Deutscher
Investor Relations
Verband e.V.

Berufsbild Investor Relations
State of the Art und Perspektiven

Prof. Dr. Alexander Bassen, Universität Hamburg
Dr. Kristin Köhler, Center for Corporate Reporting
Prof. Dr. Olaf Streuer, Fachhochschule Westküste

DIRK-Mitgliederversammlung
Bad Homburg
06. Februar 2015

Berufsbild Investor Relations
Aktueller Forschungsstand

Prof. Dr. Olaf Streuer
Fachhochschule

Bisherige und aktuelle Forschungsprojekte im Überblick

Titel	IRO der Zukunft – Zukunft des IRO	Karrierepfade von IROs	IR in Deutschland: Institutionalisierung, Professionalisierung, Perspektiven
Initiatoren / Autoren	Dr. Olaf Streuer	Prof. Dr. Betina Hollstein Prof. Dr. Alexander Bassen Martina Maas	Dr. Kristin Köhler
Zielsetzung / Themenfokus	• Status Quo und Zukunfts-perspektiven des IR-Berufs (insbes. Aufgaben, Kompetenzen, Erfahrungen und organisatorische Einbindung von IROs)	• Analyse der Karrierewege von IROs • Rahmenbedingungen erfolgreicher IR-Karrieren	• Institutionalisierung von IR als Managementpraktik kapitalmarktorientierter Unternehmen und Berufsfeld in Deutschland • Entwicklungsphasen und Typisierung der Institutionalisierung von IR
Methoden	• Online-Befragung (98 IROs) • Experteninterviews (7 Vorstände)	• Online-Befragung (167 aktive und 27 ehemalige IROs) • Experteninterviews (35 aktive und ehemalige IROs)	• Theoretische Konzeptentwicklung • Experteninterviews (80 IROs und Kapitalmarktakteure, aktive und ehemalige)
Untersuchungs-zeitraum	2008	2012 – 2013	2013 – 2014

Wesentliche Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt „IRO der Zukunft – Zukunft des IRO“ (2008)

- IR ist ein Beruf mit Langfrist-Perspektive; IROs sind in ihrem Job stark verhaftet.
- Heute sind die IROs noch stark in operativen Aufgaben eingebunden, für die Zukunft wird eine stärkere Einbindung in strategische Kommunikationsthemen gewünscht.
- Der IRO ist in seinem Anforderungs- bzw. Berufsprofil Generalist / Allrounder / „kleiner Vorstand“.
- Der IRO will deshalb noch viel stärker in das strategische Management des Unternehmens eingebunden werden.
- Vorstände haben ein weitgehend damit übereinstimmendes Bild vom IRO, allerdings ist im Hinblick auf die Integration in strategische Themen noch viel „Erziehungsarbeit“ erforderlich.

KARRIEREPFADE VON IROS

Prof. Dr. Alexander Bassen
Universität Hamburg

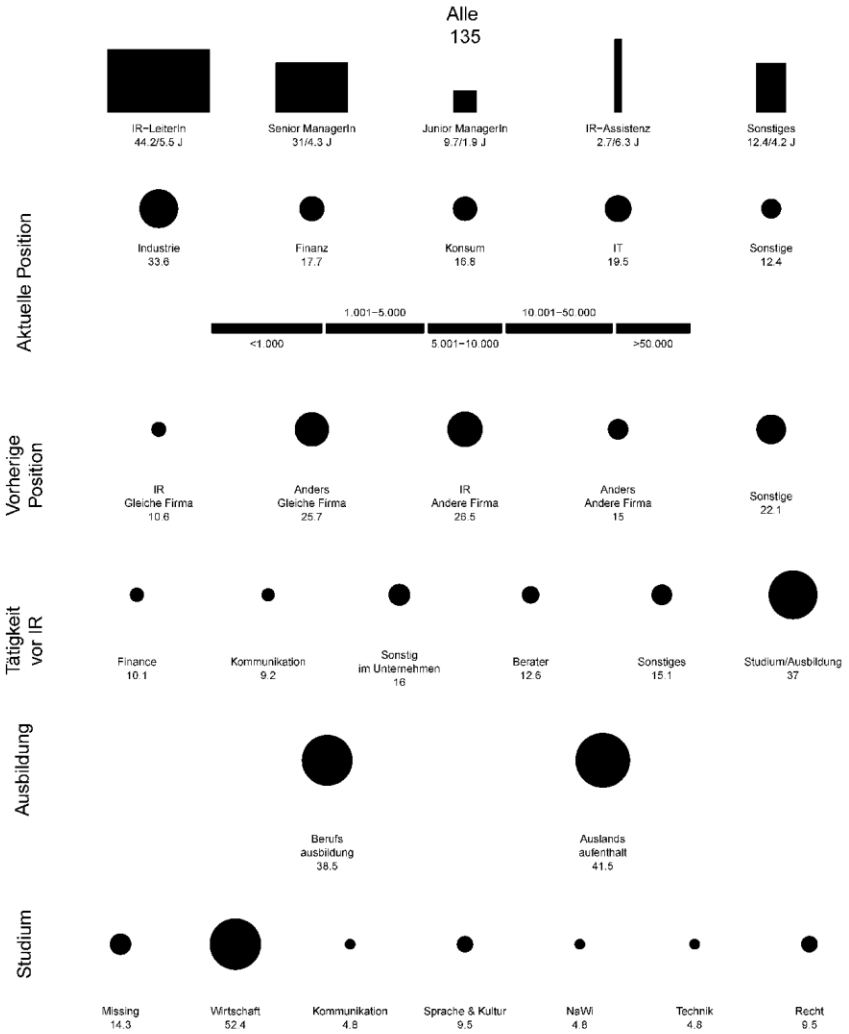
ECKPUNKTE

- Einstieg erfolgt typischerweise über ein wirtschaftswissenschaftliches Studium mit anschließender 5-6 jähriger Berufserfahrung außerhalb von IR. Für Junior-Manager ist auch ein Direkteinstieg nach dem Studium verbreitet.
- Einstieg in IR ist stark durch Netzwerke geprägt: Persönliche Kontakte sind das wichtigste Kriterium, um auf eine IR-Stelle aufmerksam zu werden.
- Eigene Stärken der IR-Manager werden vor allem in Organisationsfähigkeit, Eigeninitiative und Kommuni-kations-fähigkeit gesehen. Beliebt sind die Vorstands- und Kapitalmarktnähe, weniger beliebt sind die Berichterstellung sowie die juristischen Themenkomplexe.
- Als Erfolgsfaktor der IR-Arbeit gilt die Vernetzung im Unternehmen, um als Generalist Zugang zu Spezialisteninformationen zu erhalten. Weiter werden die Anbin-dung an den Vorstand und heterogene Teams als Erfolgsfaktoren klassifiziert. Als wesentlich wird das Vertrauen bewertet.

ECKPUNKTE

- Entwicklungsmöglichkeiten: In kleineren Unternehmen gibt es eine große Aufgabenbreite mit weniger Auf-stiegsmöglichkeiten, während in großen Unternehmen IR durch eine stärkere Speziali-sierung und verschiedene Aufstiegsmöglichkeiten im Unternehmen (z.B. in den Bereich Accounting) charakterisiert wird.
- Der eigene Berufsweg wird überwiegend als aufwärtsgerichtet eingeschätzt, wobei Frauen ihre Entwicklung überraschenderweise positiver bewerten als die Männer, obwohl sie seltener aufgestiegen sind.
- Dreiviertel der Befragten sind in IR eher zufrieden oder sehr zufrieden. Trotzdem zeichnet sich eine Wechselbereitschaft ab, denn knapp über 40% sehen sich in Zukunft in einer anderen Position innerhalb von IR.

KARRIEREPFADE



Center for Corporate Reporting

CCR

UNIVERSITÄT LEIPZIG

Investor Relations in Deutschland

Institutionalisierung – Professionalisierung – Perspektiven

Dr. Kristin Köhler, Geschäftsführerin
Center for Corporate Reporting (CCR)

6. Februar 2015,
DIRK Mitgliederversammlung, Bad Homburg

Investor Relations in der Financial Community

Kapitalmarkt-
interessenvereinigungen

Börse

Buy-/Sell-Side

Gesetzgeber

Wissenschaft

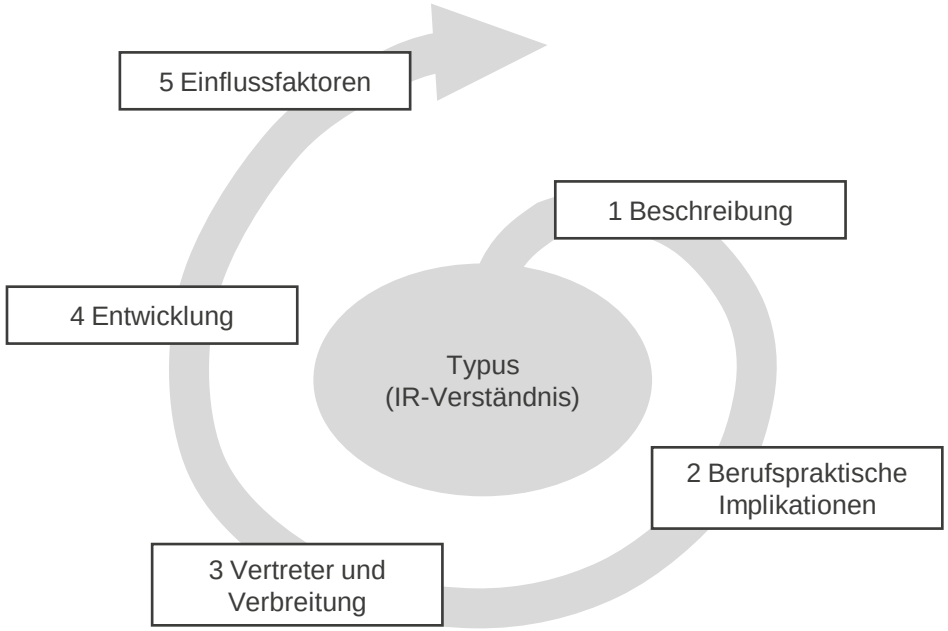
IR-Berufsverbände/-vereinigungen

Berater

Ratingagenturen

Finanzmedien

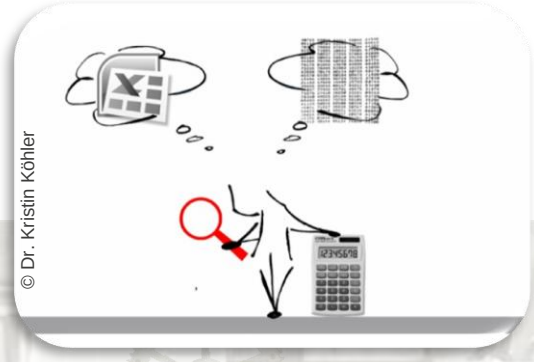
Typologie der Investor Relations in Deutschland



Pflichtkommunikation

Kommunikationsfunktion

Integrierte Funktion



Finanzfunktion

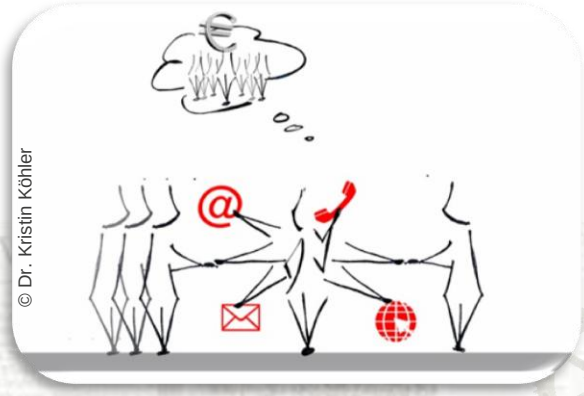
Marketingfunktion

Investor Relations als **Pflichtkommunikation**

- *„Ich musste erst mal erläutern, dass es nicht unsere wesentliche Aufgabe ist, kursrelevante Informationen zu geben. Dafür gäbe es gesetzliche Regeln. Sondern dass es darum geht, Strategien darzulegen, Anlaufstelle zu sein für Detailinformationen und und und.“ (ehemaliger IR-Leiter DAX)*
- *„Wir erwarten eine aktive IR-Arbeit, d.h. nicht nur Quartalsbericht, Geschäftsbericht, was gesetzlich vorgeschrieben ist, sondern darüber hinaus.“ (Vertreter Kapitalmarktinteressenverband)*
- *„Das ist ehrlich gesagt ein Hygienefaktor. […] das würde ich nicht als wirklich gestalterische Anforderung ansehen.“ (IR-Leiter DAX)*

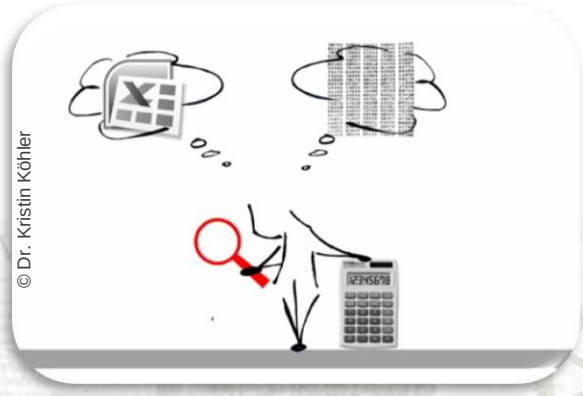
Investor Relations als Kommunikationsfunktion

- *„Investor Relations sind ein Unterpunkt von Kommunikation. Ich sehe es hier als idealtypisch aufgehängt. Es gibt andere Leute, die sagen, IR gehöre eher in den Strategiebereich oder stärker ins Accounting. Ich finde für die Außenwirkung ist es aber sehr, sehr wichtig und gut, wenn eine One-Voice-Policy stattfindet. Und das kann man und sollte man zentral steuern.“ (IR-Leiter DAX)*
- *„Man erwartet einen aktiven Gesprächspartner, der die Faszination des Unternehmens auch rüberbringt. Das reine Zahlendenken, […] das war früher […]. Man muss heute mehr erzählen als nur eine GuV und Cash-Flow-Rechnung auf den Tisch zu legen.“ (IR-Leiter SDAX)*
- *„Wir arbeiten am liebsten nicht mit denen zusammen. […] Brutalste Rivalität zwischen Unternehmens-kommunikation und IR.“ (IR-Leiter DAX)*



Investor Relations als **Finanzfunktion**

- *„Die fachlichen Voraussetzungen sind gar nicht so unterschiedlich. Der Analyst muss die Unternehmensbewertung machen und IR muss in der Lage sein Unternehmenshintergründe etc. aufzuzeigen.“ (Sell-Side)*
- *„Wir sind keine Kommunikatoren, wir sind Finanzexperten.“ (IR-Leiter DAX)*
- *„IR als Deputy-CFO“ (IR-Leiter DAX)*
- *„Es gibt Unternehmen, da ist IR bei der Kommunikation aufgehängt. Das spricht dann eine eindeutige Sprache, welchen Stellenwert das Unternehmen IR gibt. […] So ein bisschen PR machen ‘Dufte Aktie, Alter. Willst du die nicht kaufen?’ wird so nicht funktionieren.“ (Buy-/Sell-Side)*
- *„[IR] sind kein Derivat einer Kommunikationsdisziplin […]. Mir taucht immer noch zu häufig das Wort Kapitalmarkt-kommunikation auf […] oder IR ist Sprachrohr des Unternehmens, was ich despektierlich finde.“ (IR-Leiter DAX)*



Investor Relations als Marketingfunktion

- *„Wir waren per Telefon, per Fax, per Fernsehen anwesend. […] in der Spitze 100 Leute, die in IR gearbeitet haben auf der Privatanlegerseite.“ (IR-Leiter DAX)*
- *„Für uns bringt es […] nichts, direkt mit IR zu sprechen, […] nur gefilterte Informationen […] die eine Marketingaufgabe haben.“ (Vertreter Buy-Side)*
- *„IR sind von der Herangehensweise gar nicht kompliziert. Man muss nur kundenorientiert sein. So wie Ihnen der Kellner im Restaurant den Stuhl zurechtrücken kann, Ihnen die Serviette auffaltet. Er kann auch von Weitem sagen ‚Setzen Sie sich mal dahinten hin und die Serviette liegt da‘. Bei beidem kommen Sie zum Essen. Nur bei dem einen haben sie ein besseres Gefühl als beim anderen.“ (IR-Leiter DAX)*

© Dr. Kristin Köhler

Investor Relations als **Integrierte Funktion**

- *„Meine Mitarbeiter sind die Sprecher. Die Rolle der IR-Leitung ist genau das Gegenteil. Sie ist das Sprachrohr vom Kapitalmarkt in Richtung Management. […] Die Ausarbeitung der Strategie, das Sprachrohr nach innen, das Challengen der Geschäfte intern – das ist das, was meine Arbeit ausmacht.“ (IR-Leiter DAX)*
- *„Also die grundsätzliche Frage ist ‚Welche Rolle sollen [IR] einnehmen?‘ Und meiner Meinung nach müssen IR einen aktiven Part haben, […] frühzeitig in die […] Entscheidungen zur Unternehmensstrategie eingebunden sein. Und dann ist das vernünftig.“ (Vertreter Buy-Side)*
- *„Das hat etwas damit zu tun, wie z.B. die Redeanteile sind, wenn wir mit dem Vorstand auf Roadshow gehen. Äußert sich nur der Vorstand und der IRO ist ganz ruhig oder ist das selbst bei Vorstandsanwesenheit ein ausgeglichener Dialog.“ (IR-Leiter DAX)*

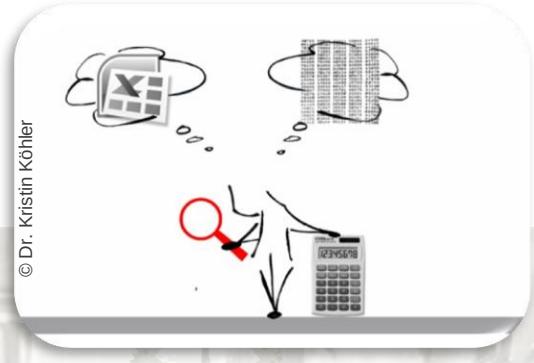
Typenübergreifende Ausprägungen

- **Grad der Regulierung/Formalität**
- **Grad der Strategisierung**
- **Grad der Eigenständigkeit**
- **Grad der Generalisierung und Spezialisierung**

Pflichtkommunikation

Kommunikationsfunktion

Integrierte Funktion



Finanzfunktion

Marketingfunktion

Vielen Dank!
–
Workshop

Deutscher
Investor Relations
Verband e.V.

Berufsbild Investor Relations
State of the Art und Perspektiven

Prof. Dr. Alexander Bassen, Universität Hamburg
Dr. Kristin Köhler, Center for Corporate Reporting
Prof. Dr. Olaf Streuer, Fachhochschule Westküste

DIRK-Mitgliederversammlung
Bad Homburg
06. Februar 2015