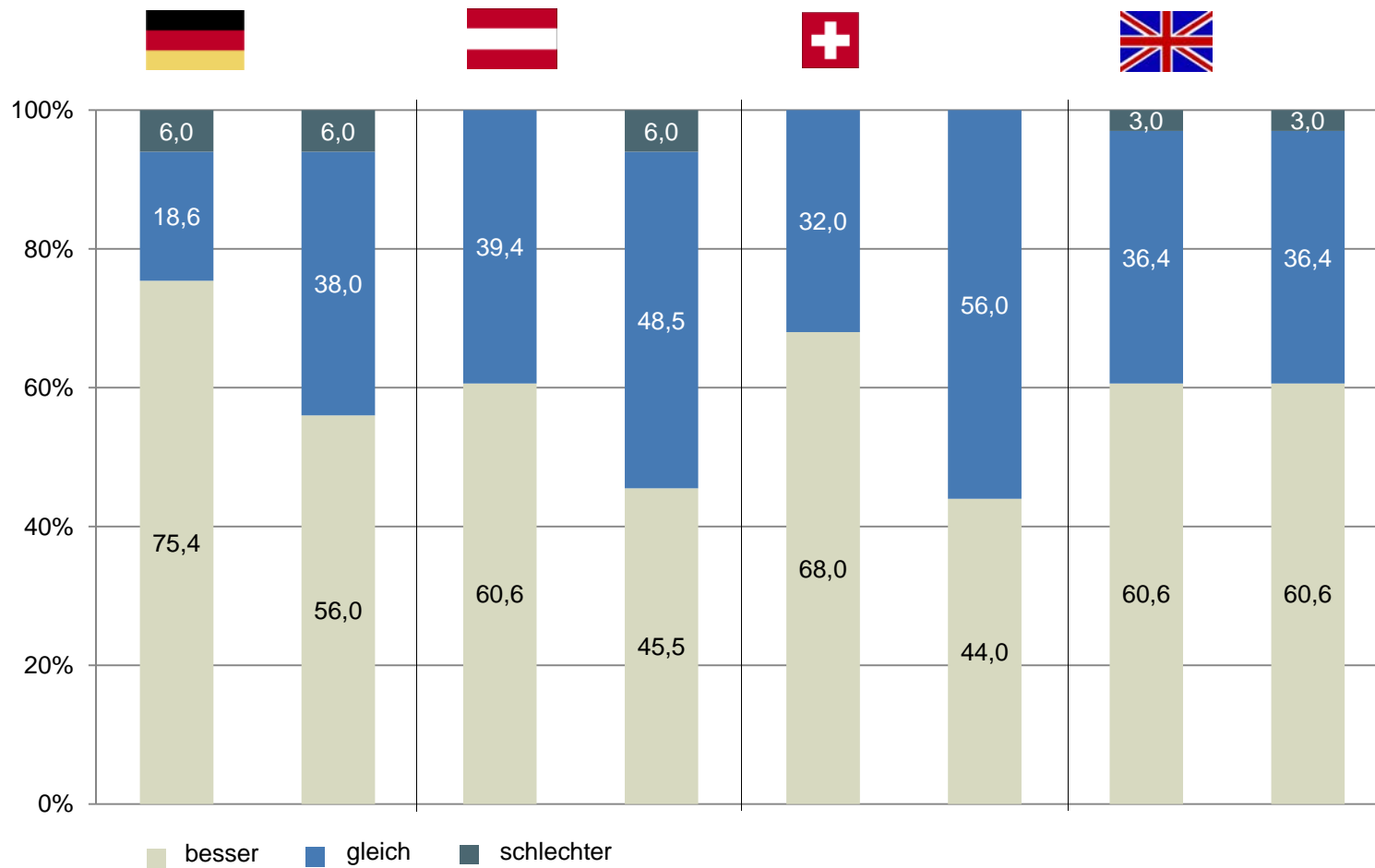
# Agenda

- Unternehmenslage in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien
- IR-Umfeld: Mitarbeiter, Analysten und Investorentermine
- Schätzungen zu den Indizes DAX, ATX und SMI
- Sonderthema „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“

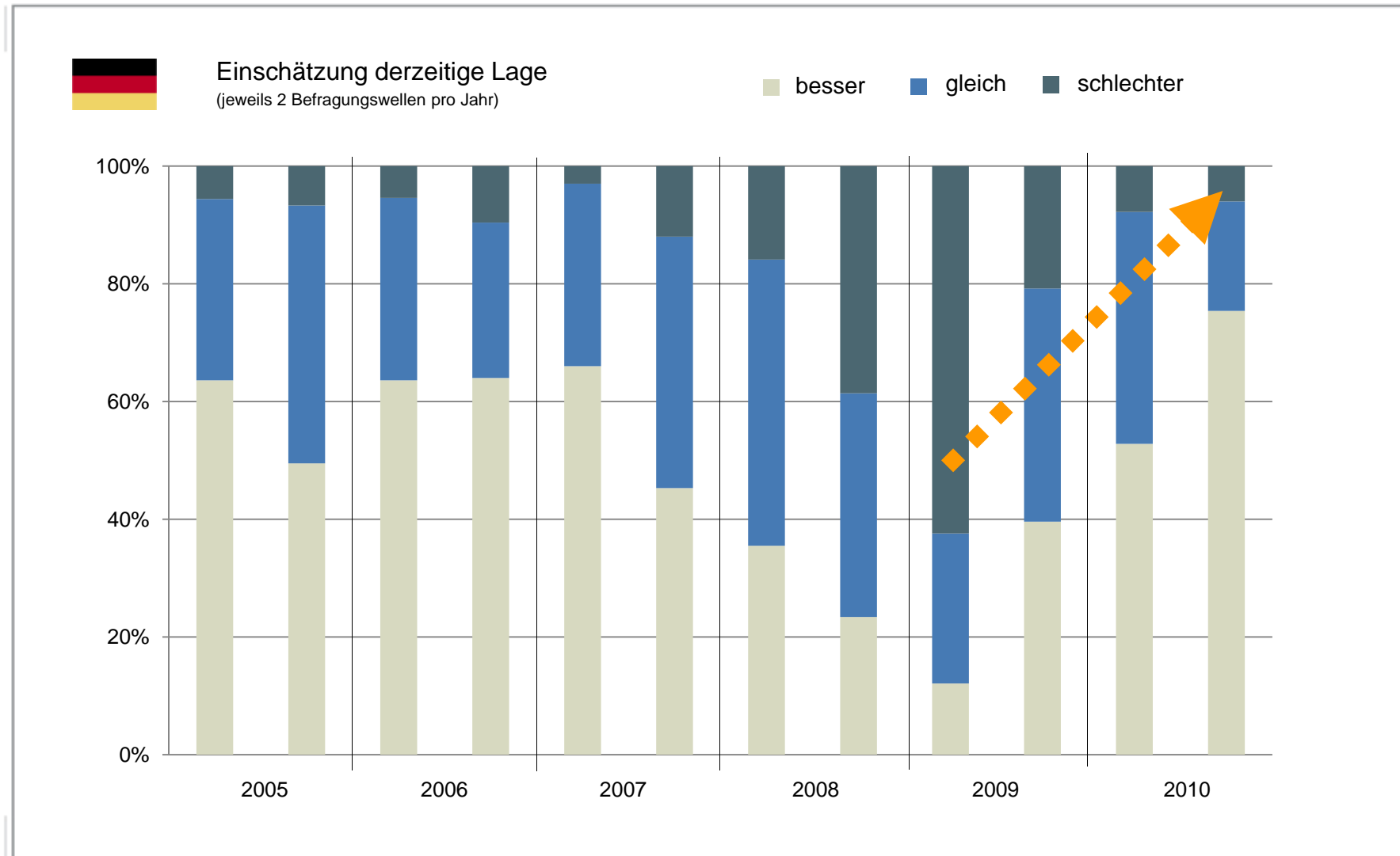
# Wirtschaftliche Lage hat sich europaweit deutlich verbessert und bleibt gut



Pro Land linker Balken: Einschätzung derzeitige Lage, rechter Balken: Einschätzung zukünftige Lage



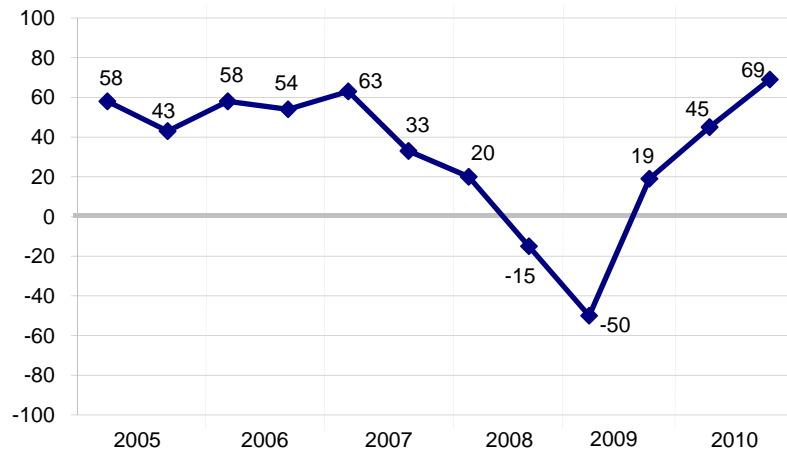
# Einschätzung der Unternehmenslage in Deutschland im Jahresvergleich



# DIRK-Stimmungsindikator: Positiver Trend hält an, Unternehmenslage auf höchstem Niveau seit 2005

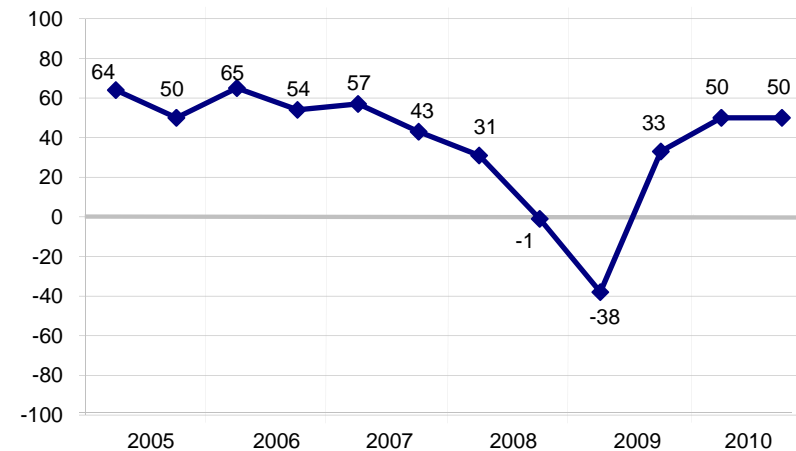


**Einschätzung derzeitige Lage**  
(jeweils 2 Befragungswellen pro Jahr)



Die Lage der Unternehmen hat sich weiter deutlich verbessert. Der Indikator liegt mit 69 Punkten – dem höchsten Wert seit Beginn der Befragung im Jahr 2005 – zum dritten Mal in Folge deutlich im positiven Bereich. Das heißt, die derzeitige Lage ist noch besser, als sie im Frühjahr 2010 erwartet wurde. Die Zahl untermauert den aktuellen konjunkturellen Aufschwung in Deutschland.

**Einschätzung zukünftige Lage**  
(jeweils 2 Befragungswellen pro Jahr)



Mit Blick auf die kommenden sechs Monate sehen die Unternehmen das Wachstumspotenzial weiter auf einem hohen Niveau. Der Indikator zur Einschätzung der zukünftigen Lage hat sich mit 50 Punkten im Vergleich zur letzten Befragung nicht verändert. Im Branchenvergleich sind Finanzdienstleister, Banken, Technologie- und Pharmaunternehmen die größten Optimisten.



# Agenda

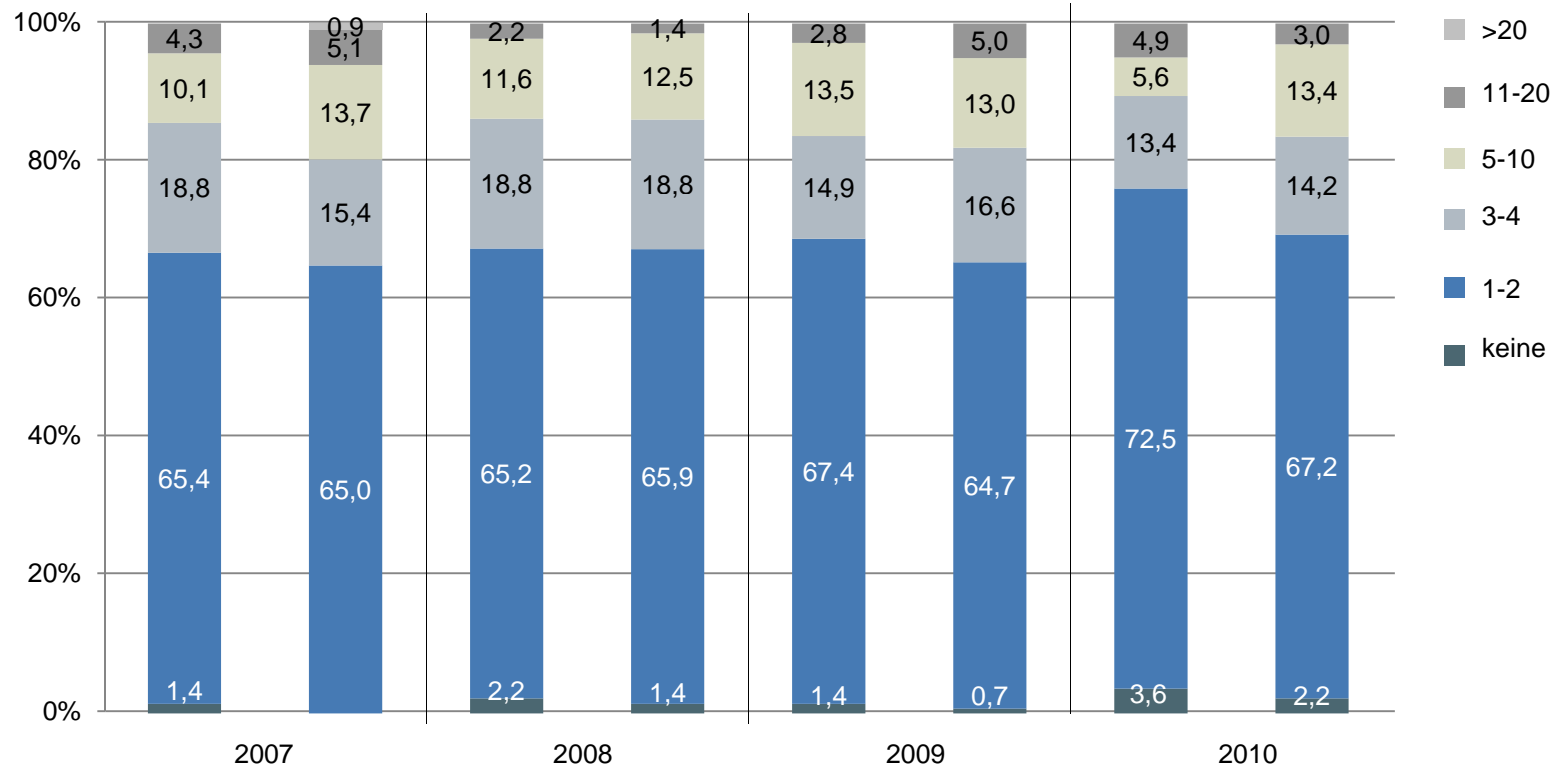


- Unternehmenslage in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien
- IR-Umfeld: Mitarbeiter, Analysten und Investorentermine
- Schätzungen zu den Indizes DAX, ATX und SMI
- Sonderthema „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“

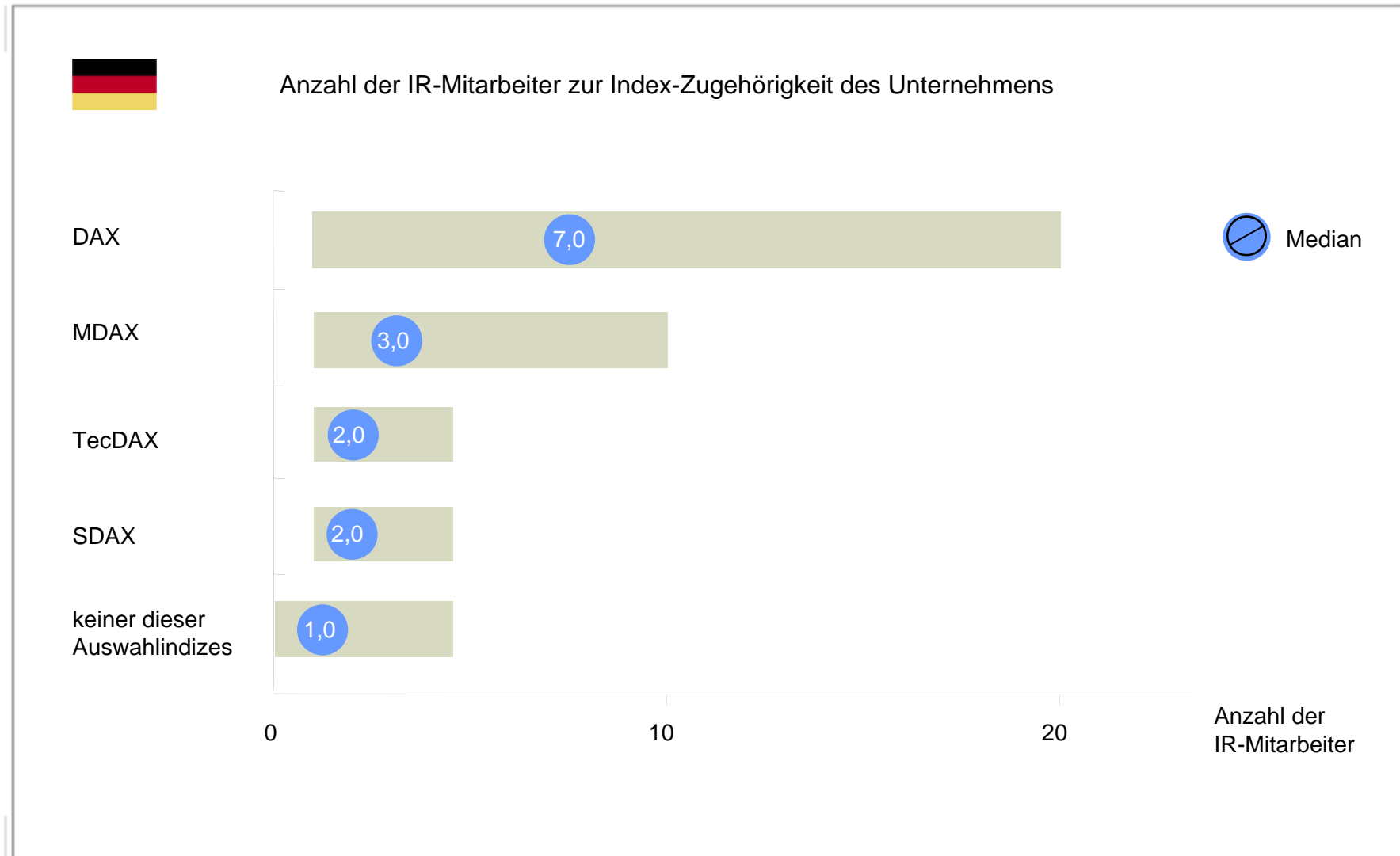
# Aktuelle Anzahl der IR-Mitarbeiter (Vollzeitstellen)



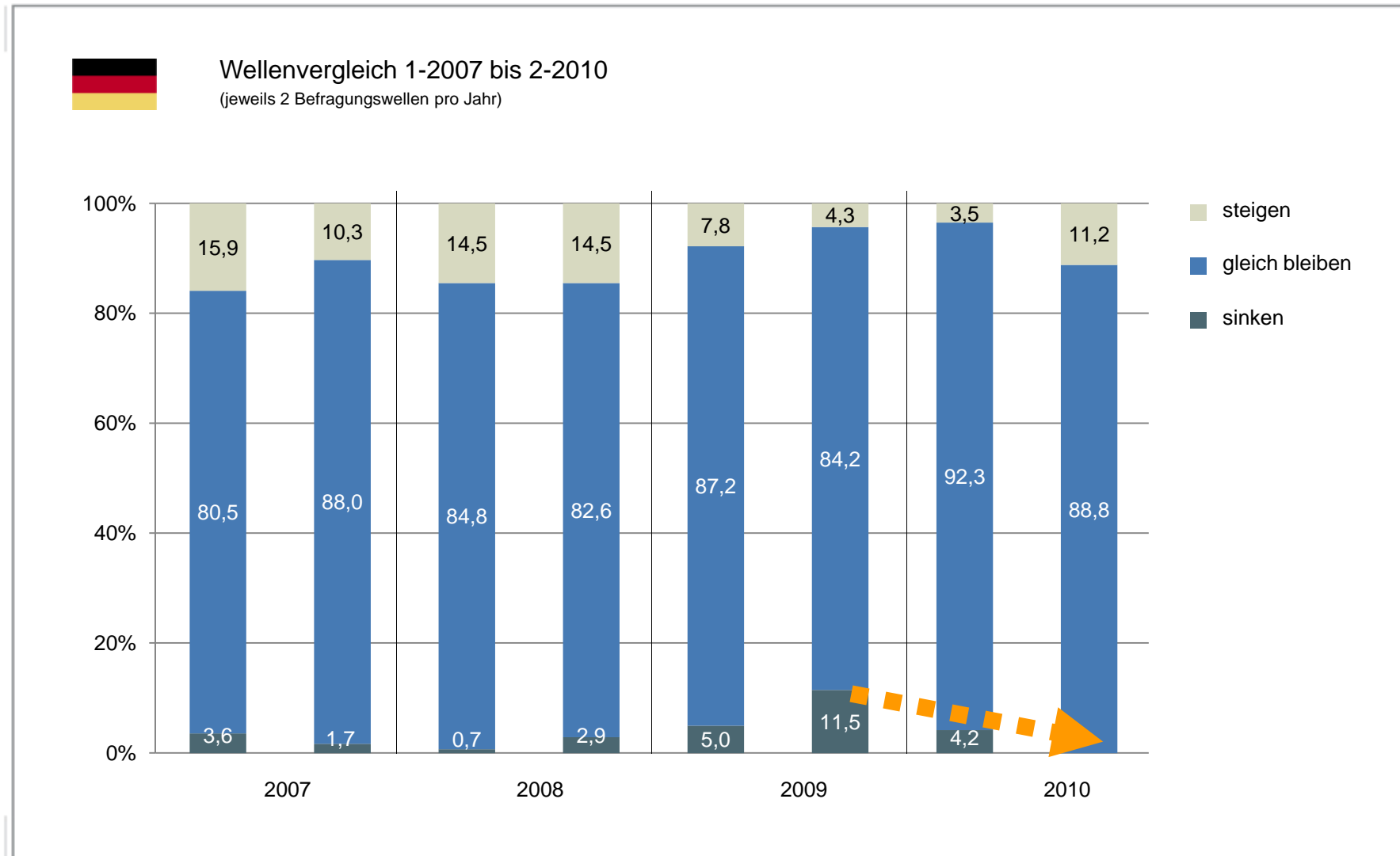
Wellenvergleich 1-2007 bis 2-2010  
(jeweils 2 Befragungswellen pro Jahr)



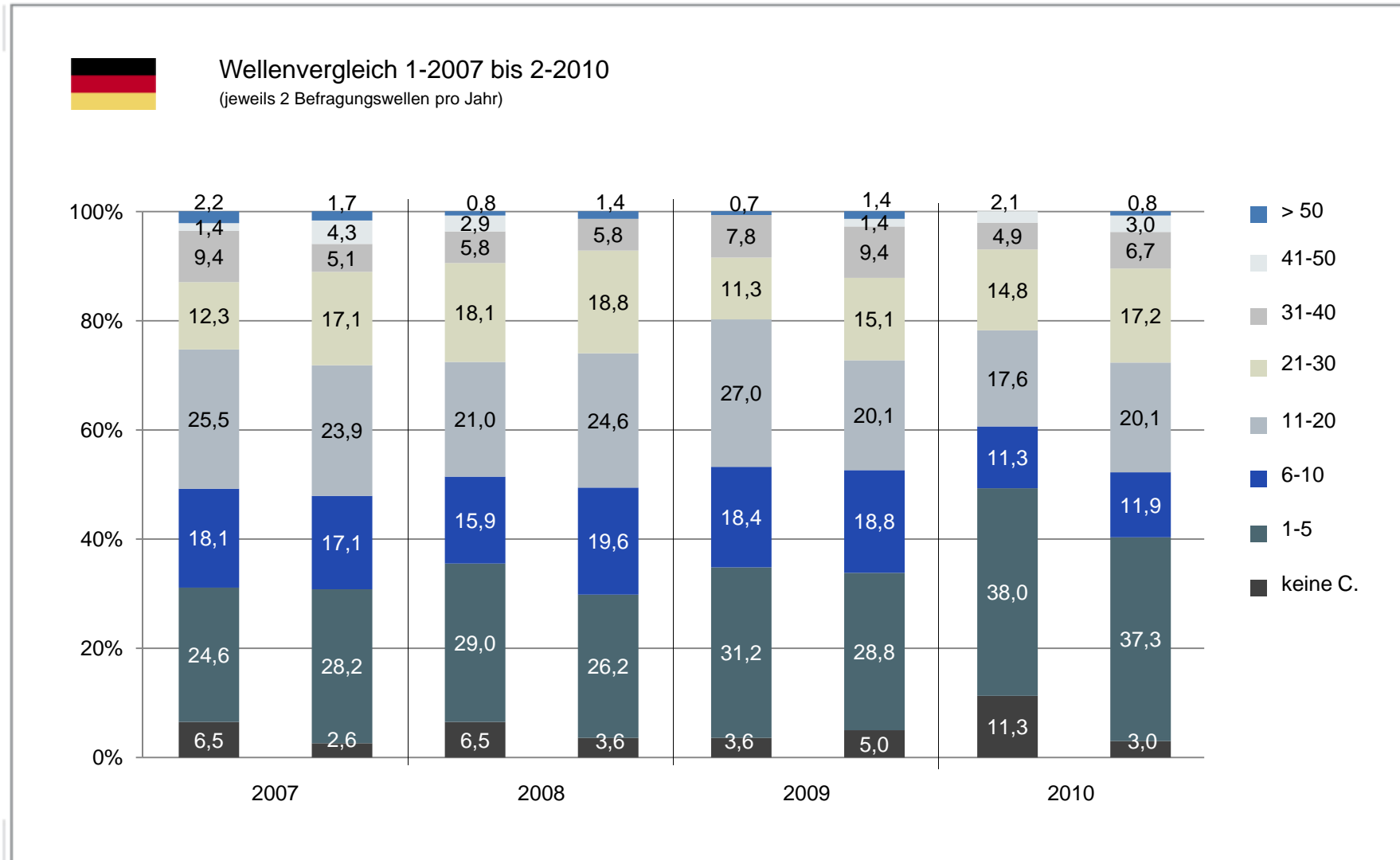
# Die Anzahl der IR-Mitarbeiter steigt mit der Zugehörigkeit zum Index



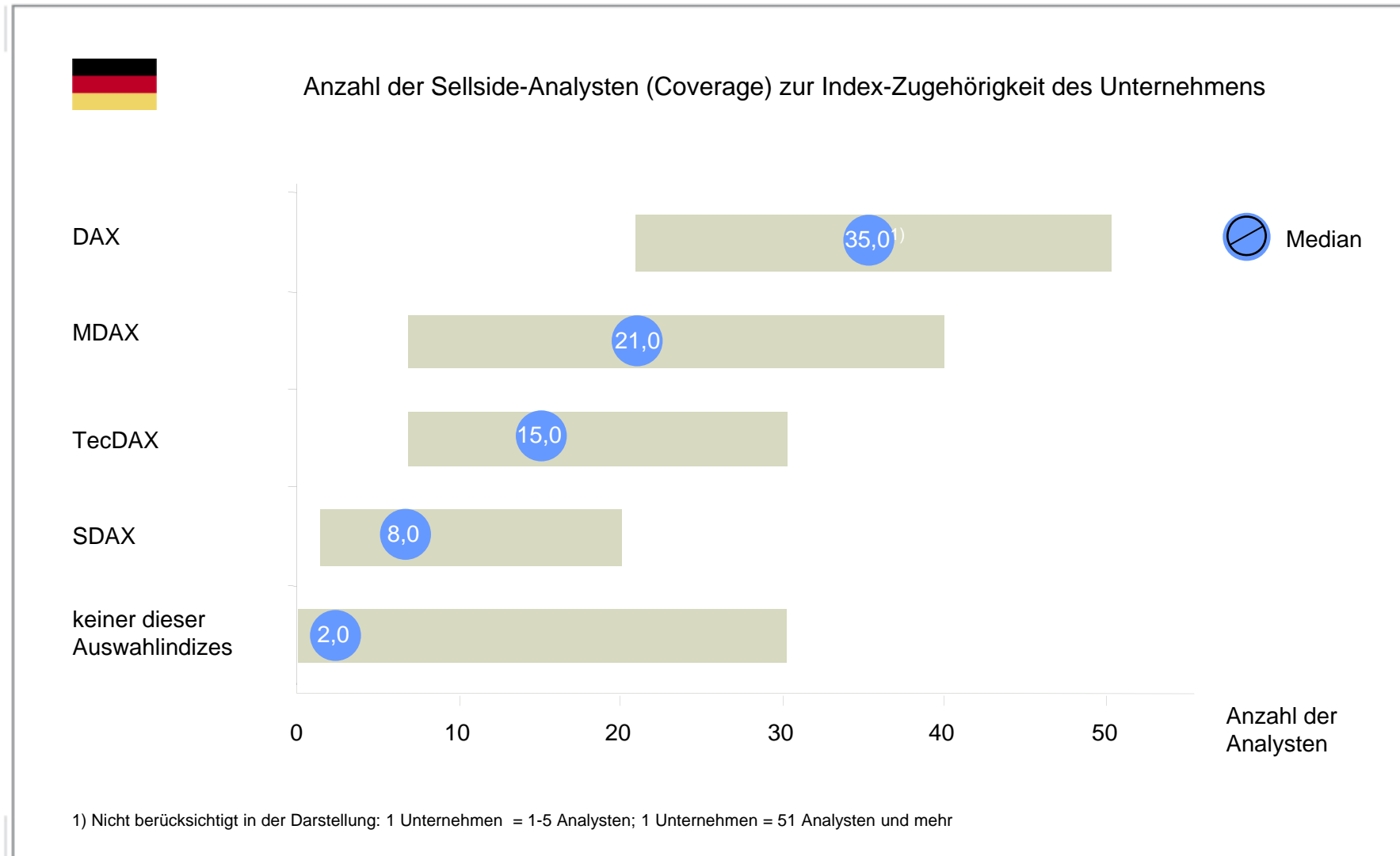
# Die Anzahl der IR-Mitarbeiter (Vollzeitstellen) wird in den nächsten 6 Monaten...



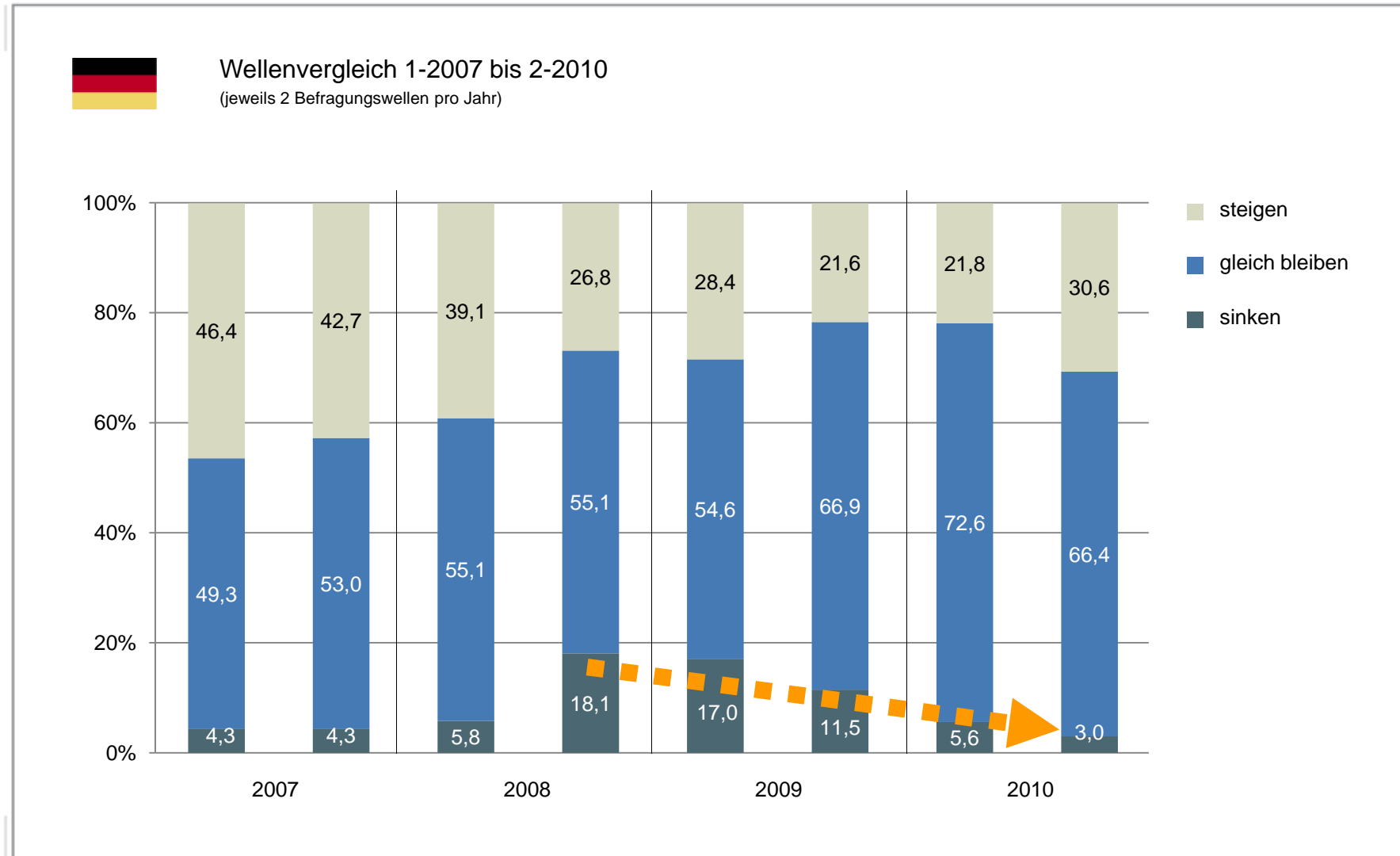
# Aktuelle Anzahl der Sellside-Analysten (Coverage)



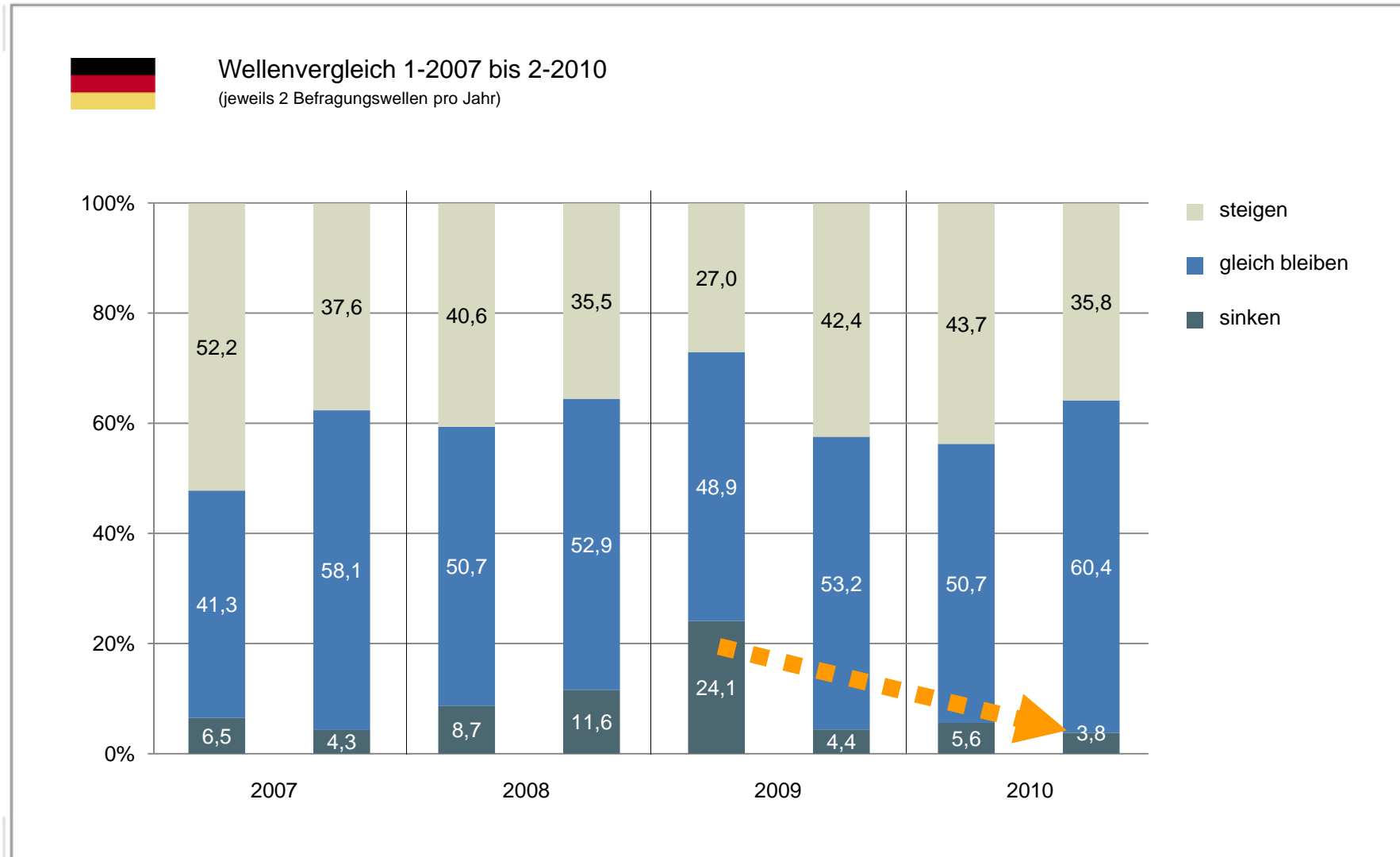
# Die Anzahl der Sellside-Analysten (Coverage) steigt mit der Zugehörigkeit zum Index



# Die Anzahl der Sellside-Analysten (Coverage) wird in den nächsten 6 Monaten...



# Die Anzahl der Investorentermine wird in den nächsten 6 Monaten...





# Agenda



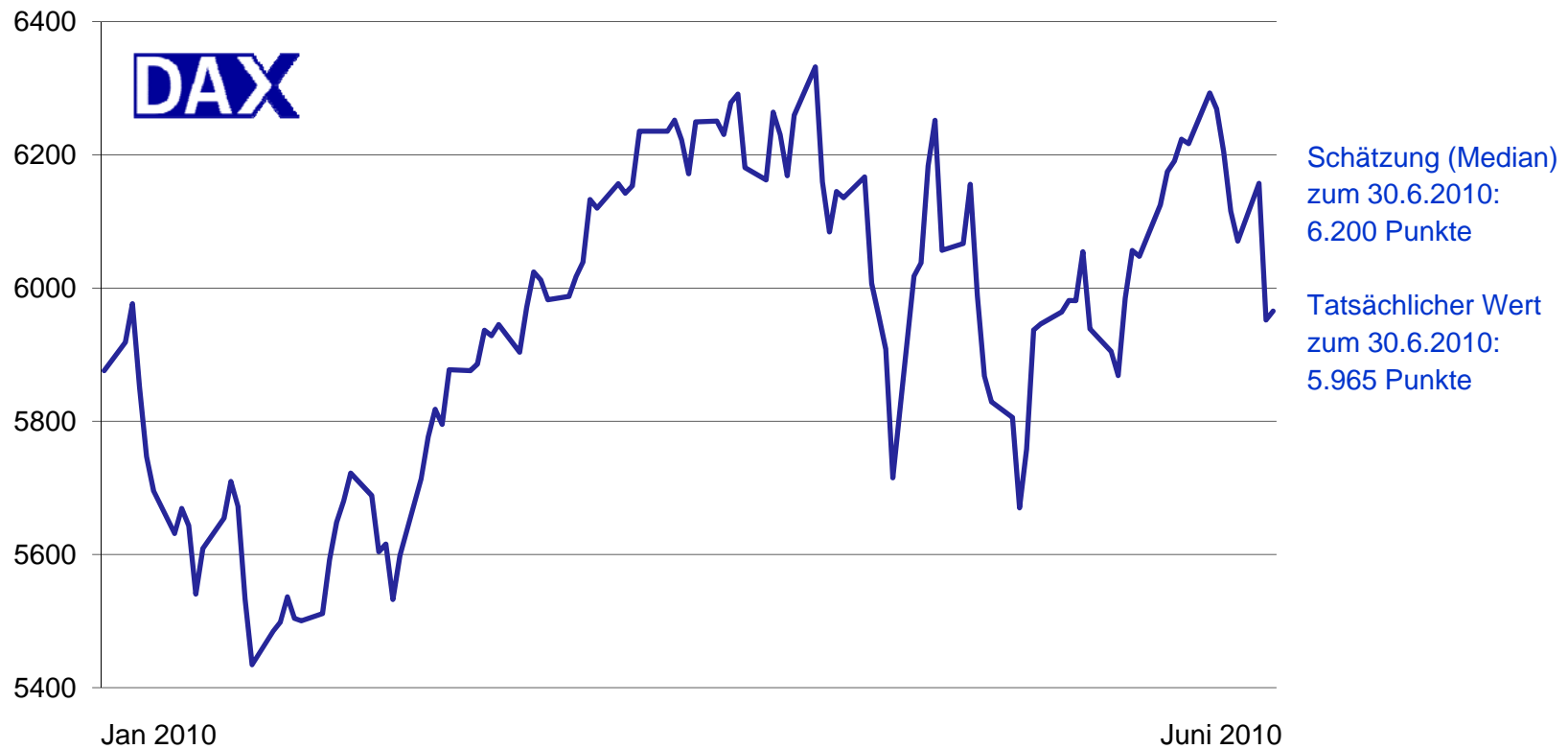
- Unternehmenslage in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien
- IR-Umfeld: Mitarbeiter, Analysten und Investorentermine
- Schätzungen zu den Indizes DAX, ATX und SMI
- Sonderthema „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“

# Index-Schätzungen auf Länderebene



Der DAX wird zum Jahresende (31.12.2010) liegen bei 6.225 Punkten (Median).  
(Befragung im Januar 2010; einfache Nennung; in Punkte)

Punkte

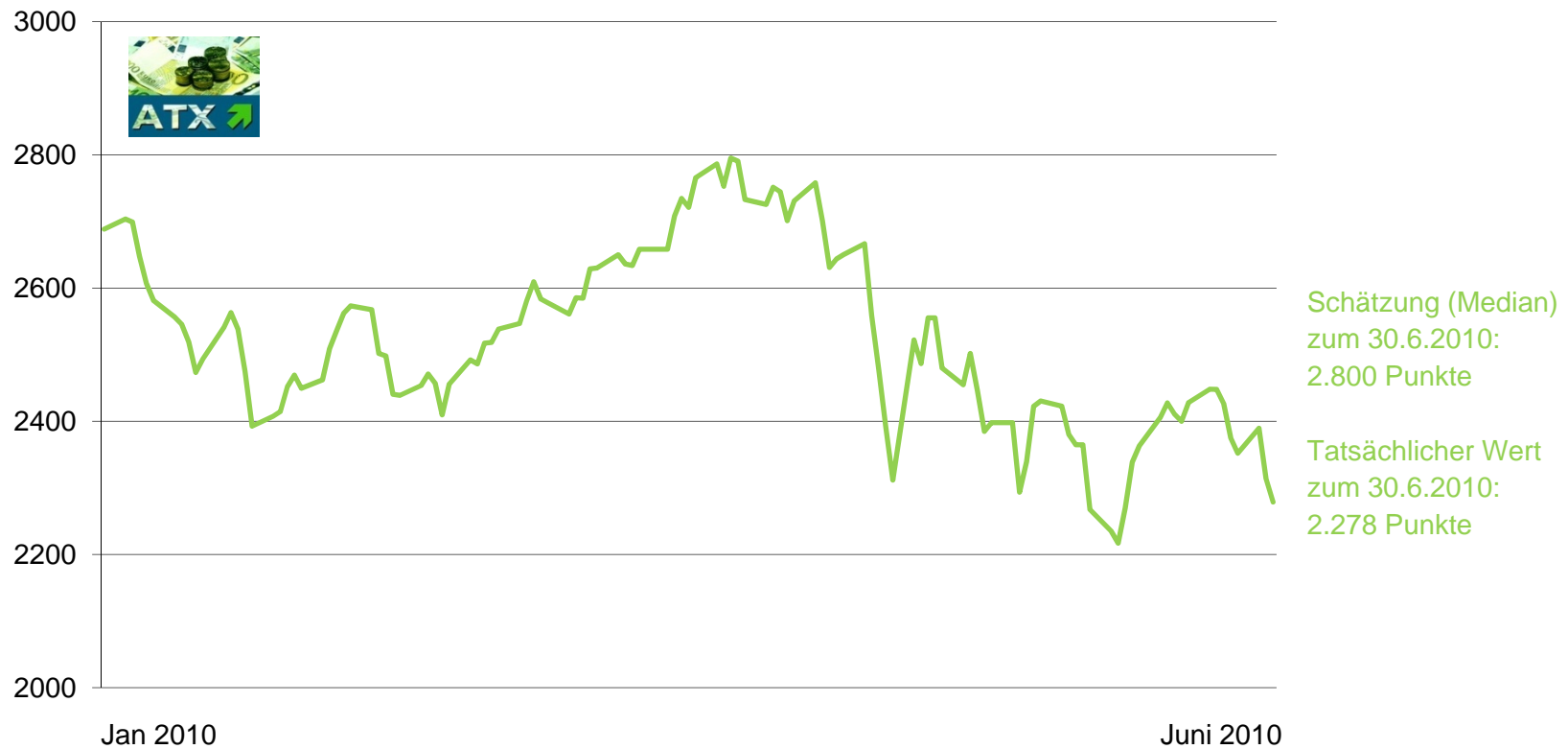


# Index-Schätzungen auf Länderebene



Der ATX wird zum Jahresende (31.12.2010) liegen bei 2.600 Punkten (Median).  
(Befragung im Januar 2010; einfache Nennung; in Punkte)

Punkte



# Index-Schätzungen auf Länderebene



Der SMI wird zum Jahresende (31.12.2010) liegen bei 6.500 Punkten (Median).  
(Befragung im Januar 2010; einfache Nennung; in Punkte)

Punkte



Schätzung (Median)  
zum 30.6.2010:  
6.916 Punkte

Tatsächlicher Wert  
zum 30.6.2010:  
6.128 Punkte

# Agenda



- Unternehmenslage in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien
- IR-Umfeld: Mitarbeiter, Analysten und Investorentermine
- Schätzungen zu den Indizes DAX, ATX und SMI
- Sonderthema „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“

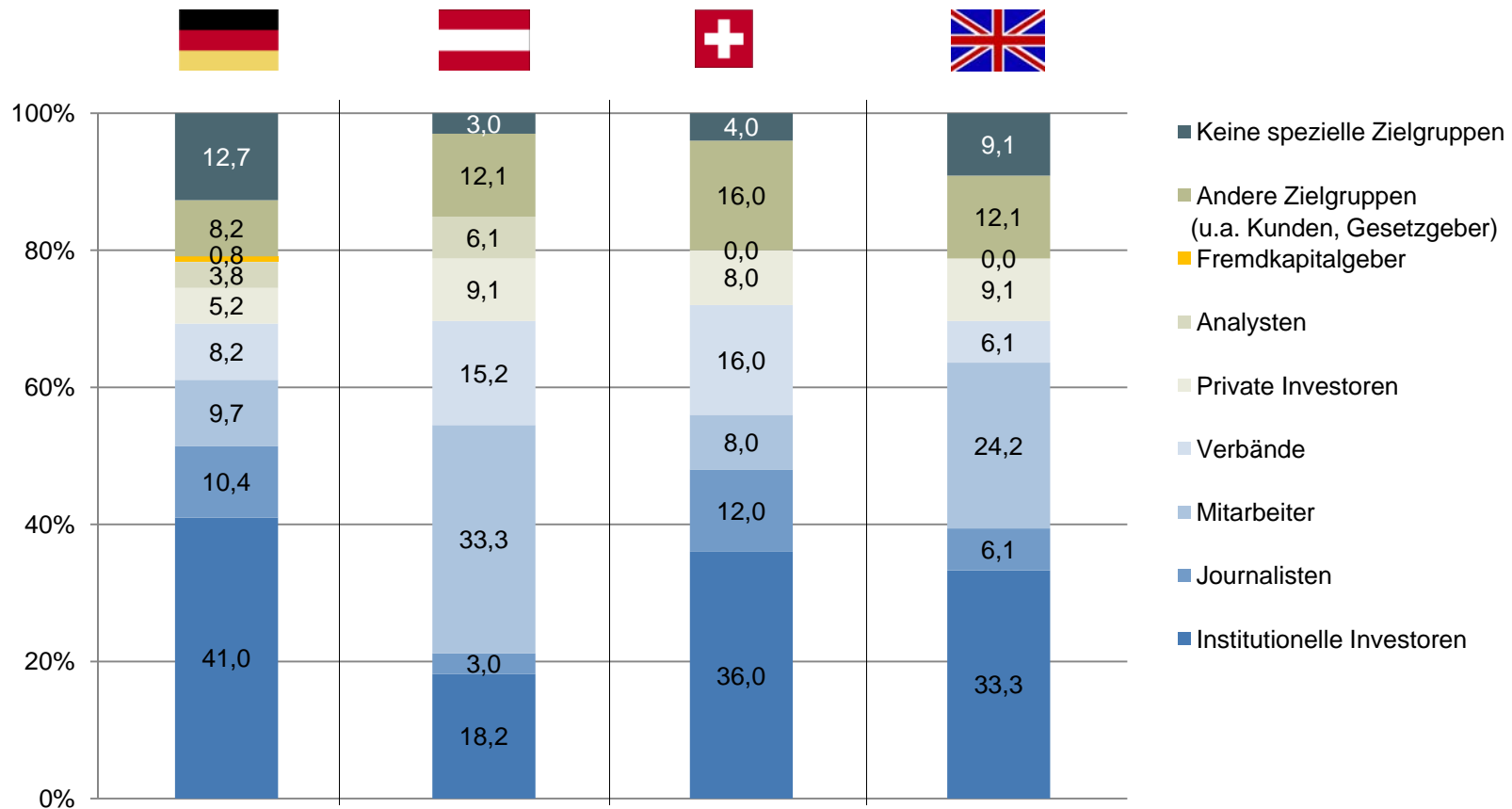
## „Nachhaltigkeit als IR-relevanter Bestandteil der Unternehmenskultur“



# Institutionelle Investoren wichtigste Zielgruppe



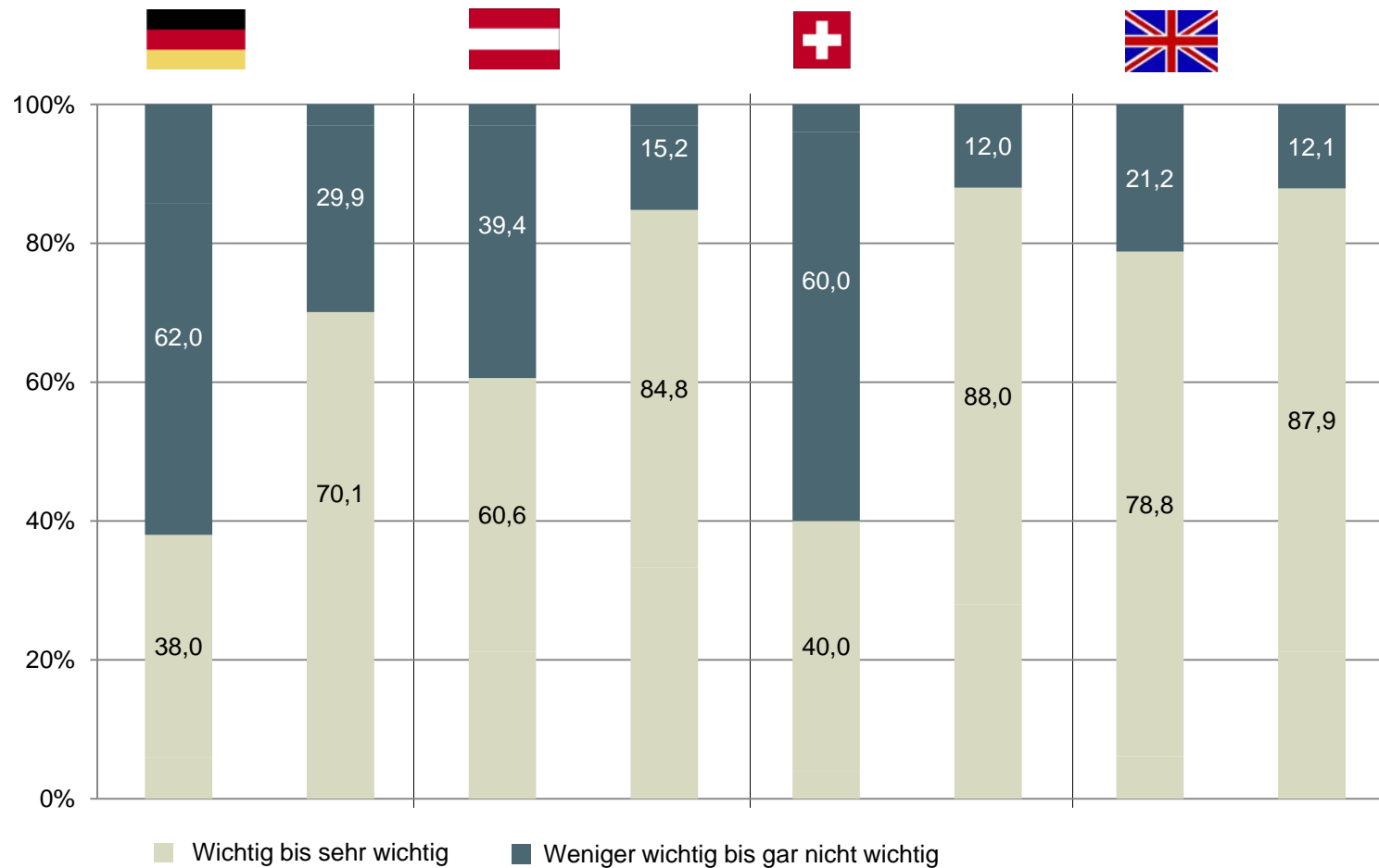
Für welche Zielgruppe spielt das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen die größte Rolle?



# Nachhaltigkeit gewinnt zukünftig an Bedeutung



Wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit für ihre IR-Arbeit? Heute (Balken links) und Zukünftig (Balken rechts)

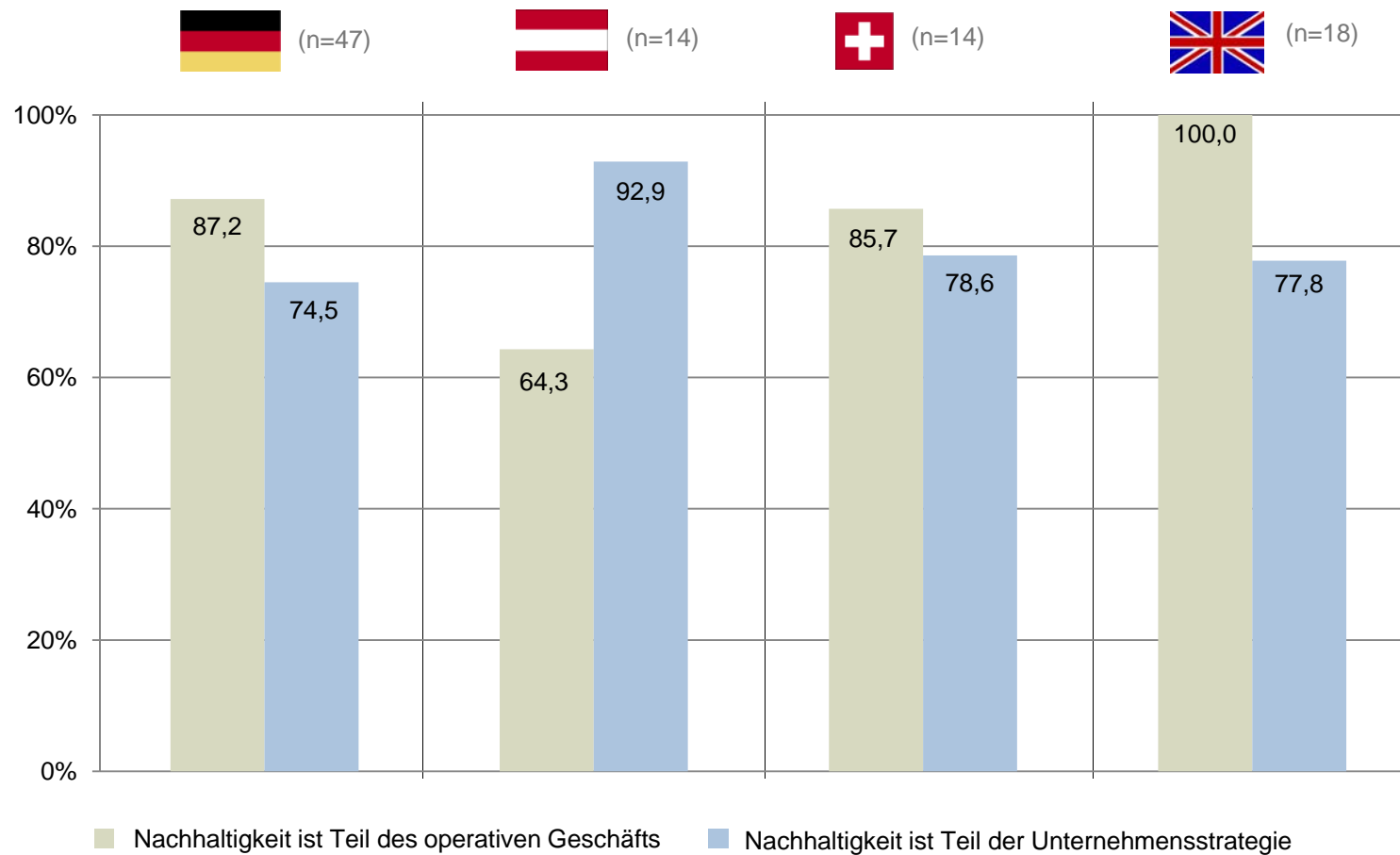




# Nachhaltigkeit ist strategisch und operativ verankert



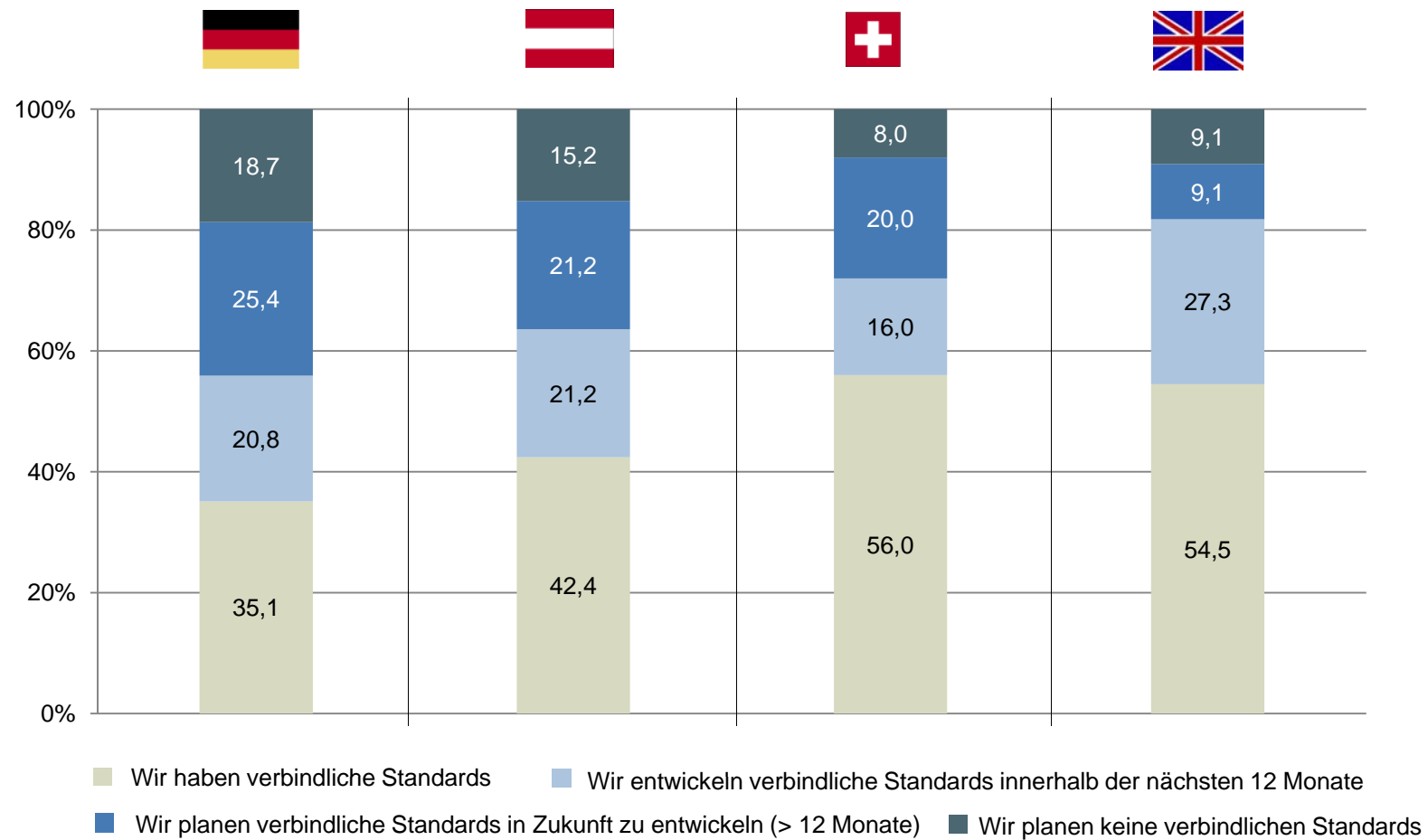
In welcher Form ist Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen verankert? (Mehrfachnennungen möglich)



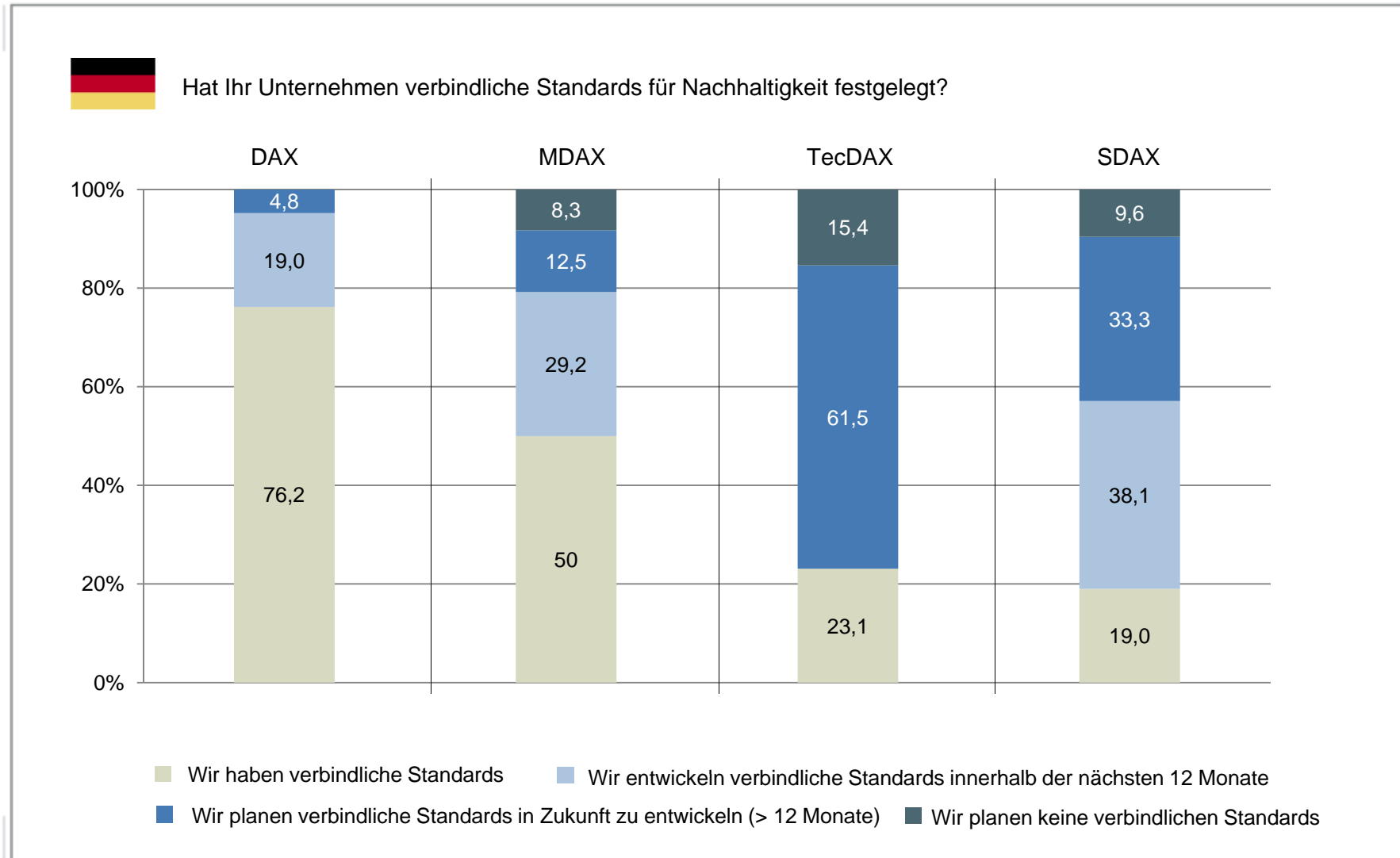
# Standards für Nachhaltigkeit sind gelebte Praxis



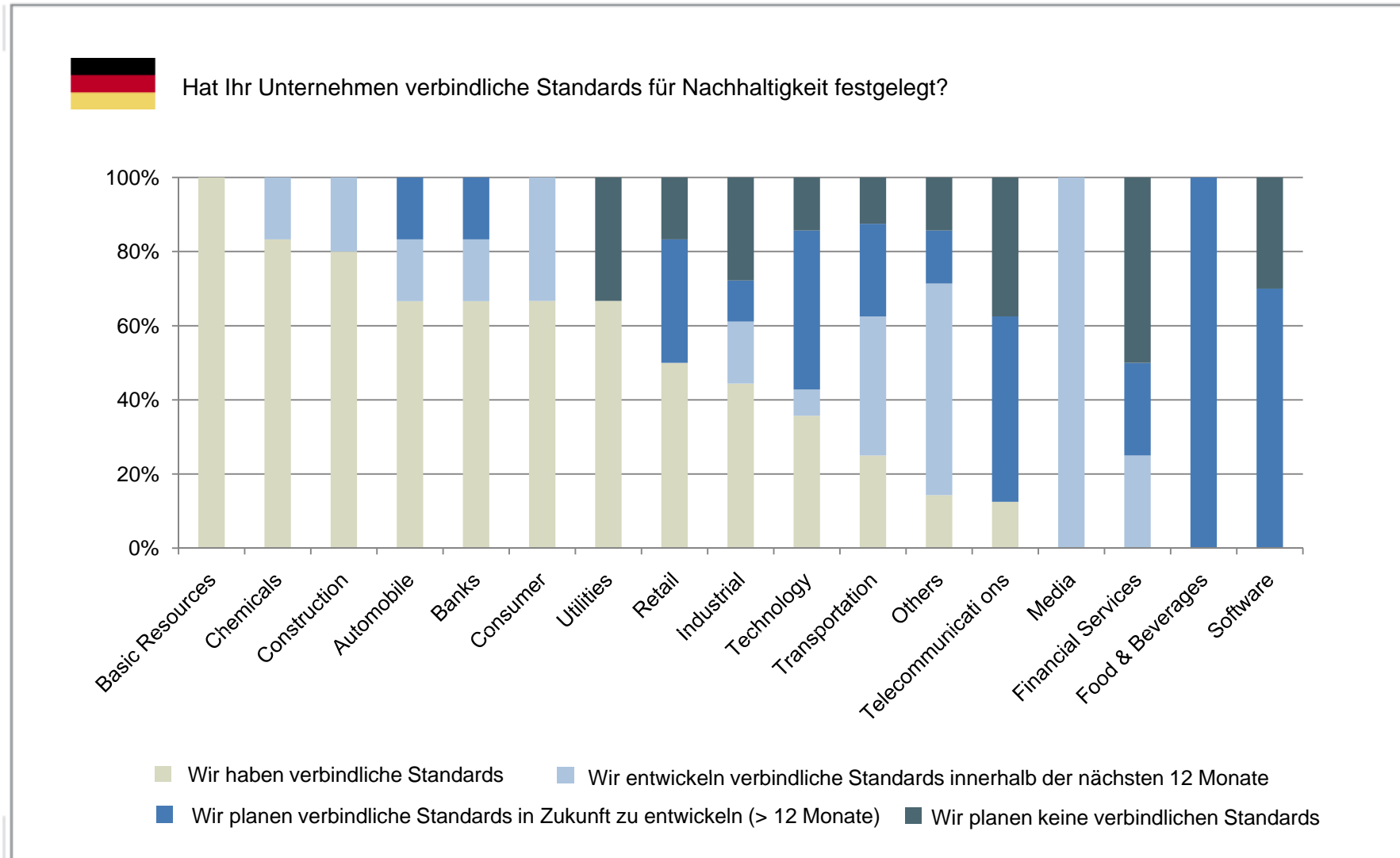
Hat Ihr Unternehmen verbindliche Standards für Nachhaltigkeit festgelegt?



# Einsatz von Nachhaltigkeitsstandards steigt mit der Zugehörigkeit zum Index



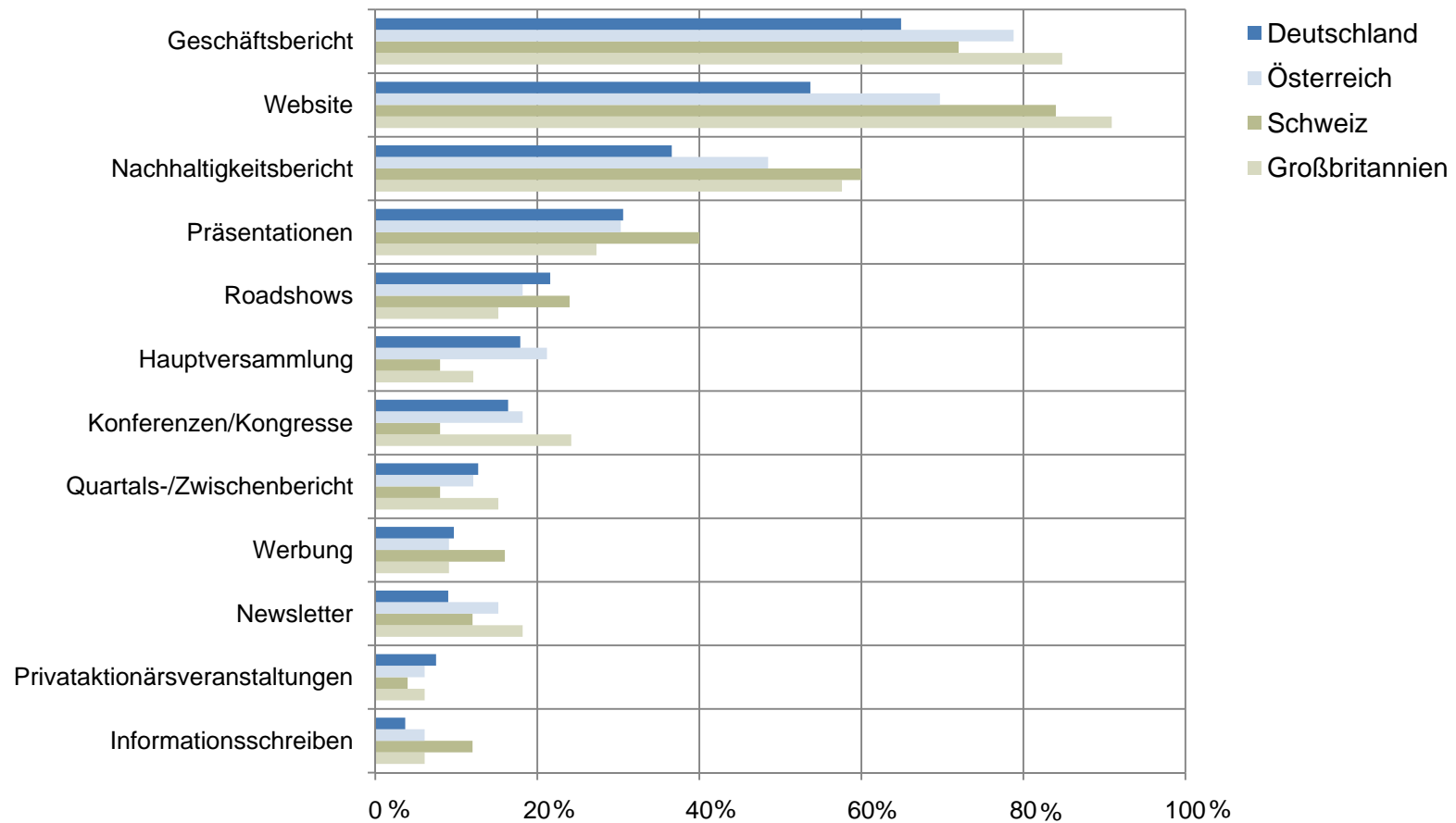
# Automobilbranche, Banken, chemische Industrie: Vorreiterrolle bei Nachhaltigkeitsstandards



# Nachhaltigkeitsbericht ist wesentlicher Bestandteil der Kommunikation



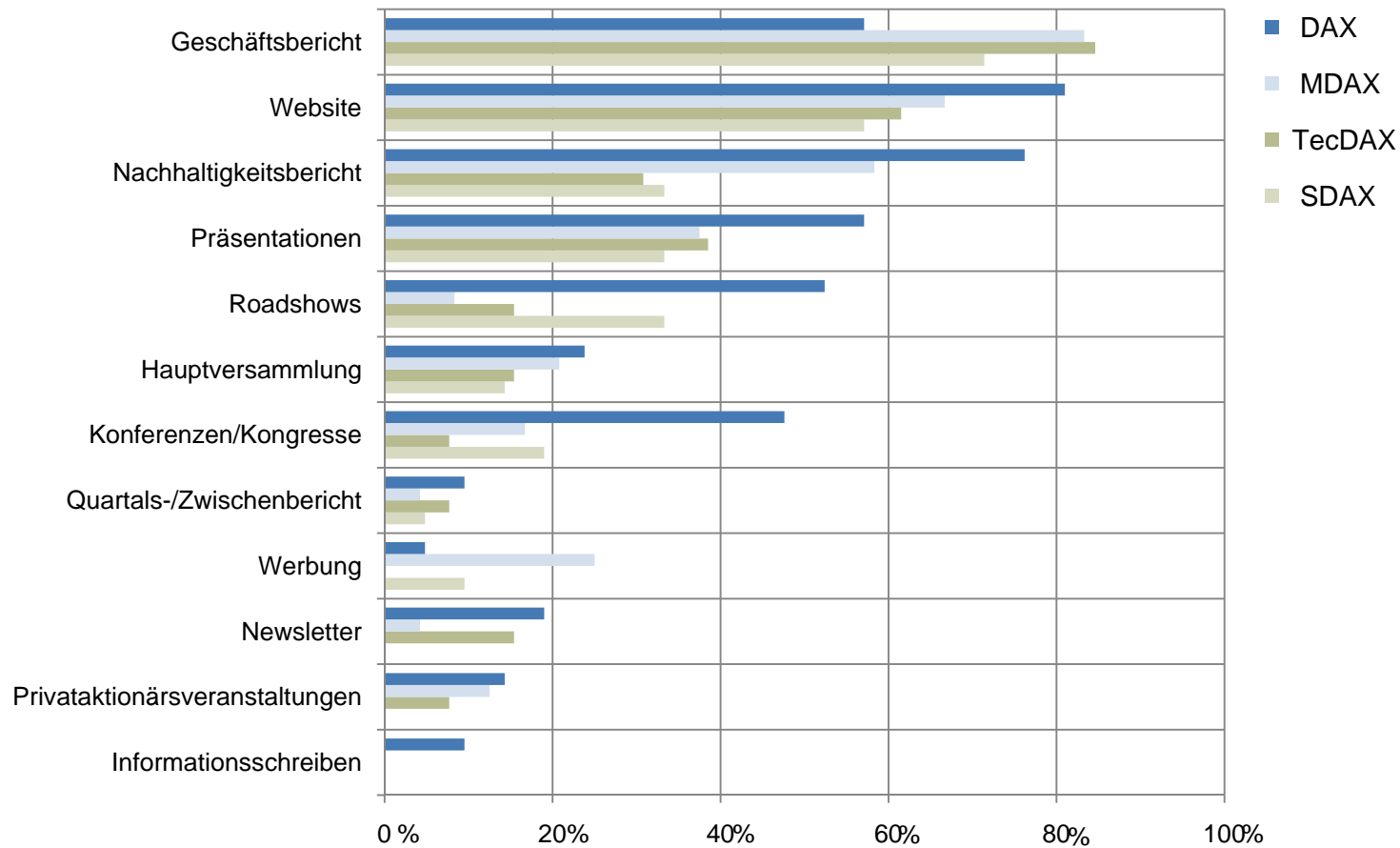
Wo informieren Sie über das Thema Nachhaltigkeit Ihres Unternehmens? (Mehrfachnennungen möglich)



# Blue Chips nutzen verschiedene Kanäle gleichzeitig und intensiver, Small/Mid Caps den Geschäftsbericht



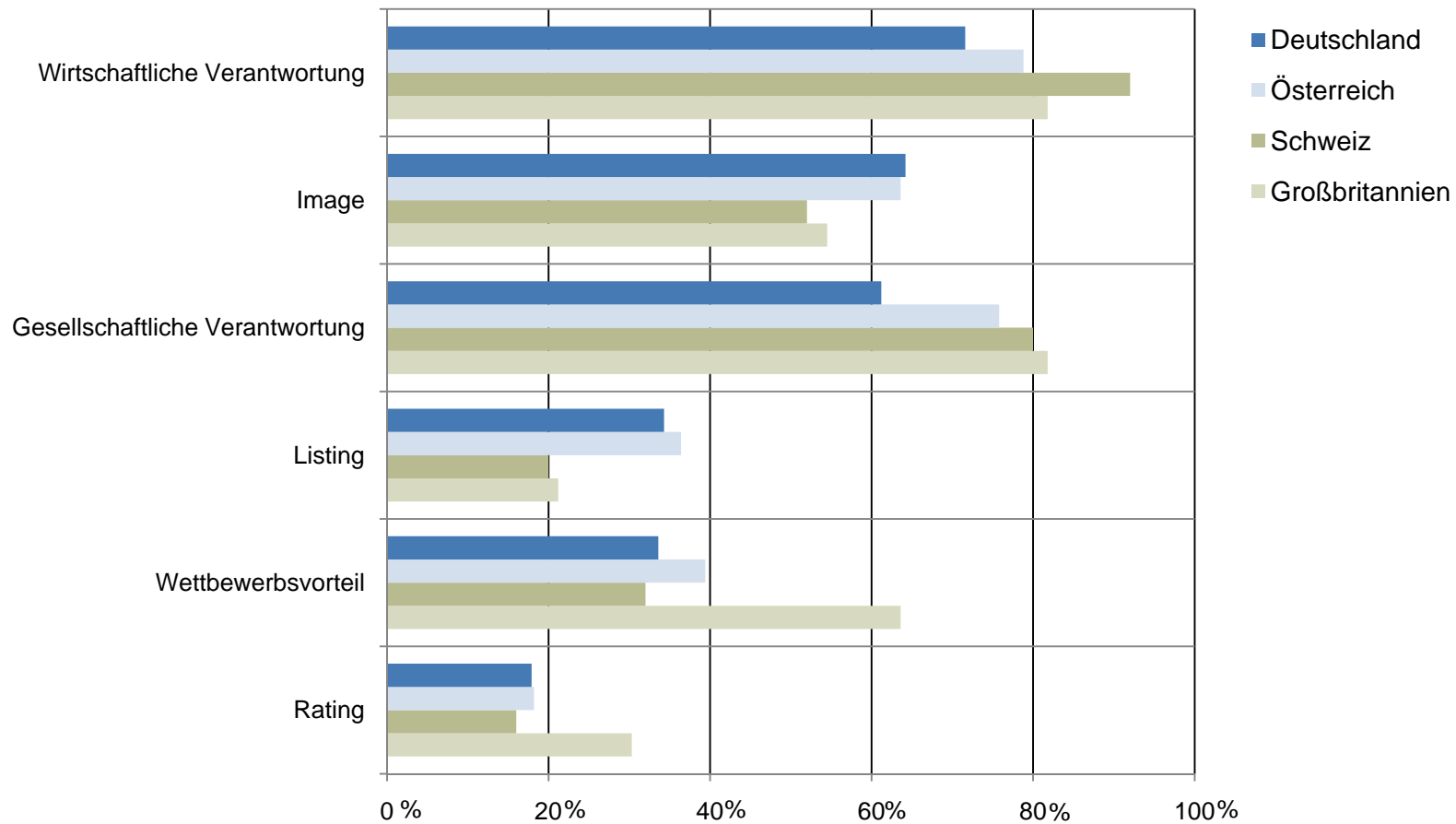
Wo informieren Sie über das Thema Nachhaltigkeit Ihres Unternehmens? (Mehrfachnennungen möglich)



# Verantwortung und Imagegewinn sind Hauptgründe für nachhaltiges Handeln



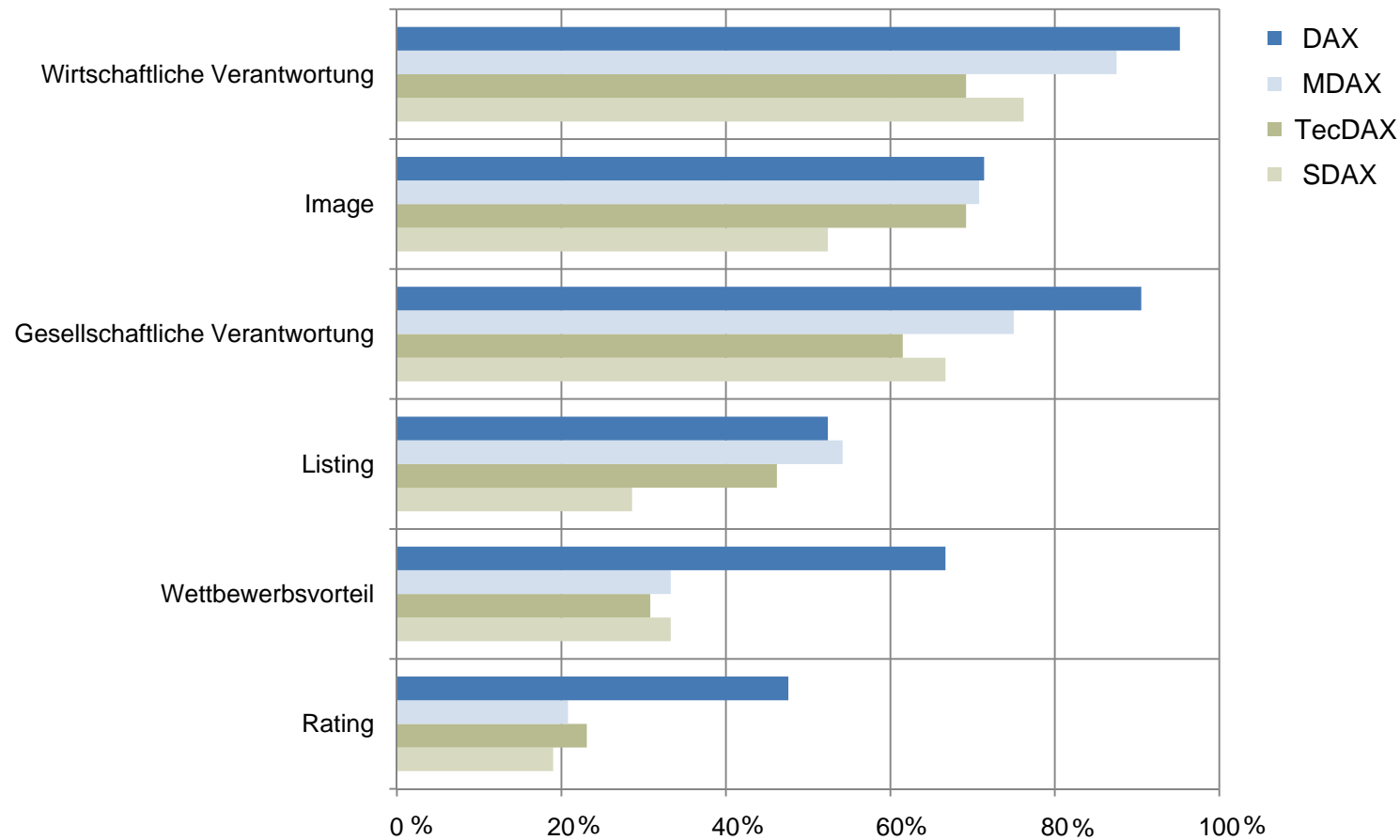
Gründe, warum Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen (Mehrfachnennungen möglich)



# DAX-Unternehmen beeinflusst die Bedeutsamkeit von Nachhaltigkeit am stärksten



Gründe, warum Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigen (Mehrfachnennungen möglich)

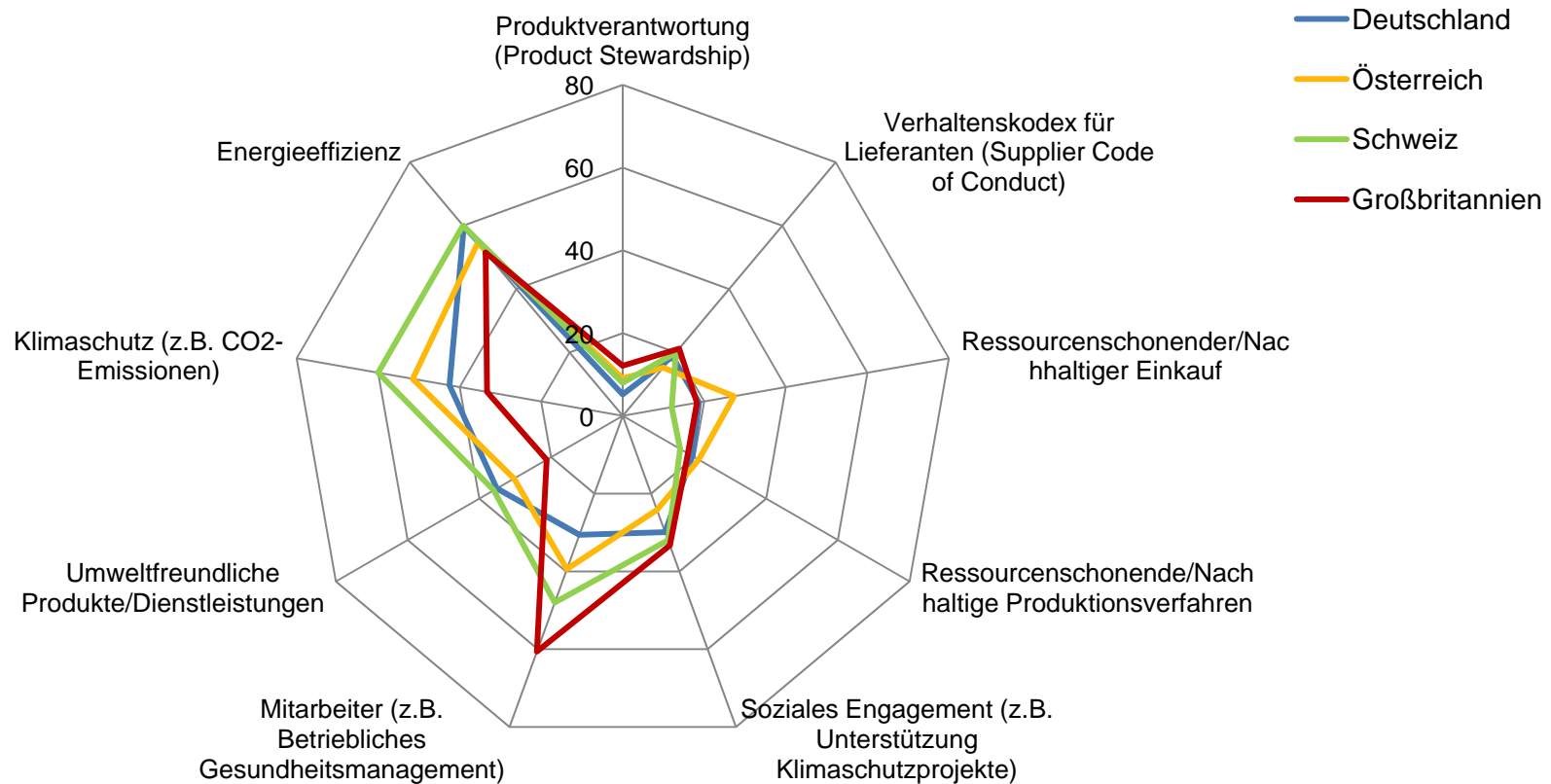




# Energieeffizienz als nachhaltig treibende Kraft



Nachhaltige Themenbereiche, die für Ihr Unternehmen relevant sind (3 Nennungen möglich; in %)



## Fazit

- Für die Mehrheit der börsennotierten Gesellschaften in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien hat sich die wirtschaftliche Lage seit Beginn des Jahres verbessert.
- Neun von zehn Unternehmen in allen Ländern glauben, dass sich die wirtschaftliche Lage auch in den nächsten sechs Monaten verbessern wird oder gleich bleibt.
- Deutschland: 36 Prozent rechnen in den kommenden sechs Monaten mit einer steigenden Anzahl an Roadshows, One-on-Ones und Konferenzen. 97 Prozent aller Unternehmen rechnen damit, dass die Analysten-Coverage steigt oder stabil bleibt.
- Institutionelle Investoren sind länderübergreifend die wichtigste Zielgruppe für Nachhaltigkeit. Österreich: Mitarbeiter sind die wichtigsten Adressaten für nachhaltiges Handeln.
- TOP3-Kommunikationsmittel, um über Nachhaltigkeit zu berichten: Geschäftsbericht, Website, Nachhaltigkeitsbericht
- TOP3-Hauptgründe, um über Nachhaltigkeit zu berichten: Wirtschaftliche Verantwortung, Image, Gesellschaftliche Verantwortung
- TOP-Themen in der Kommunikation zu Nachhaltigkeit: Energieeffizienz und Klimaschutz
- Für die Mehrheit der IR-Manager aller Länder wird Nachhaltigkeit in Zukunft an Bedeutung gewinnen.

## Ansprechpartner der Studie



Bernhard Wolf  
Global Head of Corporate  
Communications der GfK SE

Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-2012  
Fax +49 911 395-4075  
bernhard.wolf@gfk.com  
www.gfk.com

Kay Bommer  
Geschäftsführer des DIRK e.V.

Baumwall 7 (Überseehaus)  
20459 Hamburg

Tel. +49 40 4136-3960  
Fax +49 40 4136-3969  
info@dirk.org  
www.dirk.org