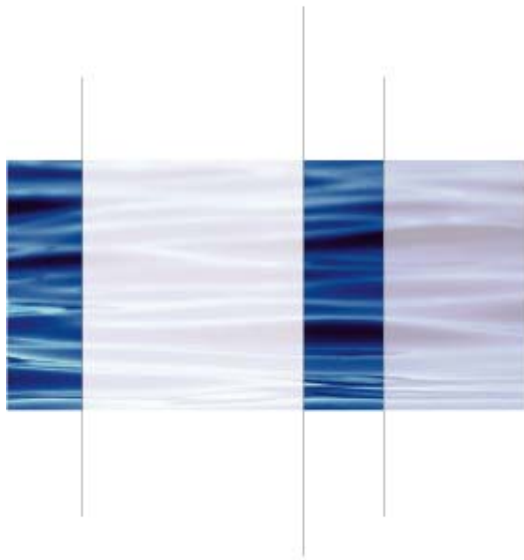


DIRK

Deutscher  
Investor Relations  
Verband e.V.



## DIRK Herbstumfrage 2007

12. Oktober 2007

Bernhard Wolf, Global Head of Corporate  
Communications, GfK AG

### Deutschland

- Halbjährliche Umfrage bei IR-Verantwortlichen (Mitglieder im DIRK)
- Internetgestützte schriftliche Befragung vom 10.09. bis 24.09.2007
- Angeschrieben wurden 250 DIRK-Mitglieder
- Rücklauf: 117 (1-2007: 138) – das sind somit 46,8% (1-2007: 52,7%)
- Auf Basis der Indexzugehörigkeit haben geantwortet:
  - 15 DAX-Unternehmen, das entspricht 50% aller DAX-Werte
  - 25 MDAX-Unternehmen, das entspricht 50% aller MDAX-Werte
  - 13 TecDAX-Unternehmen, das entspricht 43% aller TecDAX-Werte
  - 16 SDAX-Unternehmen, das entspricht 32% aller SDAX-Werte
  - 48 Unternehmen ohne Zugehörigkeit zu einem dieser Auswahlindizes in Deutschland, das entspricht einem Anteil von 8%

### Österreich

- Angeschrieben wurden 57 CIRA Mitglieder
- Rücklauf: 22 – das sind somit 38,6%

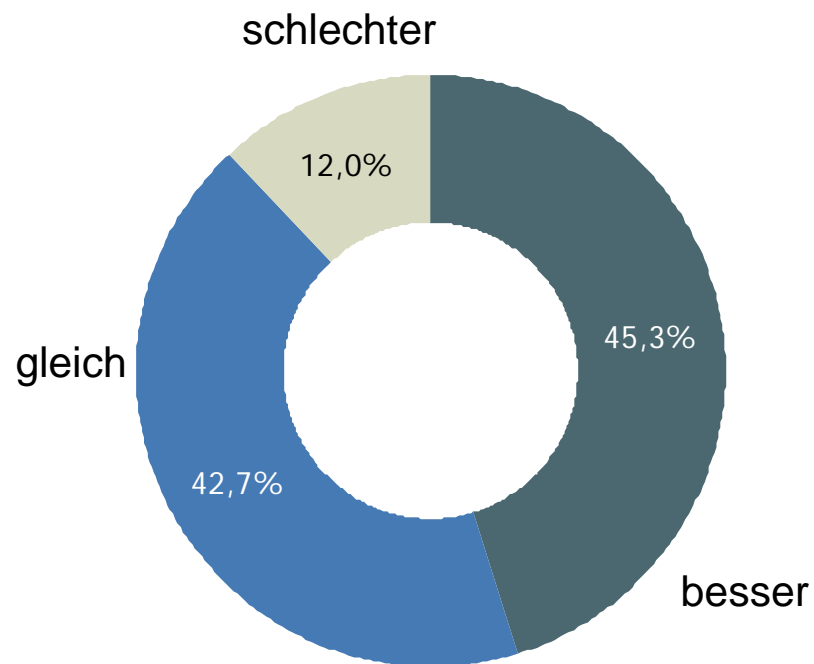
### Schweiz

- Angeschrieben wurden 67 SIRV Mitglieder
- Rücklauf 24 – das sind somit 35,8%

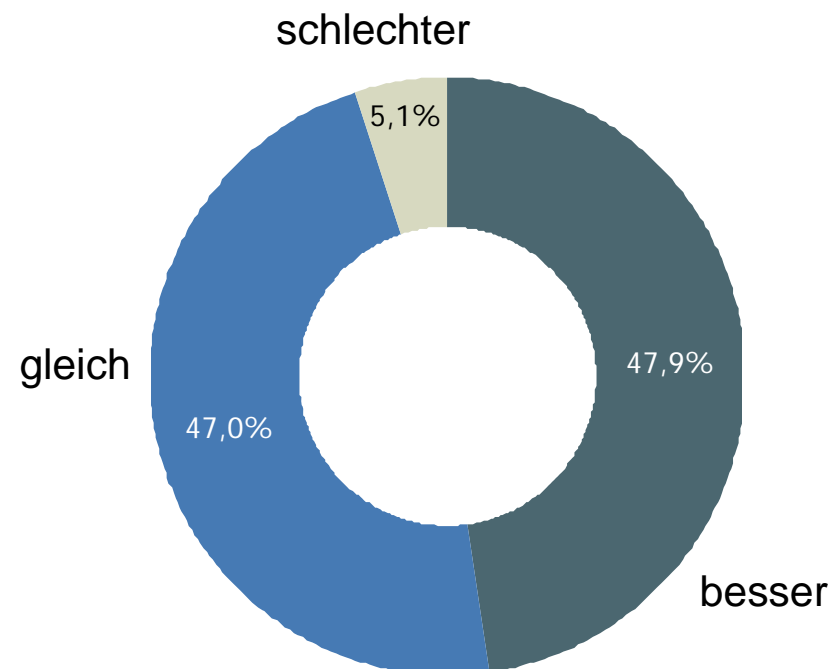
# Wie ist die Unternehmenslage (Deutschland) im Vergleich zu der...



...vor 6 Monaten?



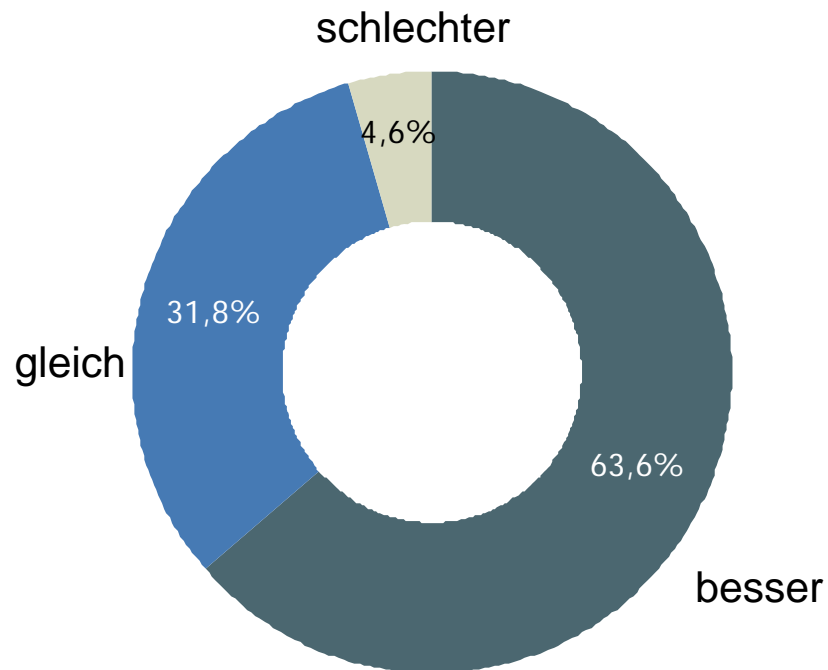
Wie wird sie in den  
nächsten 6 Monaten sein?



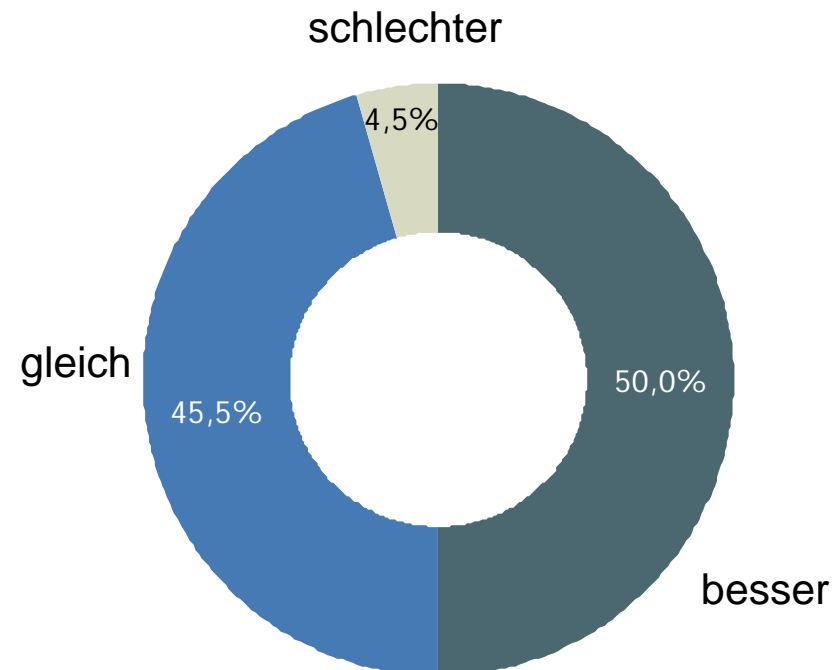
# Wie ist die Unternehmenslage (Österreich) im Vergleich zu der...



...vor 6 Monaten?



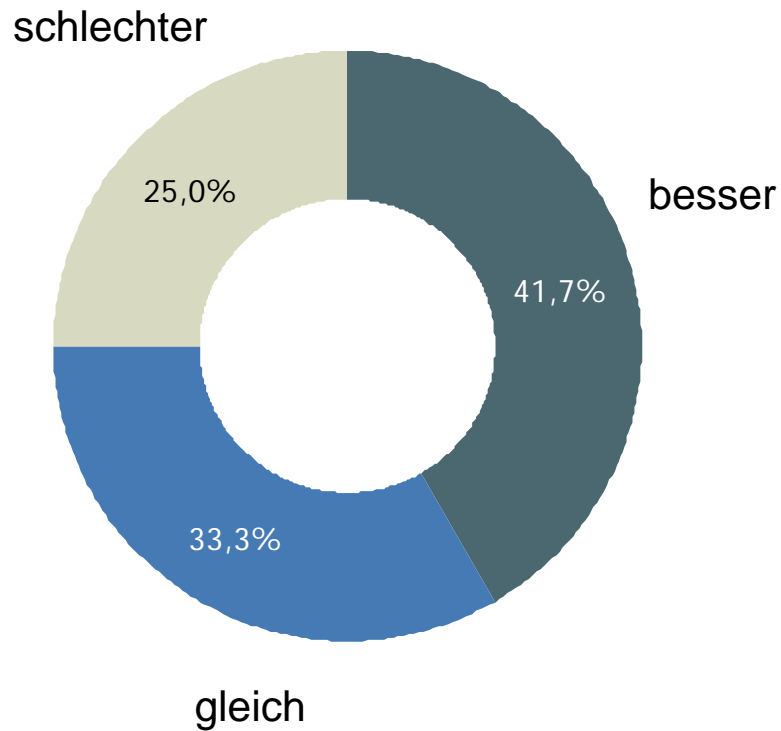
Wie wird sie in den nächsten 6 Monaten sein?



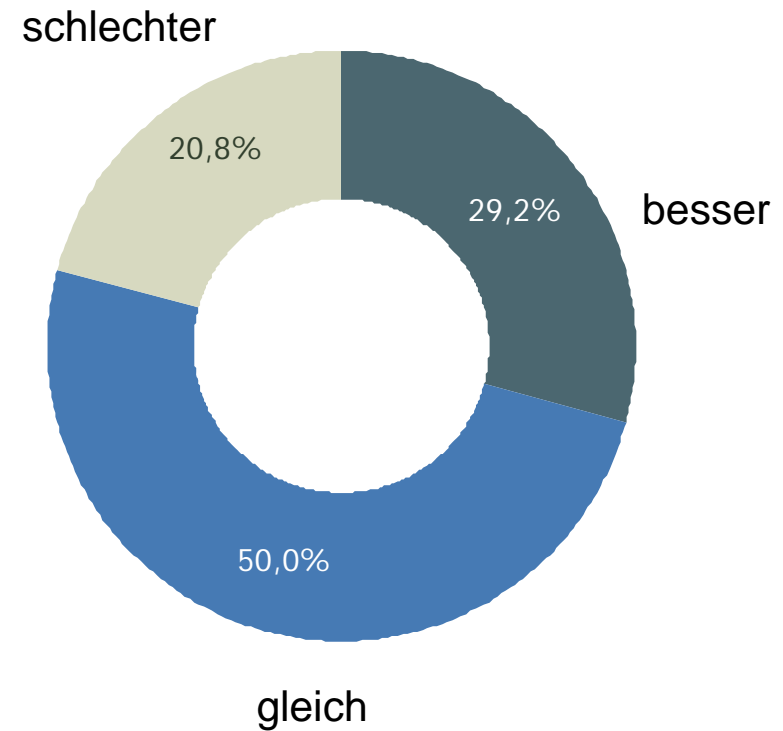
# Wie ist die Unternehmenslage (Schweiz) im Vergleich zu der...



...vor 6 Monaten?



Wie wird sie in den nächsten 6 Monaten sein?

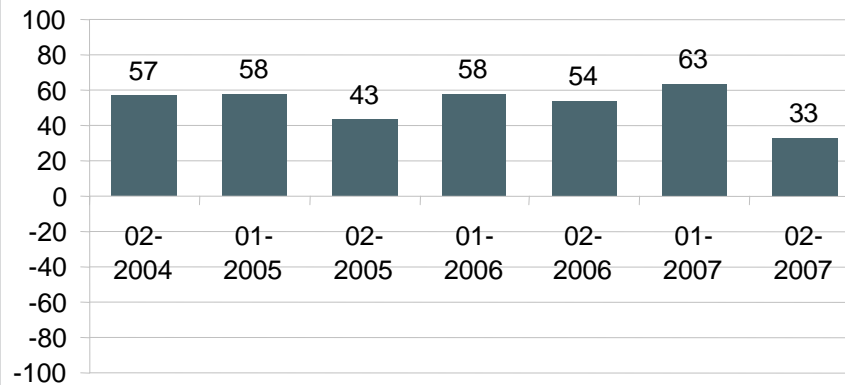


# DIRK Stimmungsindikator: Niedrigster Wert seit Herbst 2004



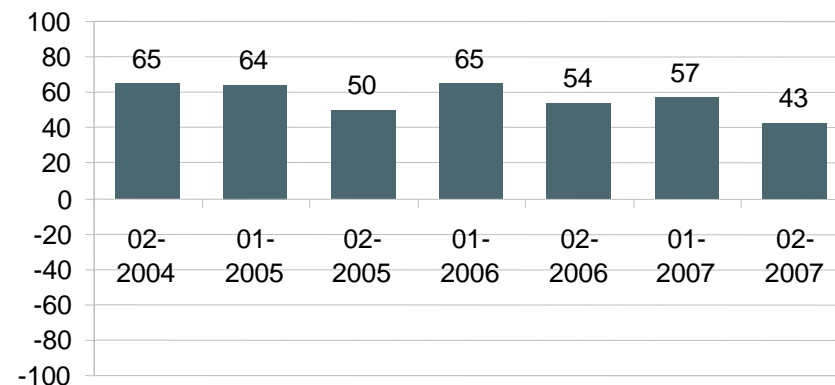
## Deutschland

### Einschätzung derzeitige Lage



Die Krise im Immobilienmarkt hat sich spürbar negativ auf die gesamte wirtschaftliche Stimmung ausgewirkt. Der Optimismus von der Frühjahrs-umfrage wurde nicht bestätigt.

### Einschätzung zukünftige Lage

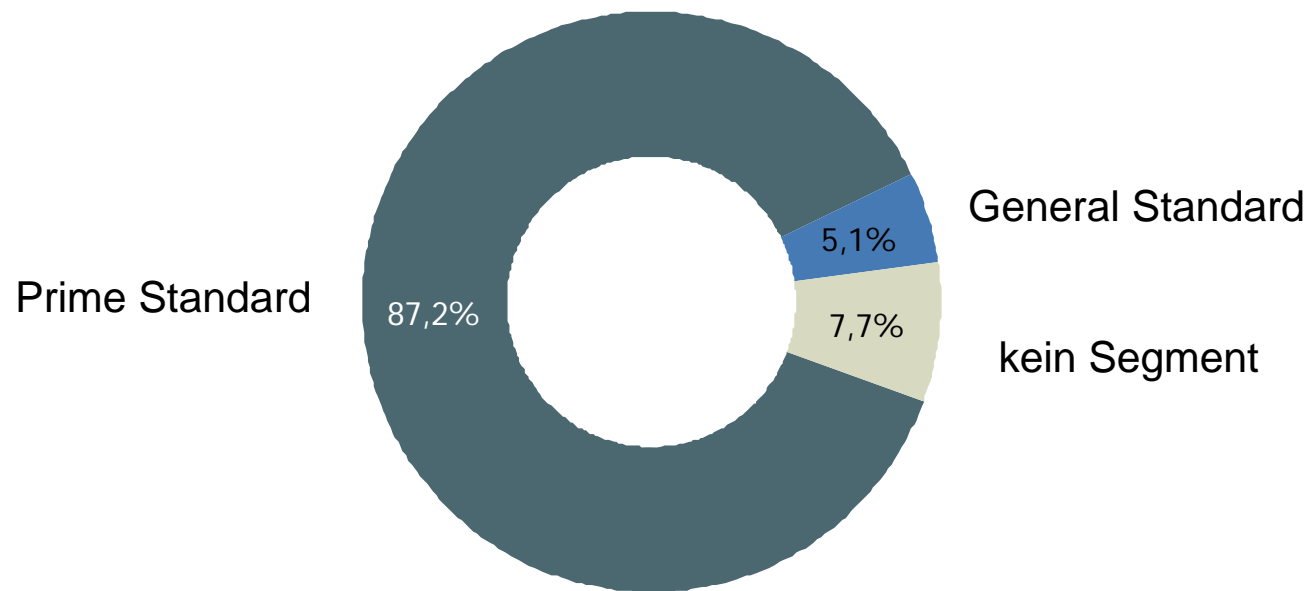


Auch die Einschätzung zur zukünftigen Entwicklung ist verhalten. Die Unternehmen sehen zwar eine Verbesserung im Vergleich zur jetzigen Lage, jedoch nur auf einem niedrigen Niveau.

# Welchem Segment gehört Ihr Unternehmen an?



## Deutschland

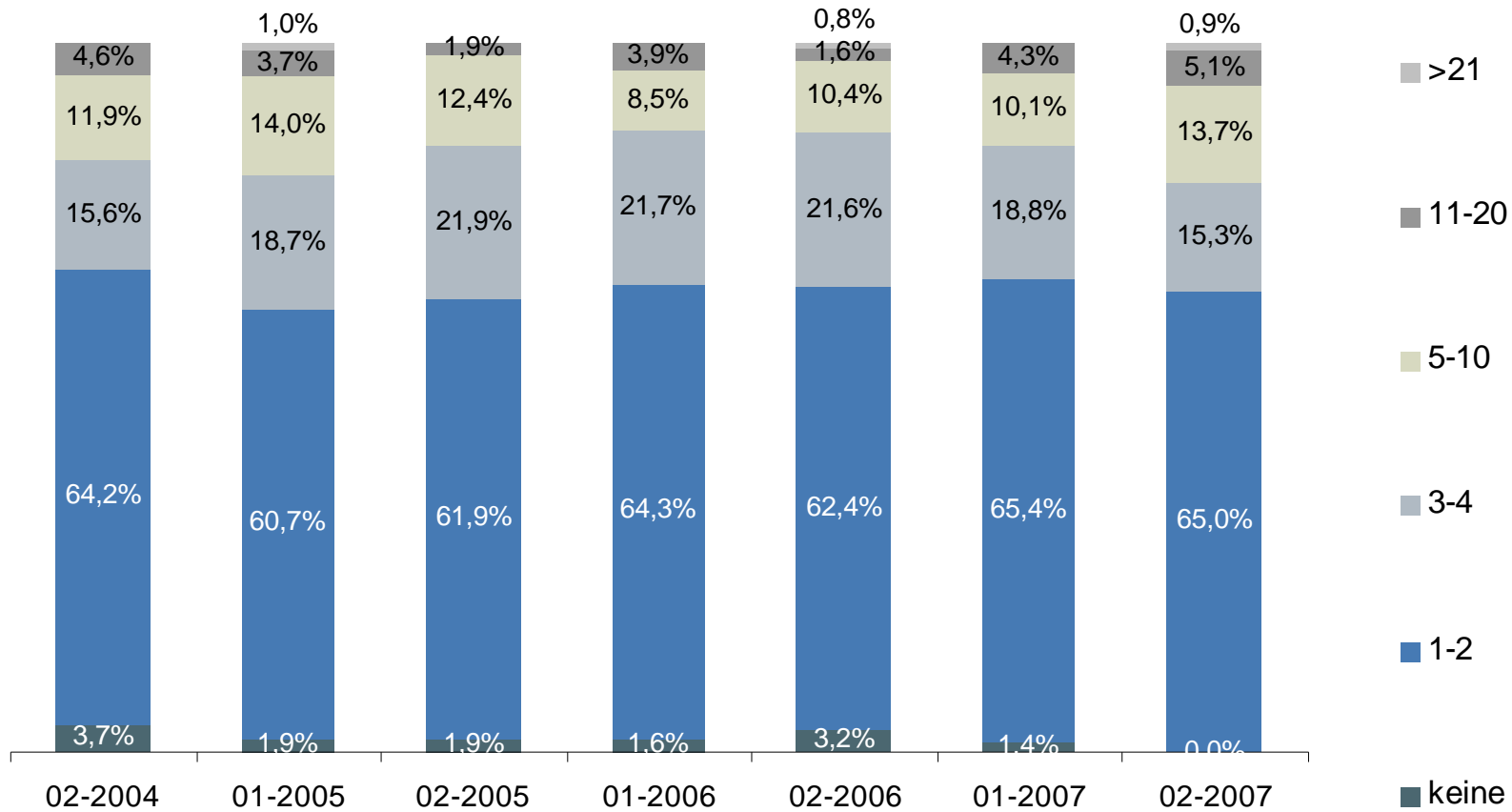




# Wie viele IR-Mitarbeiter (Vollzeitstellen) hat Ihr Unternehmen derzeit?



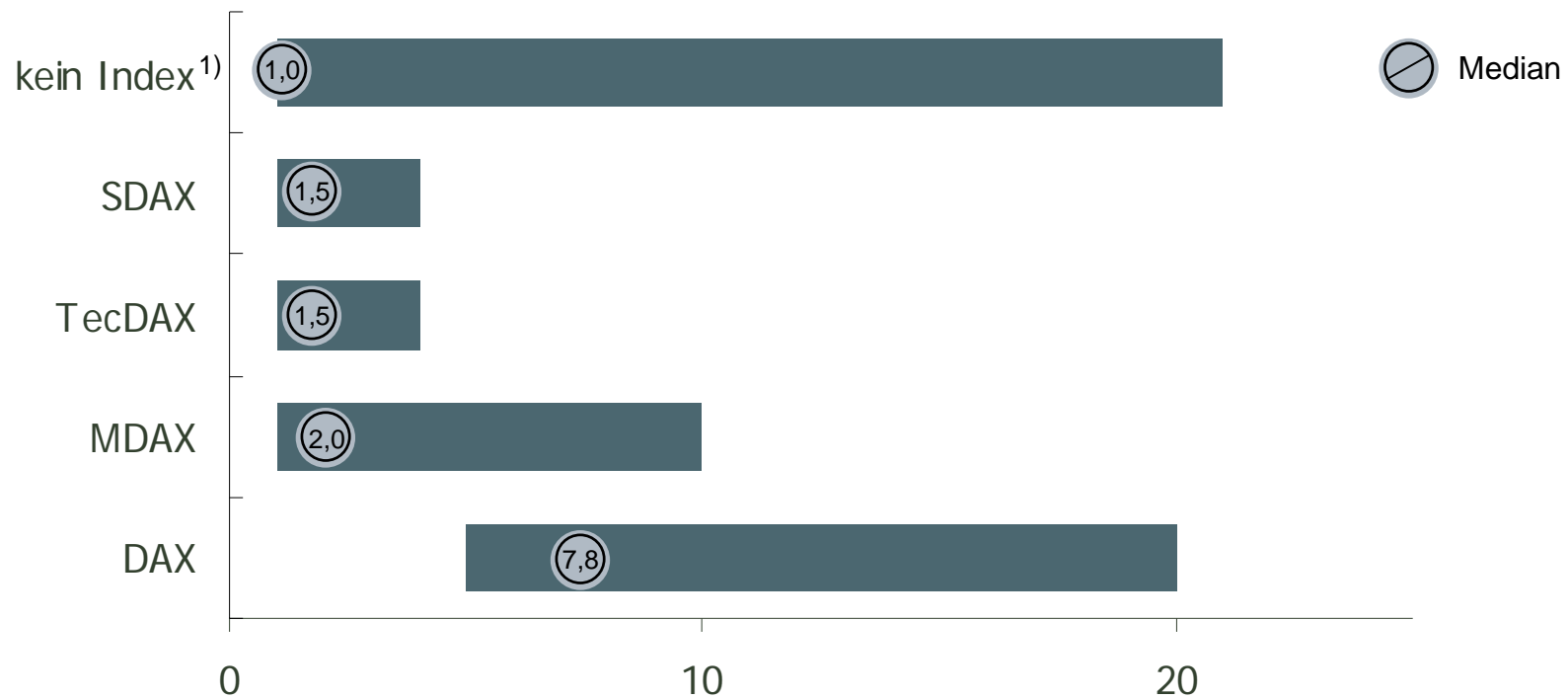
## Deutschland



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



## Deutschland

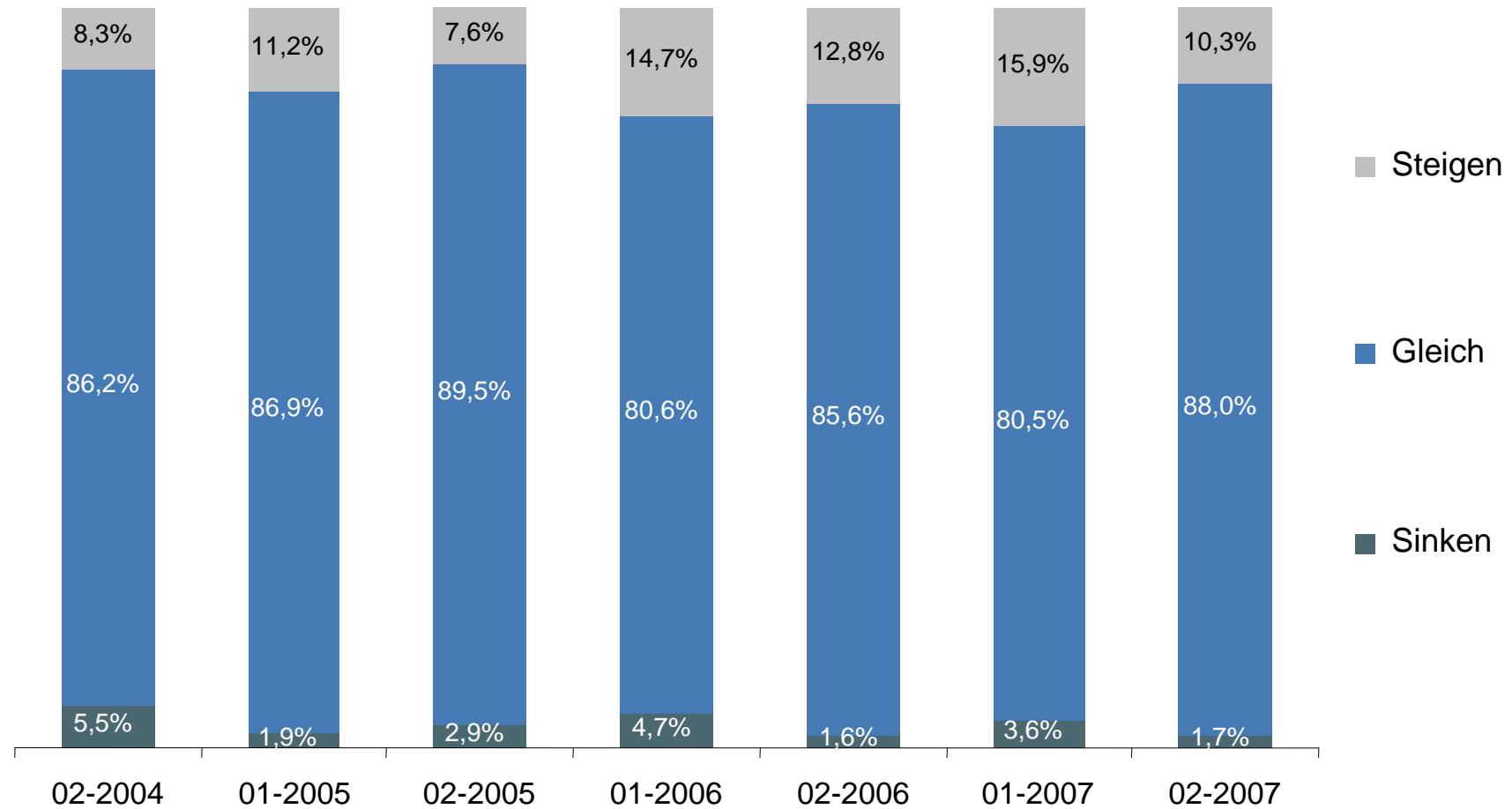


1) Nicht in einem Auswahlindex enthalten

Die Anzahl der IR-Mitarbeiter wird  
in den nächsten 6 Monaten...



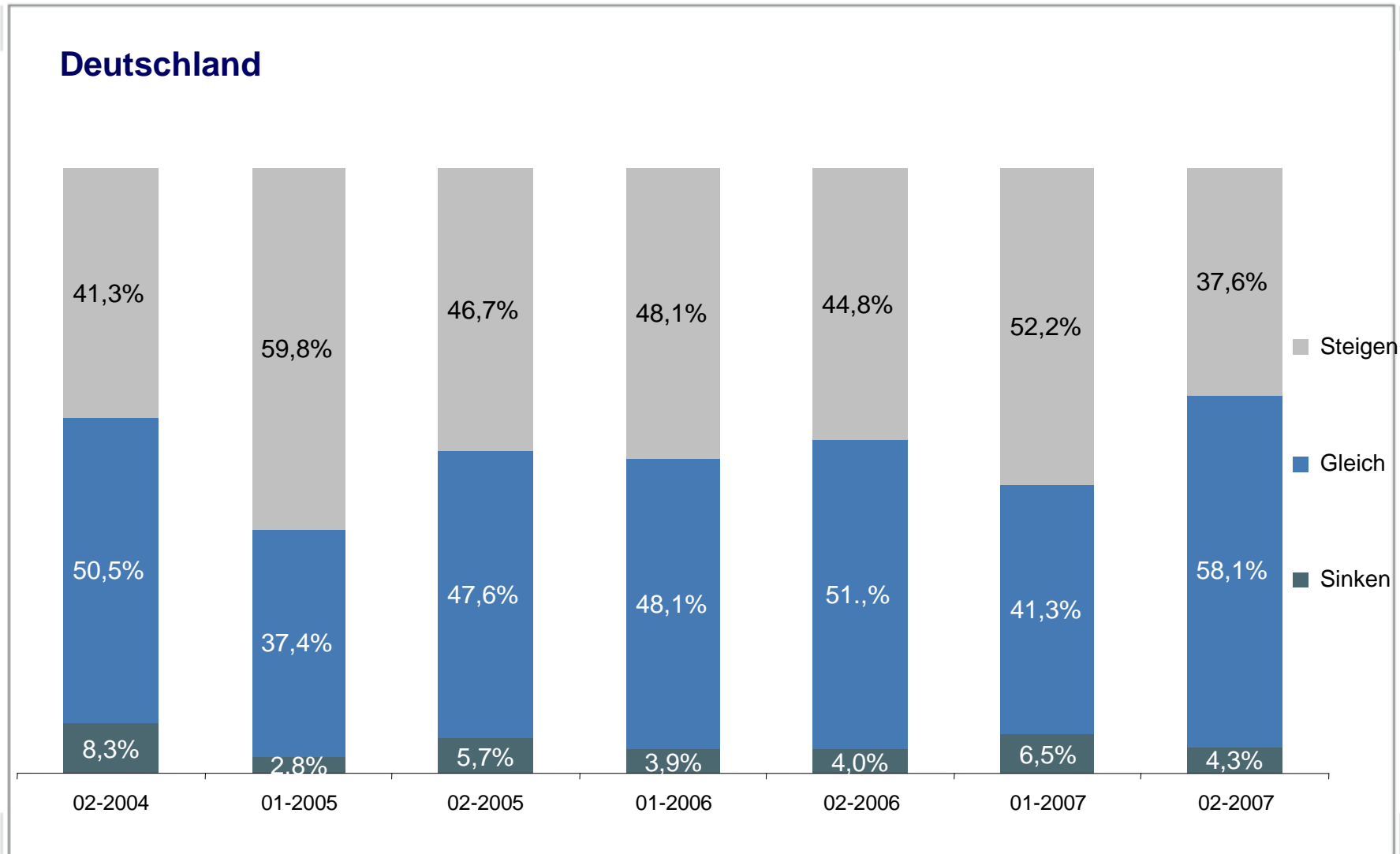
### Deutschland



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



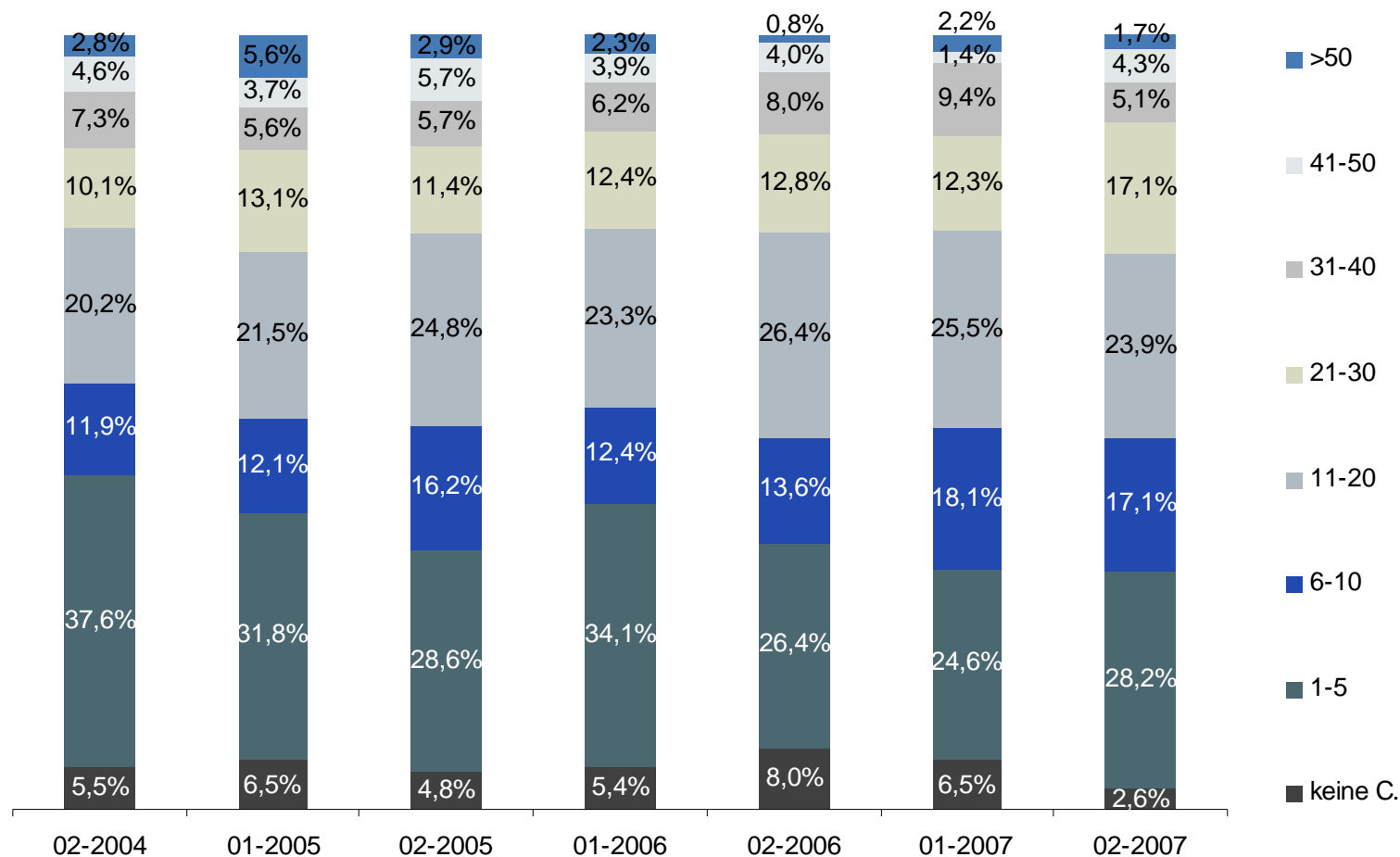
### Deutschland



# Von wie vielen Sellside-Analysten wird Ihr Unternehmen derzeit gecovert?



## Deutschland



# Von wie vielen Sellside-Analysten wird Ihr Unternehmen derzeit gecouvert?



## Ländervergleich

### Deutschland

- Die DAX-Unternehmen werden durchschnittlich von 35 Analysten gecouvert. Die Mindestanzahl der Banken beträgt 20 – die maximale Coverage beläuft sich auf 50. Bei Unternehmen, die dem MDAX (Ø 19) angehören, sind 40 Analysten die Obergrenze. Unternehmen im TecDax (Ø 15) und SDAX (Ø 9) werden von maximal 30 Banken beobachtet und bewertet.

### Österreich

- In Österreich liegt der Schwerpunkt (77%) bei bis zu 10 Analysten pro Unternehmen; kein Unternehmen hat mehr als 30 Analysten.

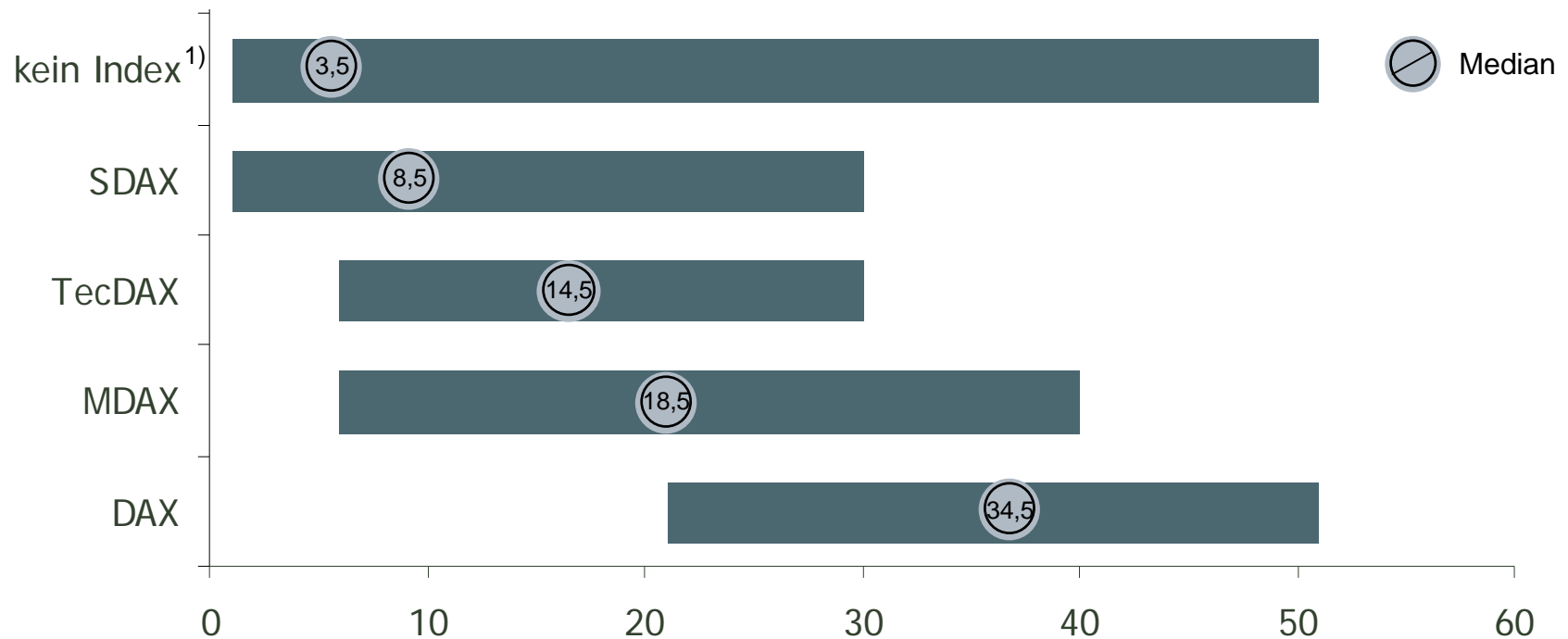
### Schweiz

- Schweizer Unternehmen erhalten auch starke Aufmerksamkeit am Markt: Sie werden von durchschnittlich 19 Analysten gecouvert.

# Die Coverage steigt mit der Zugehörigkeit zum Index

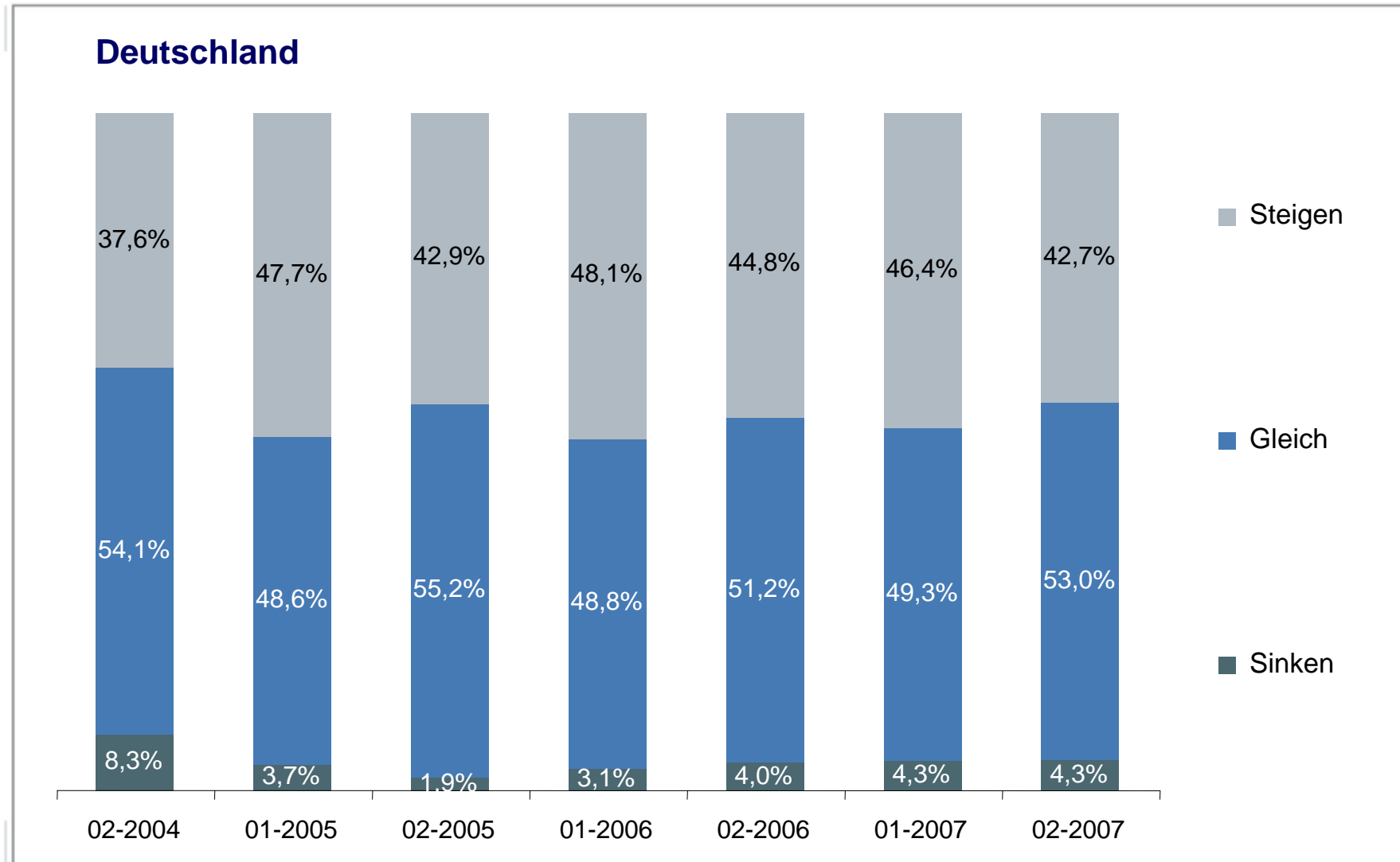


## Deutschland



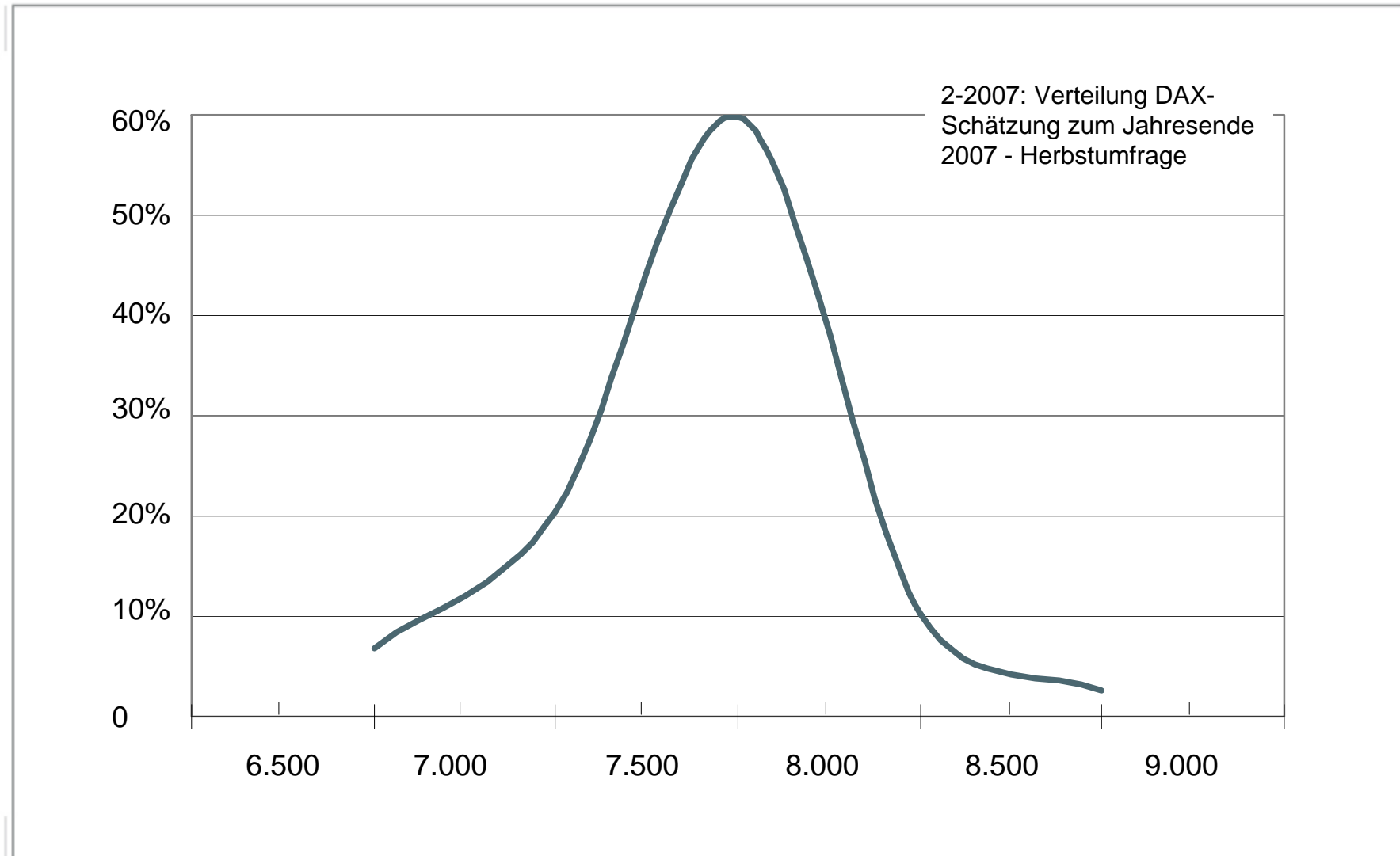
1) Nicht in einem Auswahlindex enthalten

Die Coverage wird in den nächsten 6 Monaten...

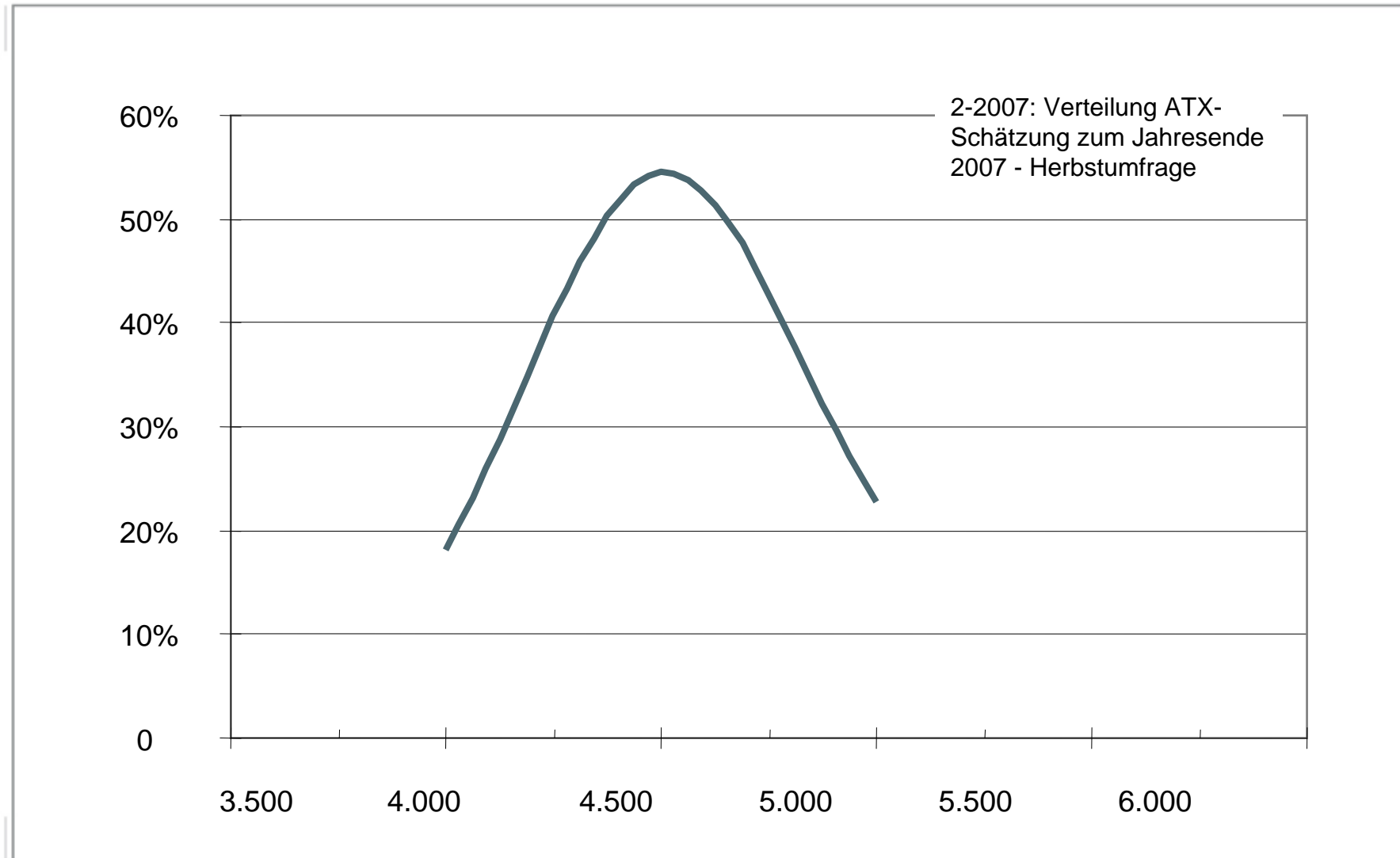




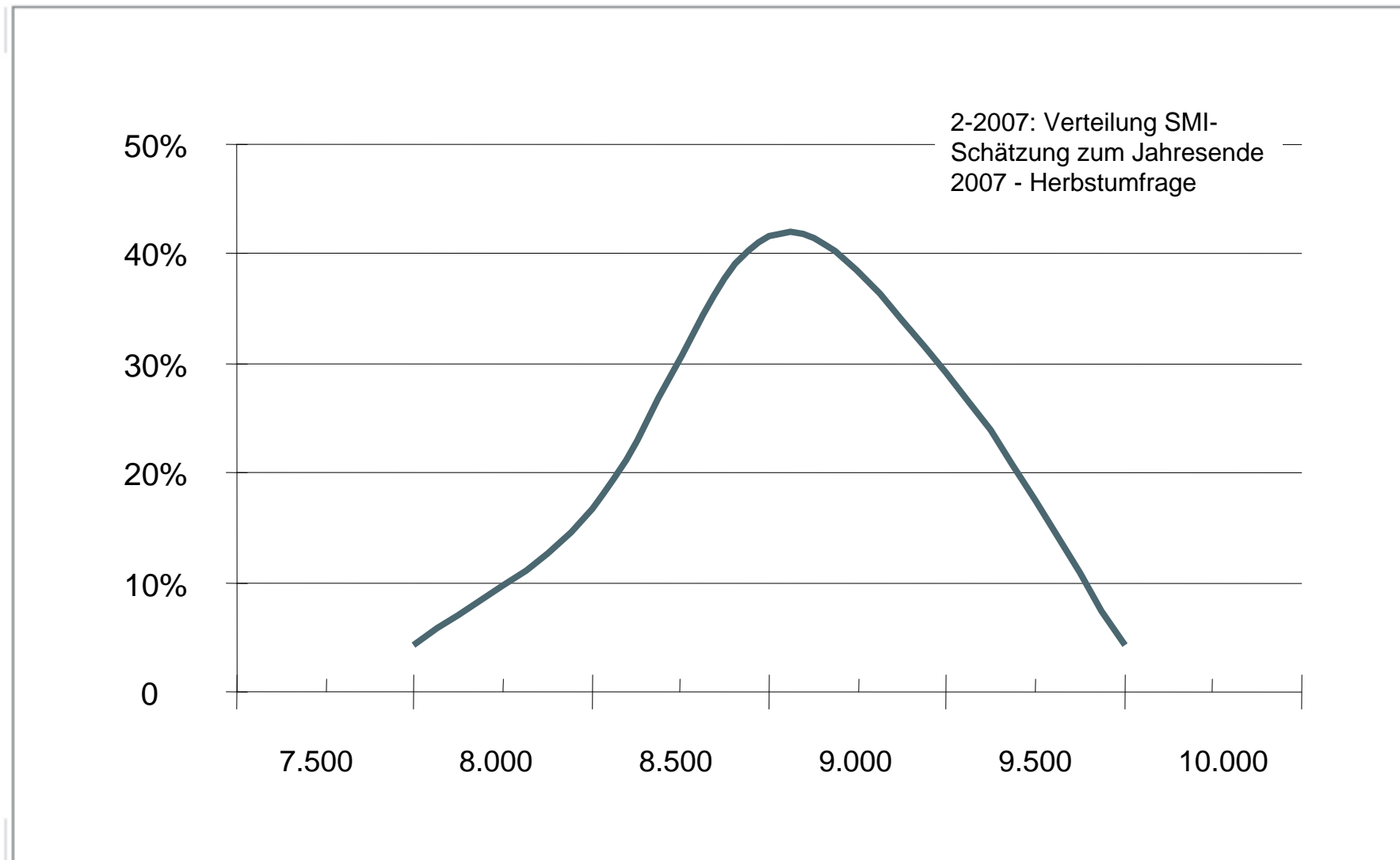
Der DAX wird zum Jahresende bei durchschnittlich 7.700 Punkten gesehen



Der ATX wird zum Jahresende bei durchschnittlich 4.730 Punkten gesehen



Der SMI wird zum Jahresende bei durchschnittlich 8.800 Punkten gesehen



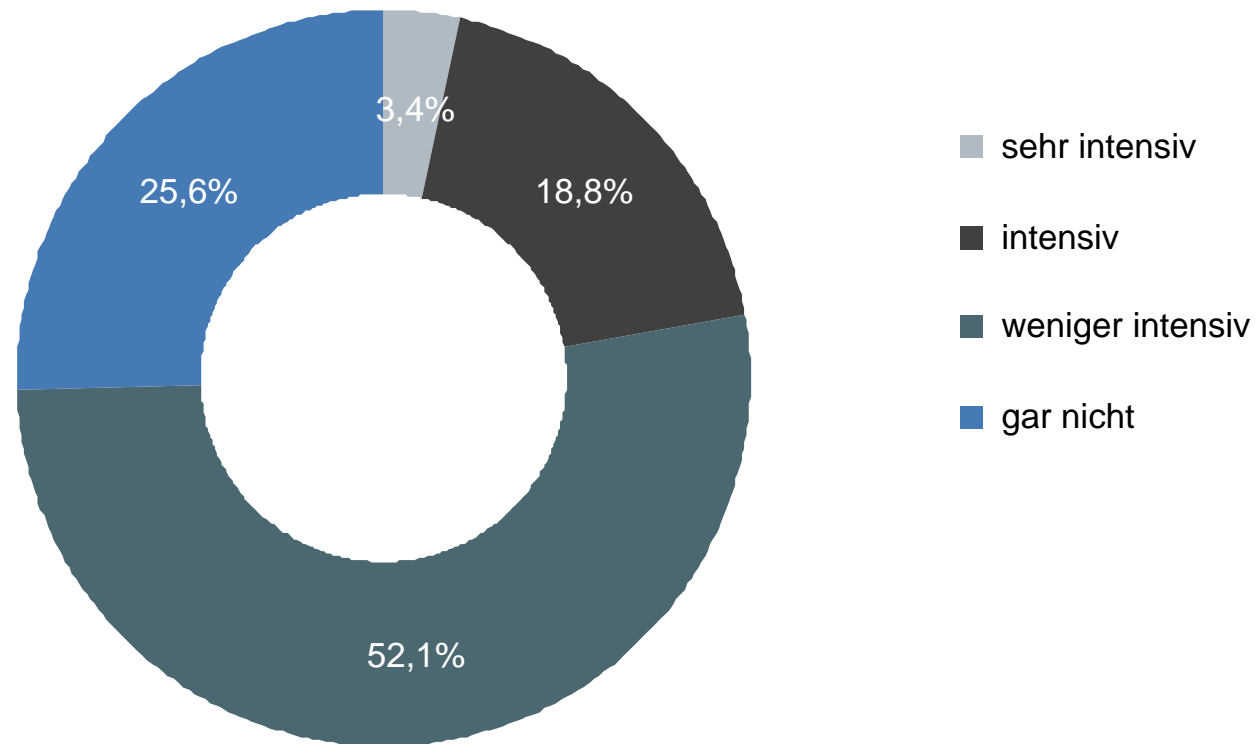
Defence Communication



# Wie intensiv beschäftigen Sie sich mit dem Thema "Defence Communication"?



## Deutschland



# Wie intensiv beschäftigen Sie sich mit dem Thema „Defence Communication“?



## **Deutschland**

- Fast jedes vierte Unternehmen beschäftigt sich sehr intensiv beziehungsweise intensiv mit dem Thema „Defence Communication“.
- 80% aller DAX-Unternehmen beschäftigen sich intensiv damit. Für Unternehmen, die dem MDAX, TecDAX oder SDAX sowie keinem dieser Indizes angehören, spielt das Thema eine untergeordnete beziehungsweise gar keine Rolle (jeweils über 80%).

## **Ländervergleich**

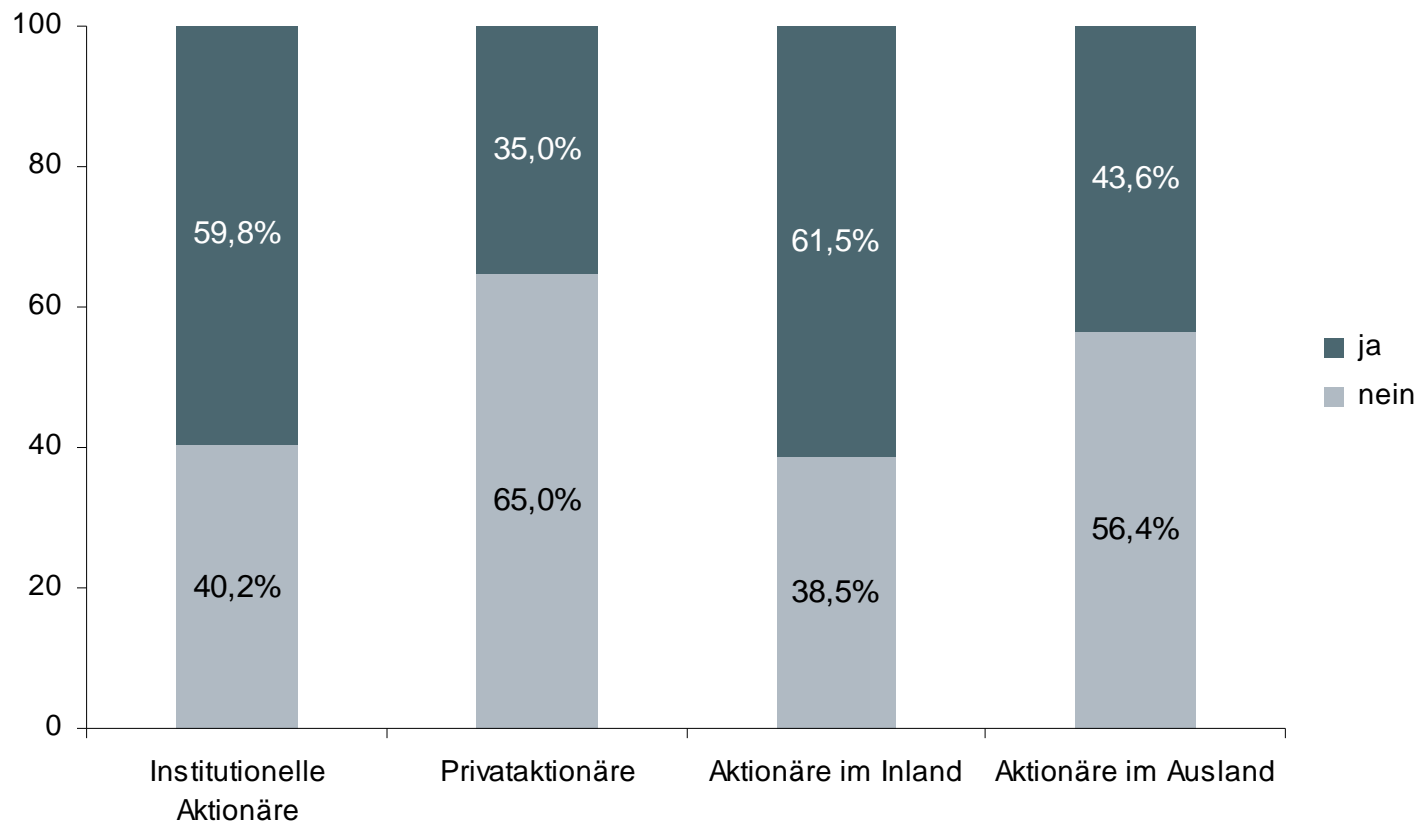
### **Österreich und Schweiz**

- In Österreich und der Schweiz ist die Tendenz ähnlich wie in Deutschland: Für 40 % steht das Thema auf der Agenda.

Erhalten Sie ausreichend Informationen über die Aktionärsstruktur Ihres Unternehmens?



## Deutschland



Erhalten Sie ausreichend Informationen über die Aktionärsstruktur Ihres Unternehmens?



## Deutschland

- Für 60% der Unternehmen sind die Informationen von institutionellen Aktionären ausreichend – das Gegenteil ist bei Privataktionären der Fall: Nur 35% empfinden die Informationen für ausreichend.
- Mehr als 60% fühlen sich gut über inländische Aktionäre informiert, wohingegen die Meinung bei Aktionären im Ausland zweigeteilt ist (trifft auch für Österreich und die Schweiz zu).
- 73% der DAX-Unternehmen erhalten ausreichend Informationen über die Aktionäre im Inland – jedoch nur 33% fühlen sich ausreichend über die Aktionäre im Ausland informiert. Bei Unternehmen, die dem MDAX, TecDAX oder SDAX sowie keinem dieser Indizes angehören, ist das Verhältnis eher 60 zu 40 (Aktionäre im Inland) sowie 50 zu 50 (Aktionäre im Ausland).



Erhalten Sie ausreichend Informationen über die Aktionärsstruktur Ihres Unternehmens?



## Ländervergleich

### Österreich

- In Österreich ist die Tendenz ähnlich wie in Deutschland: Für knapp 70% der Unternehmen sind die Informationen von institutionellen Aktionären ausreichend; bei den Privataktionären ist mit knapp 20% noch viel Potenzial vorhanden.
- Aktionäre im Inland: für 50% ausreichend  
Aktionäre im Ausland: für 41% ausreichend.

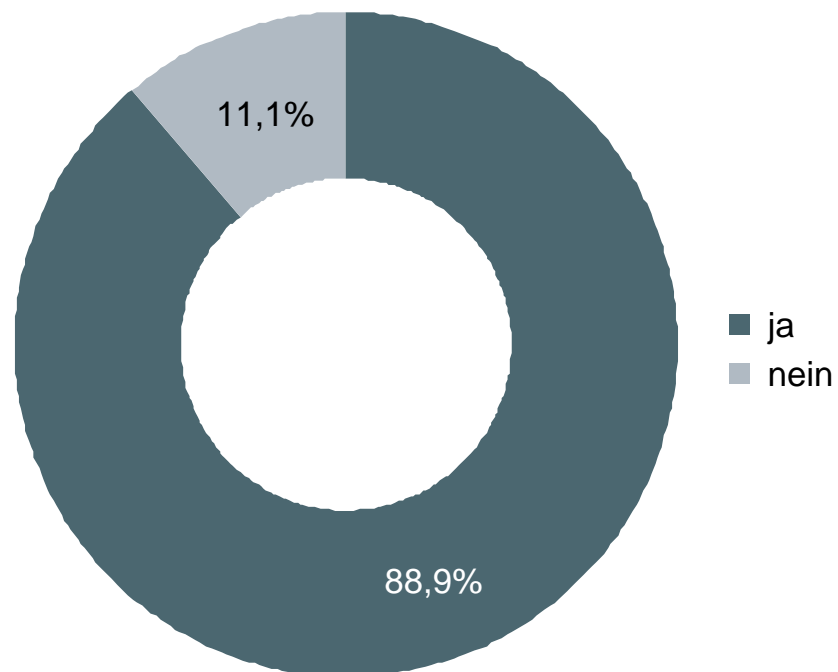
### Schweiz

- In der Schweiz ist die Verteilung anders: Nur 42% sehen sich bei institutionellen Aktionären ausreichend informiert, wohingegen 92% der Unternehmen schätzen, Ihre Privataktionäre ausreichend zu kennen.
- Aktionäre im Inland: für 75% ausreichend  
Aktionäre im Ausland: für 42% ausreichend.

Sollten Hedgefonds zu mehr Transparenz über ihren Wertpapierbesitz verpflichtet werden?



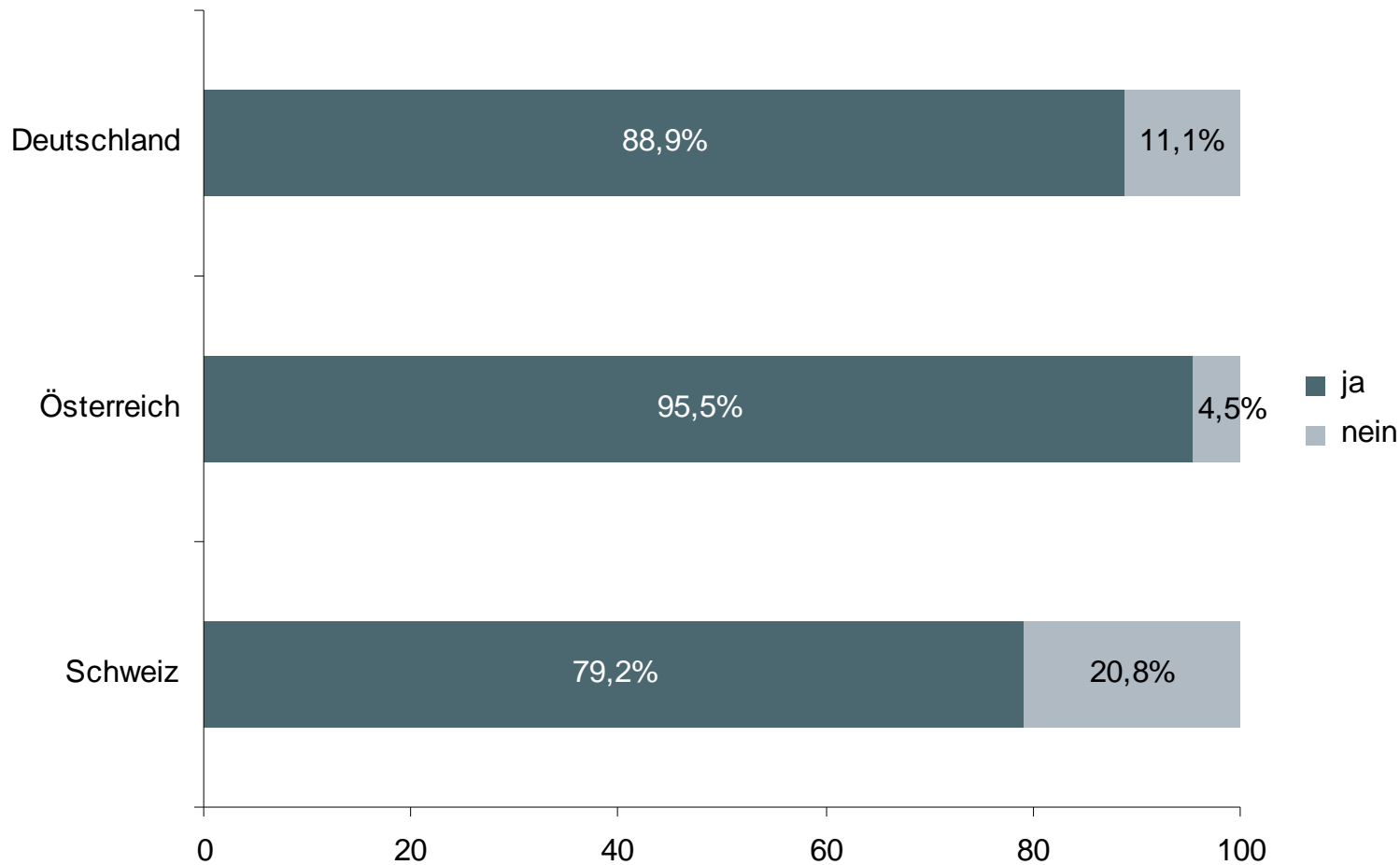
**Deutschland**



# Sollten Hedgefonds zu mehr Transparenz über ihren Wertpapierbesitz verpflichtet werden?



## Ländervergleich



# Sollten Hedgefonds zu mehr Transparenz über ihren Wertpapierbesitz verpflichtet werden?



## Ländervergleich

- Bei der Verpflichtung von Hedgefonds nach mehr Transparenz zeichnet sich ein klares Bild ab: Die Mehrheit spricht sich klar dafür aus.

## Deutschland

- Für 89% der Unternehmen ist die Offenlegung von Informationen essentiell.
- Das Gesamtbild spiegelt sich eins zu eins auch in den Indizes wider, außer bei den Unternehmen, die dem TecDAX angehören: Hier sehen mit knapp 70% geringfügig weniger Nachholbedarf bei der Offenlegung von strategischen Portfoliodaten.

## Österreich und Schweiz

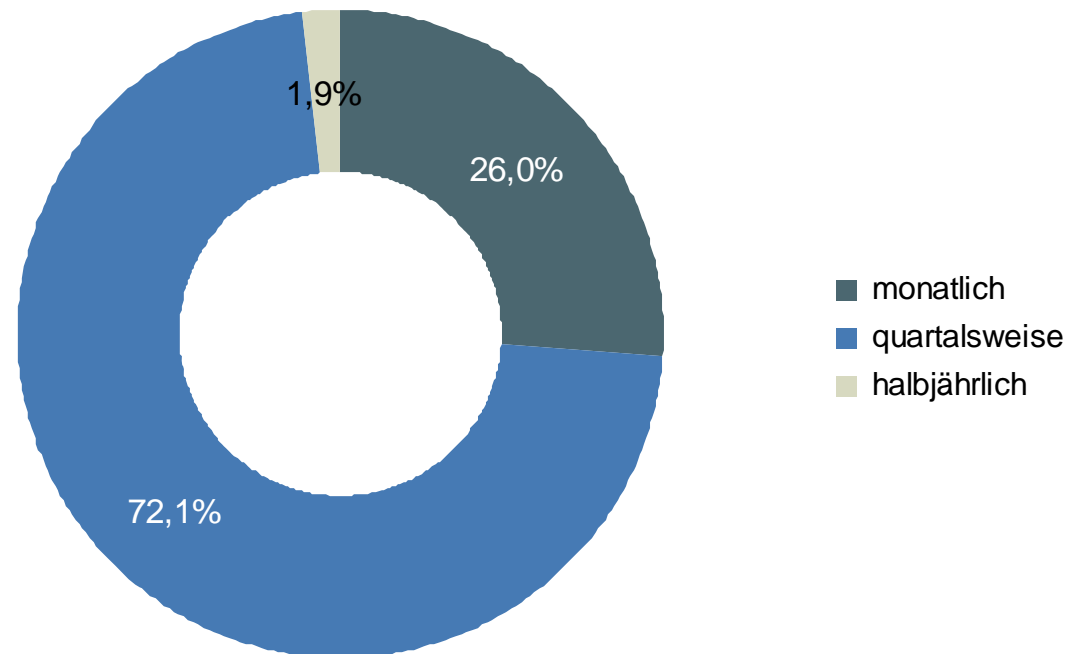
- Fast jedes befragte Unternehmen in Österreich spricht sich dafür aus. In der Schweiz befürworten 4 von 5 Unternehmen mehr Transparenz bei Hedgefonds.

Unternehmen, die sich mehr Transparenz im Wertpapierbesitz bei Hedgefonds wünschen,



**Deutschland**

bevorzugen Veröffentlichungen...



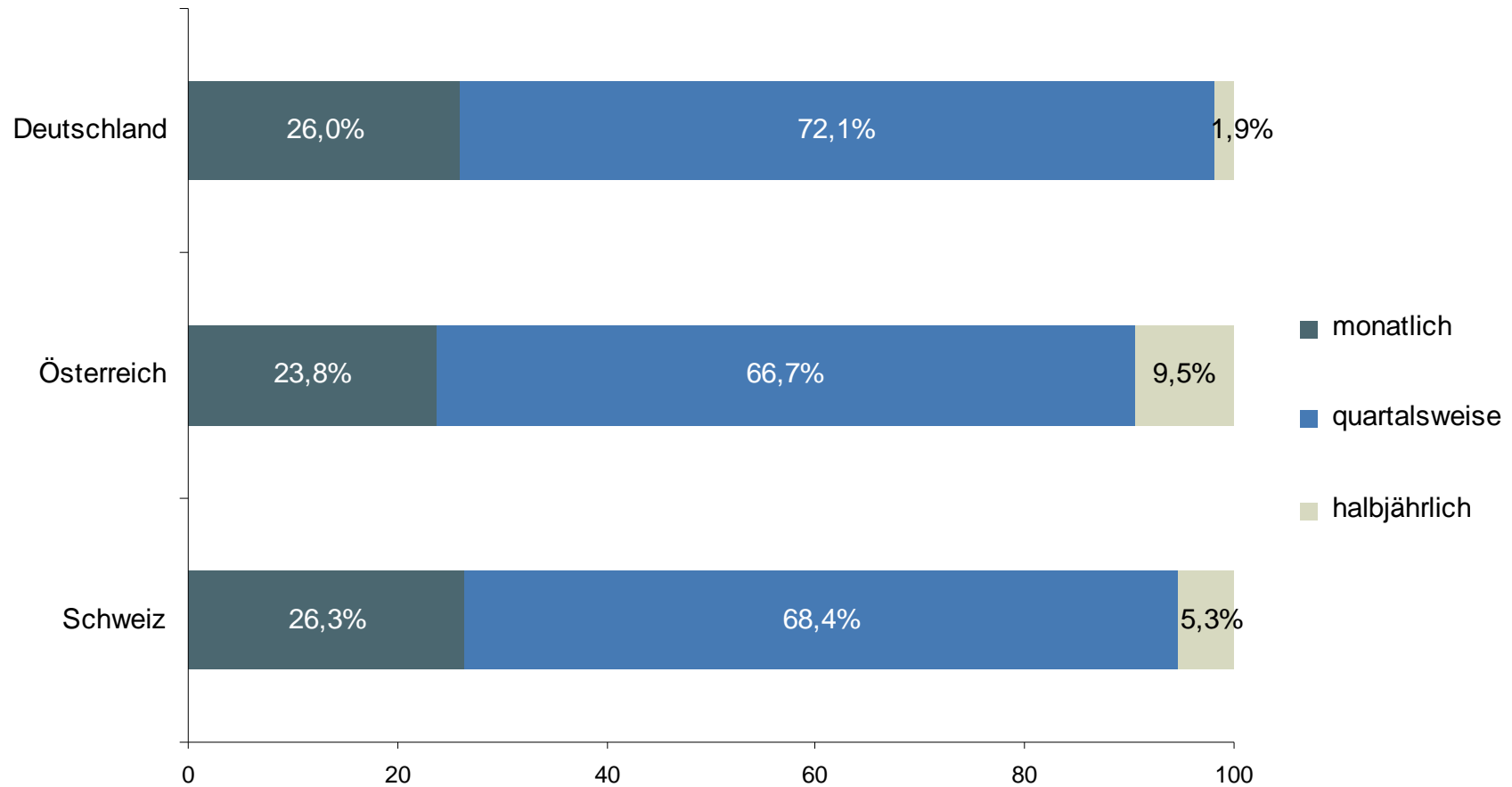
Deutschland (n=104)

Unternehmen, die sich mehr Transparenz im Wertpapierbesitz bei Hedgefonds wünschen,



**Ländervergleich**

bevorzugen Veröffentlichungen...



Deutschland (n=104), Österreich (n=21), Schweiz (n=19)

Unternehmen, die sich mehr Transparenz im Wertpapierbesitz bei Hedgefonds wünschen...



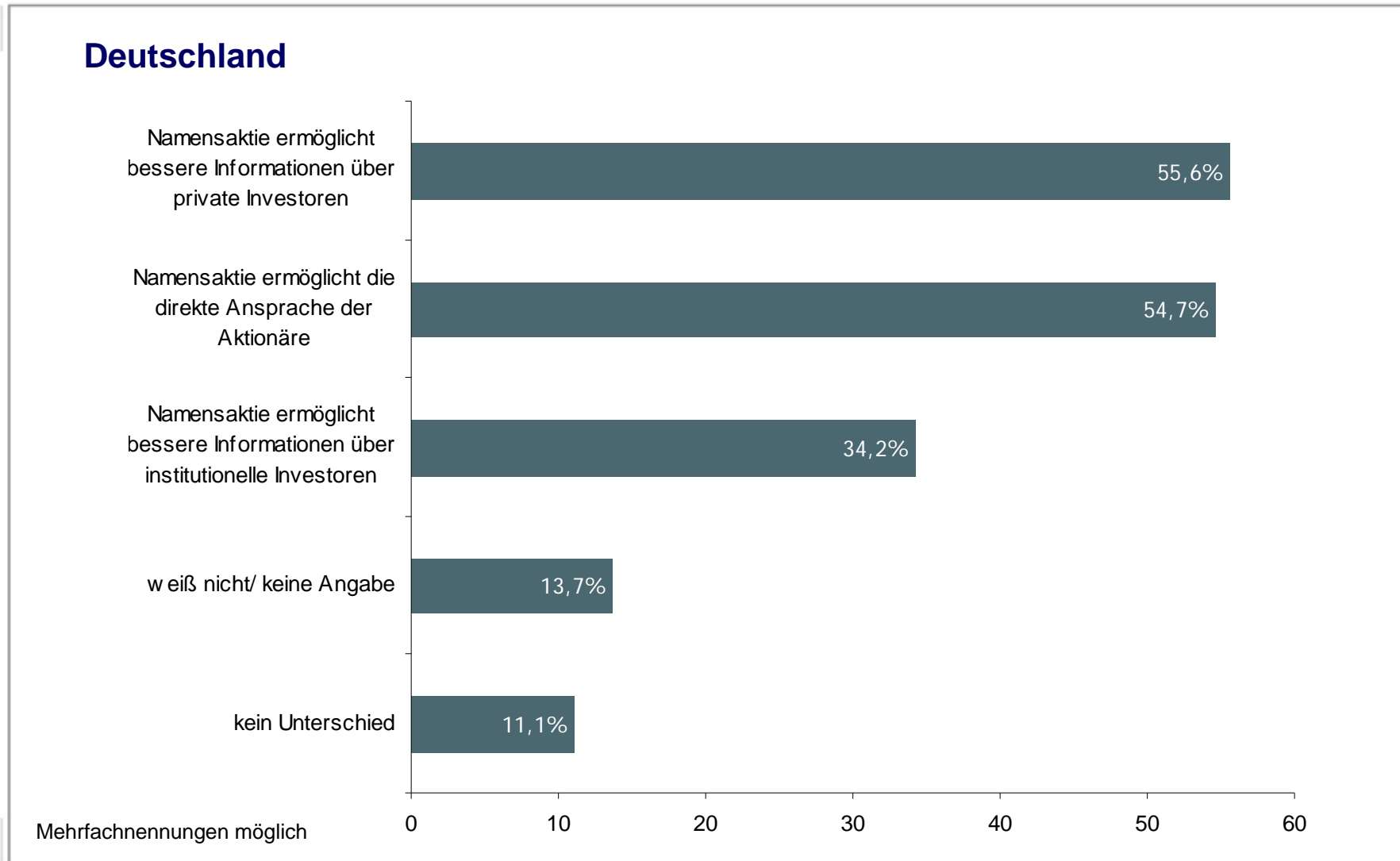
### Ländervergleich

- Für knapp drei Viertel der Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist eine quartalsweise Veröffentlichung „best case“.
- Länderübergreifend wäre nur für fast jedes vierte Unternehmen das monatliche Veröffentlichungsintervall sinnvoll.
- Eine Veröffentlichung einmal im halben Jahr kommt aber für fast kein Unternehmen in Frage.

# Unterschiede zwischen Namens- und Inhaberaktien in der Defence Communication



## Deutschland



Mehrfachnennungen möglich



# Unterschiede zwischen Namens- und Inhaberaktien in der Defence Communication



## **Deutschland**

- 67% der DAX-Unternehmen: Namensaktie – bessere Informationen über private Investoren; 75% der SDAX-Unternehmen: Namensaktie – direkte Ansprache der Aktionäre

## **Ländervergleich**

- Für die Mehrheit der Unternehmen gibt es zwei Unterschiede zwischen Namens- und Inhaberaktie: Die Namensaktie ermöglicht eine direkte Ansprache der Aktionäre und gibt bessere Informationen über private Investoren.

## **Österreich und Schweiz**

- Österreich: 50% Namensaktie – direkte Ansprache der Aktionäre  
32% Namensaktie – bessere Informationen über private Investoren
- Schweiz: 33% Namensaktie – direkte Ansprache der Aktionäre  
42% Namensaktie – bessere Informationen über private Investoren

# Eignung von Indikatoren zur Früherkennung von potenziellen Übernahmen



## Deutschland

Sum of the part: die Bewertung einzelner Unternehmensparten hat einen höheren Wert als die Bewertung des Unternehmens als Einheit

Debt Capacity: Niedriger Verschuldungsgrad und damit Potenzial, einen Unternehmenskauf über Kreditaufnahme beim Zielunternehmen zu finanzieren

Anteil von Hedgefonds in der Aktionärsstruktur steigt an

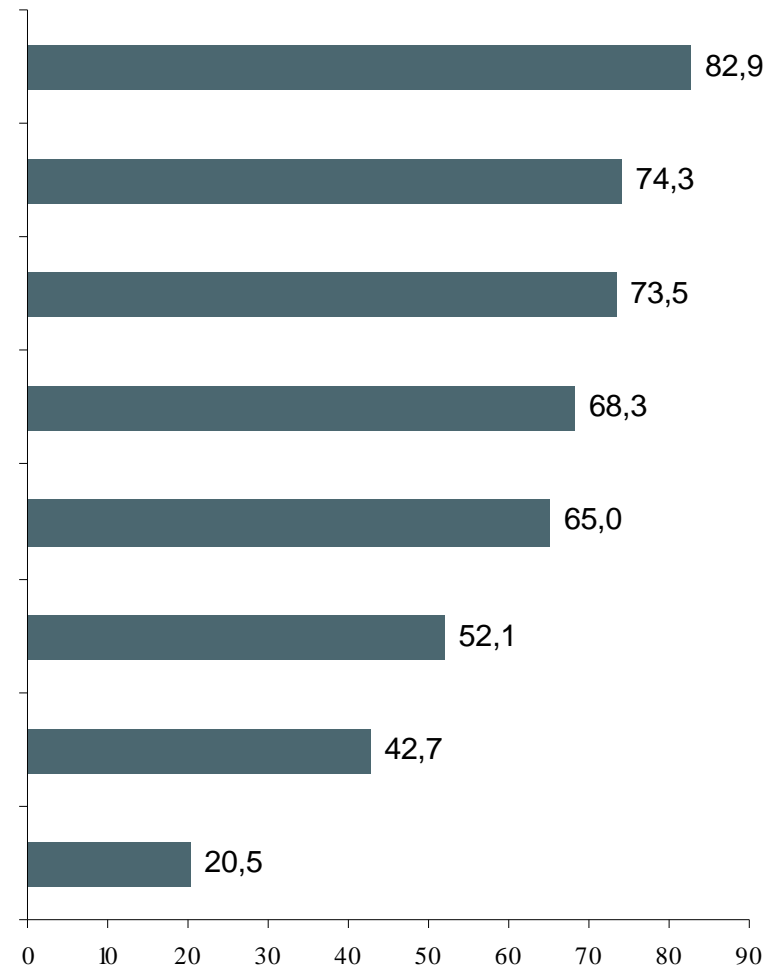
Niedrige Bewertungsmultiplikatoren bei der Performance- und Bewertungsanalyse, wie z.B. der Vergleich von Kennzahlen wie EBIT, Kursgewinnverhältnis und andere

Zunahme der Konsolidierung in der Gruppe der Peers

Underperformance der Aktie gegenüber den Peers

Schwankungen des Handelsvolumens bei der Aktie oder der Option sowie Wandel- und oder Optionsanleihe

Zunahme der Spin Offs in der Gruppe der Peers



Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“ zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

# Eignung von Indikatoren zur Früherkennung von potenziellen Übernahmen



## Deutschland

- Sum of the Part ist der beste Indikator zur Früherkennung von potenziellen Übernahmen: 83% finden ihn sehr gut (29%) beziehungsweise gut (54%).
- Unternehmen, die dem MDAX, TecDAX oder SDAX sowie keinem dieser Indizes angehören, bewerten diesen Indikator stärker mit sehr gut als Unternehmen aus dem DAX.
- Die Zunahme der Spin Offs in der Gruppe der Peers finden die Unternehmen als Früherkennungsmerkmal nicht geeignet: Für 80% ist diese Tatsache weniger gut (72%) bis überhaupt nicht (8%) als Indikator geeignet.

# Eignung von Indikatoren zur Früherkennung von potenziellen Übernahmen



## Ländervergleich

Sum of the part: die Bewertung einzelner Unternehmensparten hat einen höheren Wert als die Bewertung des Unternehmens als Einheit

Debt Capacity: Niedriger Verschuldungsgrad und damit Potenzial, einen Unternehmenskauf über Kreditaufnahme beim Zielunternehmen zu finanzieren

Anteil von Hedgefonds in der Aktionärsstruktur steigt an

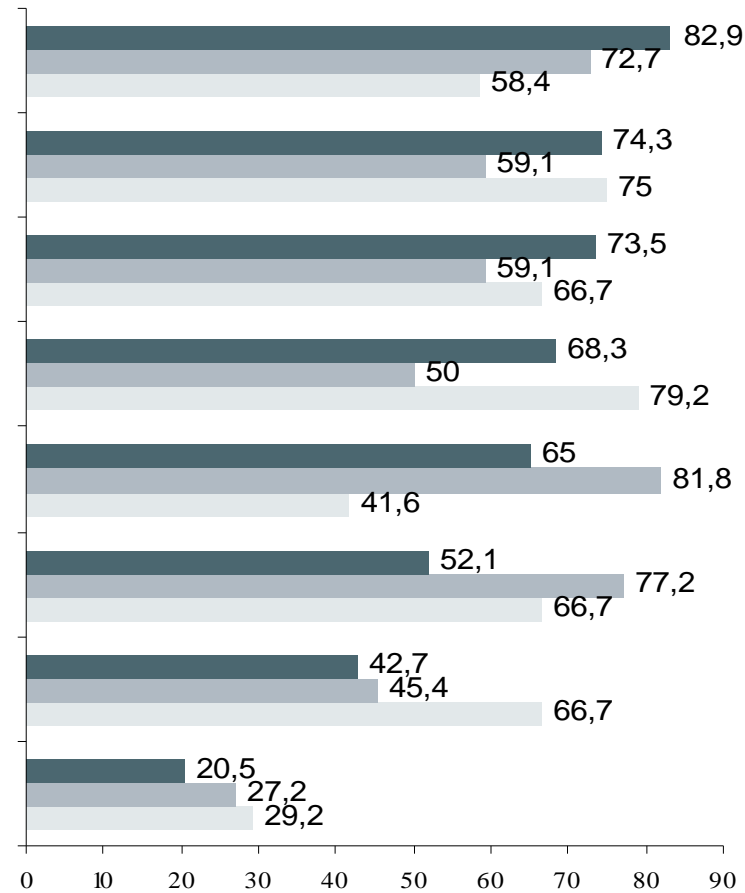
Niedrige Bewertungsmultiplikatoren bei der Performance- und Bewertungsanalyse, wie z.B. der Vergleich von Kennzahlen wie EBIT, Kursgewinnverhältnis und andere

Zunahme der Konsolidierung in der Gruppe der Peers

Underperformance der Aktie gegenüber den Peers

Schwankungen des Handelsvolumens bei der Aktie oder der Option sowie Wandel- und oder Optionsanleihe

Zunahme der Spin Offs in der Gruppe der Peers



■ Deutschland ■ Österreich ■ Schweiz

Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“ zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

## Ländervergleich

- Zunahme der Spin Offs in der Gruppe der Peers: Die Meinung ist sehr homogen in allen Ländern. Deutschland, Österreich und die Schweiz empfinden diesen Indikator im Vergleich zu allen anderen Indikatoren am wenigsten gut beziehungsweise überhaupt nicht geeignet.

## Österreich

- Die Zunahme der Konsolidierung in der Gruppe der Peers ist mit 82% (sehr gut: 14% und gut geeignet: 68%) bester Früherkennungsindikator. Sehr gut finden 41% der Unternehmen die Information über den Anteilsanstieg von Hedgefonds in der Aktionärsstruktur.

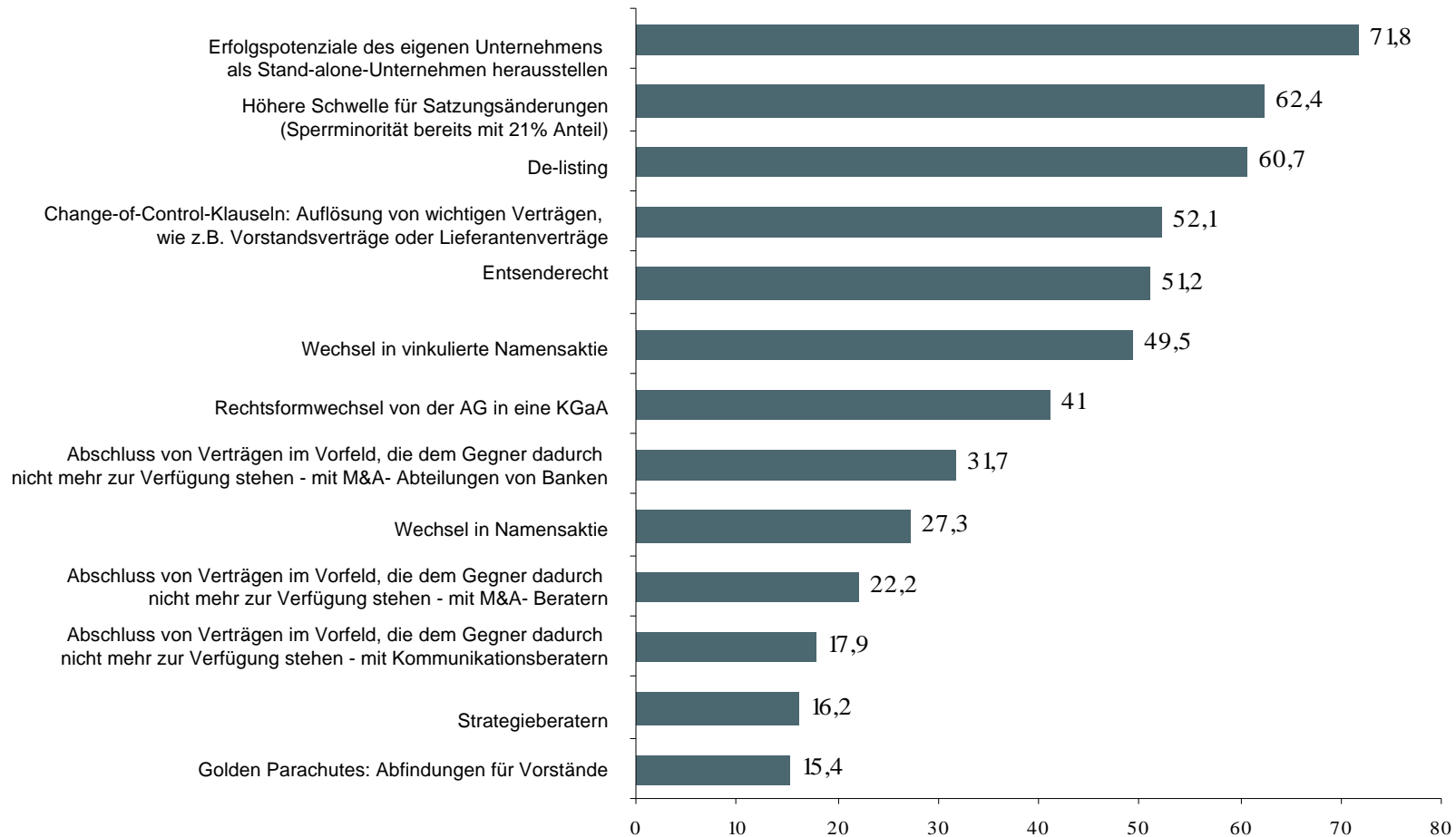
## Schweiz

- Die Spitzenplätze nehmen zum einem mit 79% (sehr gut: 29% und gut geeignet: 50%) die niedrigen Bewertungsmultiplikatoren bei der Performance- und Bewertungsanalysen, und zum anderen mit 75% (sehr gut: 13% und gut geeignet: 62%) die Debt Capacity ein.

# Es liegt keine Übernahmeofferte vor. Wie erfolversprechend halten Sie...



## Deutschland ...folgende Abwehrmechanismen bei einer potenziellen feindlichen Übernahme?



Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“ zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

Es liegt keine Übernahmeofferte vor.  
Wie erfolgversprechend halten Sie...



## Deutschland

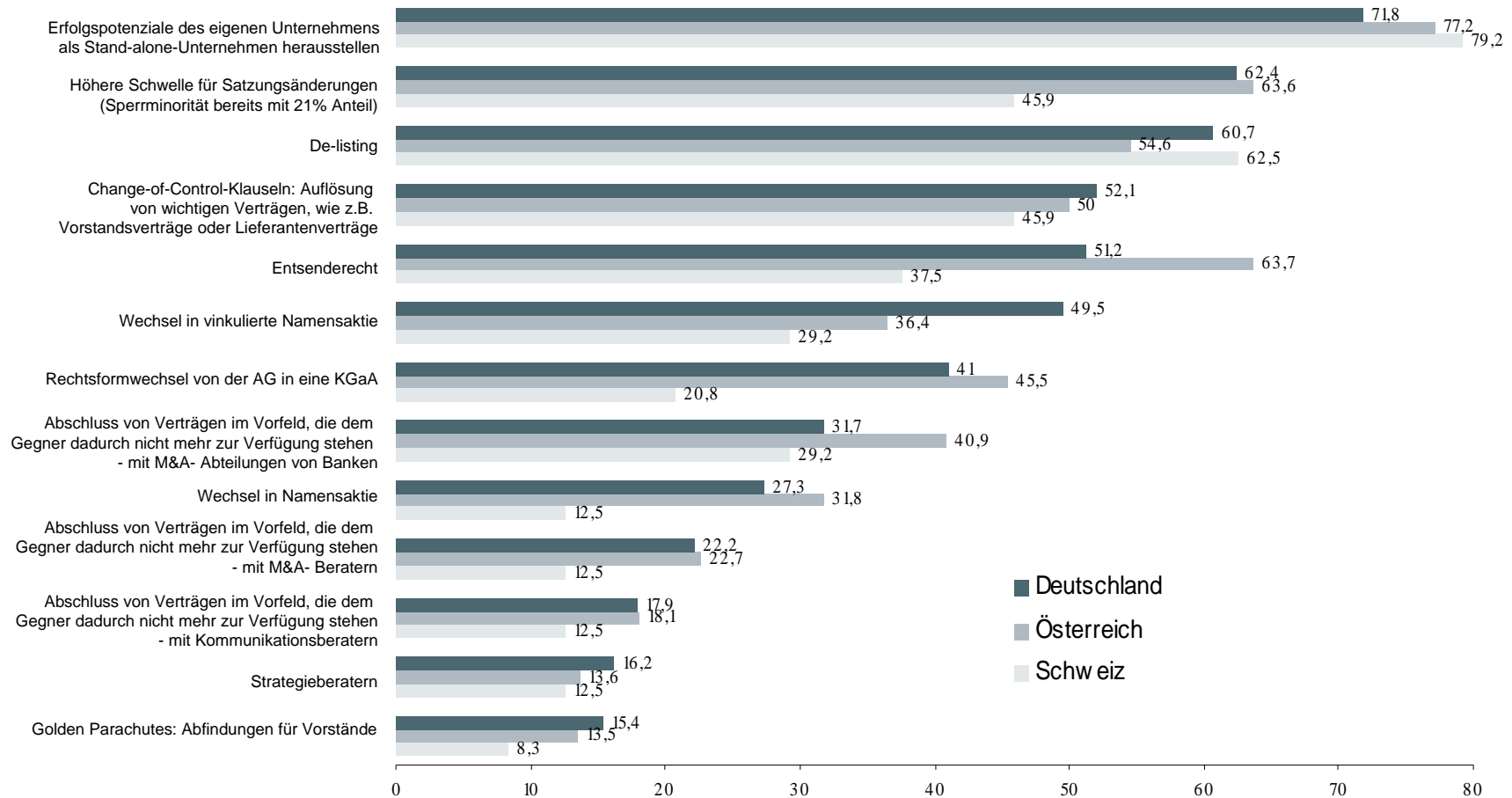
...folgende Abwehrmechanismen bei einer potenziellen feindlichen Übernahme?

- Die Erfolgspotenziale des eigenen Unternehmens als Stand-alone-Unternehmen herausstellen hat Top-Status: 72% sehen darin den besten Abwehrmechanismus (sehr erfolgversprechend: 17% und erfolgversprechend: 55%).
- 29% halten De-listing für sehr erfolgversprechend (höchster Wert in der Einzelnennung bei allen Abwehrmechanismen).
- Deutschland hält den Wechsel in vinkulierte Namensaktien mit 18% für sehr erfolgversprechend. In Österreich bestätigt dies keiner, in der Schweiz sind es nur 4%.

# Es liegt keine Übernahmeofferte vor. Wie erfolversprechend halten Sie...



## Ländervergleich ...folgende Abwehrmechanismen bei einer potenziellen feindlichen Übernahme?



Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“ zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %



Es liegt keine Übernahmeofferte vor.  
Wie erfolgversprechend halten Sie...



**Ländervergleich** ...folgende Abwehrmechanismen bei einer potenziellen feindlichen Übernahme?

- 4 von 5 Unternehmen halten länderübergreifend „Golden Parachutes“ (Abfindung der Vorstände) als Abwehrmaßnahme weniger beziehungsweise nicht erfolgversprechend.

### **Schweiz**

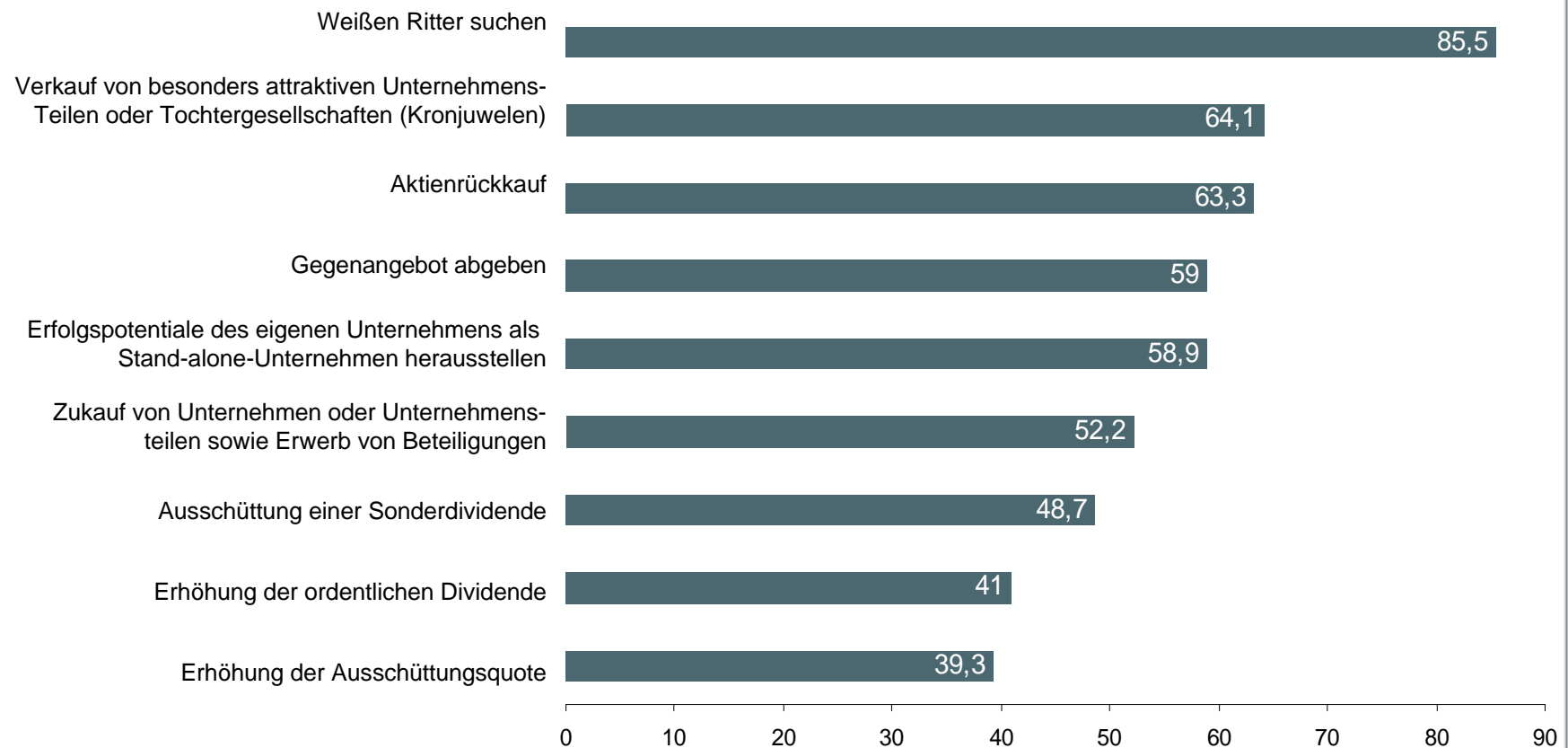
- Die Herausstellung von Erfolgspotenzialen des eigenen Unternehmens (Stand-alone-Darstellung) sehen 79% (sehr erfolgversprechend: 29% und erfolgversprechend: 50%) für essentiell.
- Die Unternehmen der Schweiz haben im Vergleich zu Deutschland und Österreich bei fast allen Abwehrmechanismen den höchsten %-Anteil an der Antwort „nicht erfolgversprechend“.

# Es liegt eine Übernahmeofferte vor. Wie erfolversprechend halten Sie...



## Deutschland

...folgende Abwehrmechanismen bei einer feindlichen Übernahme?



Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“  
zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

Es liegt eine Übernahmeofferte vor.  
Wie erfolversprechend halten Sie...



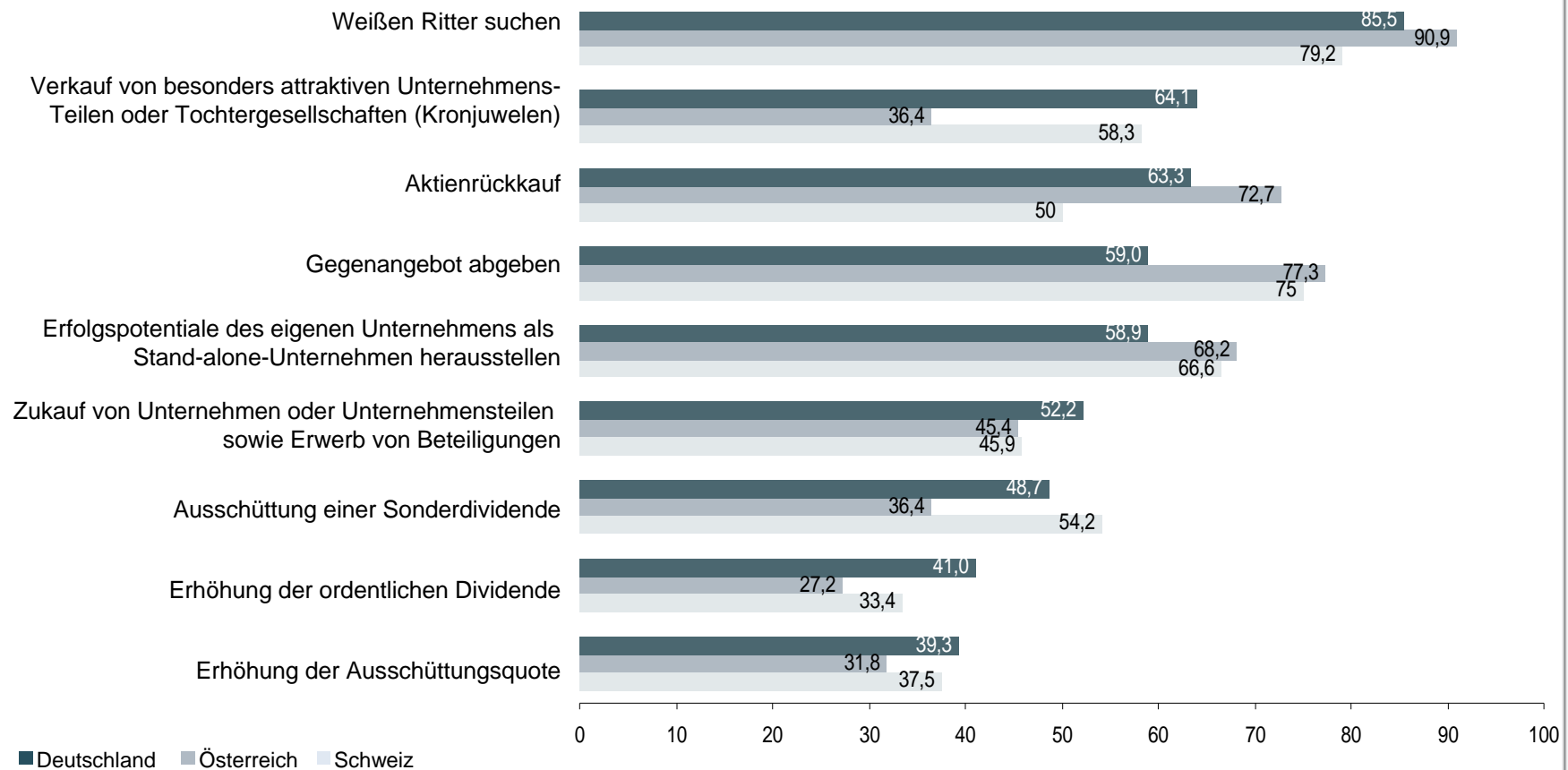
**Deutschland** ...folgende Abwehrmechanismen bei einer feindlichen Übernahme?

- Die Suche nach einem „Weißen Ritter“ sehen die Unternehmen als entscheidenden Schachzug, um sich gegen eine feindliche Übernahme zu wehren. 86% finden diese Abwehrmethode für sehr erfolversprechend (30%) beziehungsweise erfolversprechend (56%).
- Die Erhöhung der ordentlichen Dividende und die Erhöhung der Ausschüttungsquote sind eher ungeeignet.
- Erfolgspotenziale des eigenen Unternehmens herausstellen: Mit zunehmender IR-Mitarbeiterzahl (bis 20) wird diese Abwehrmethode als sehr erfolversprechend beziehungsweise erfolversprechend eingeschätzt. Nur jedes sechste Unternehmen im General Standard, jedoch fast jedes dritte Unternehmen im Prime Standard hält diese Maßnahme für zweckmäßig.

# Es liegt eine Übernahmeofferte vor. Wie erfolversprechend halten Sie...



## Ländervergleich ...folgende Abwehrmechanismen bei einer feindlichen Übernahme?



Angabe der Top-Two-Box-Werte: Antworten „sehr gut“ und „gut“ zusammengefasst; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

Es liegt eine Übernahmeofferte vor.  
Wie erfolgversprechend halten Sie...



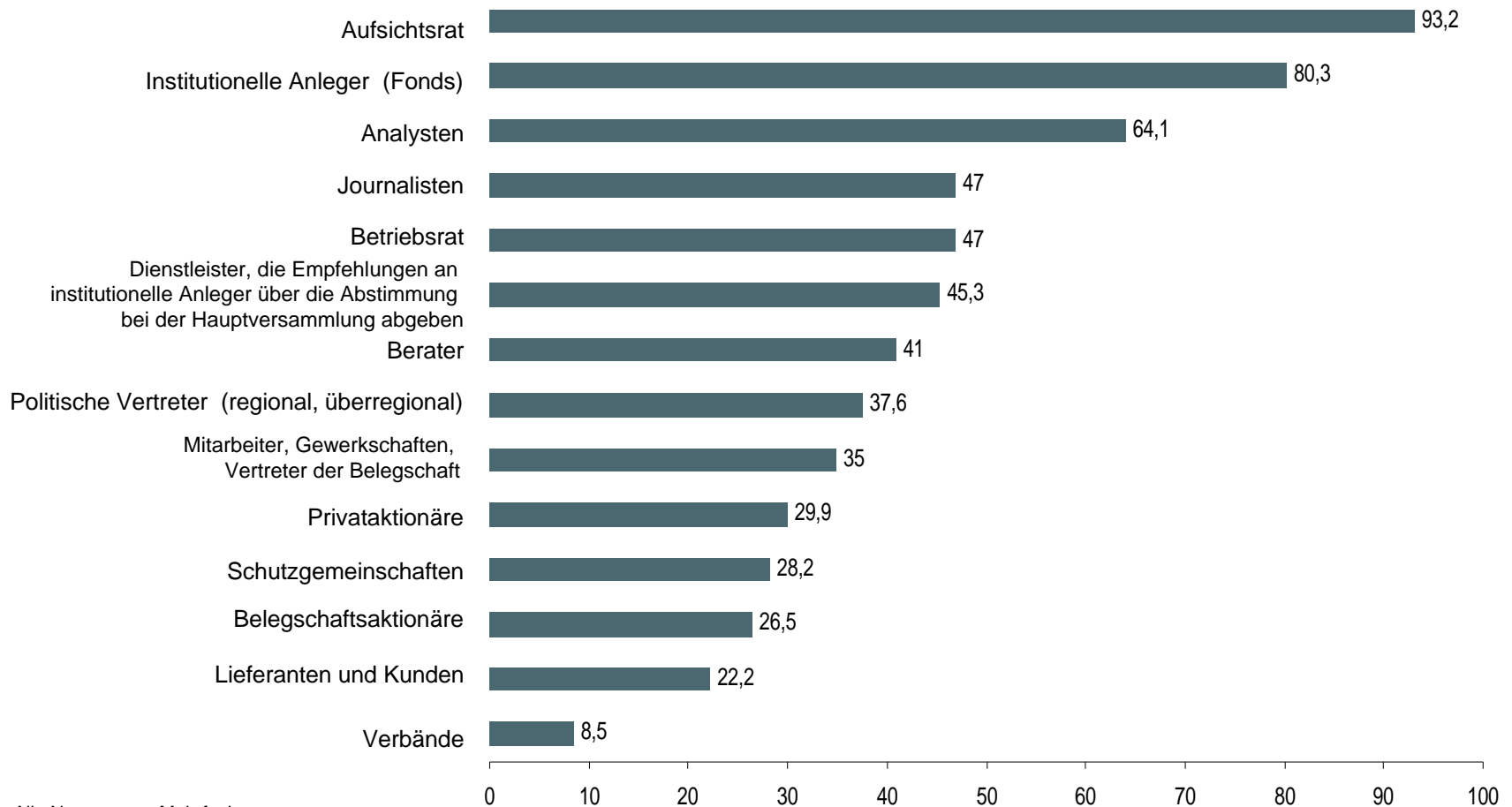
**Ländervergleich** ...folgende Abwehrmechanismen bei einer feindlichen Übernahme?

- Den Spitzenplatz unter den Abwehrmechanismen nimmt die Suche nach einem „Weißen Ritter“ ein.  
Deutschland: 86% (sehr erfolgversprechend: 29%, erfolgversprechend: 56%)  
Österreich: 91% (sehr erfolgversprechend: 18%, erfolgversprechend: 73%)  
Schweiz: 79% (sehr erfolgversprechend: 25%, erfolgversprechend: 54%)
- Auch das Gegenangebot halten die schweizer IR-Manager (75%) und die österreichischer IR-Manager (77%) für zweckdienlich. In Deutschland sind es nur 59% der IR-Manager.
- Die Unternehmen in Deutschland und der Schweiz sind sehr deckungsgleich in ihrer Meinung; Österreich weicht von beiden etwas ab.

# Zielgruppen neben Vorstand und IR, die maßgeblich in die Defence Communication...



## Deutschland ...eingebunden werden sollten, wenn ein feindliches Übernahmeangebot vorliegt.



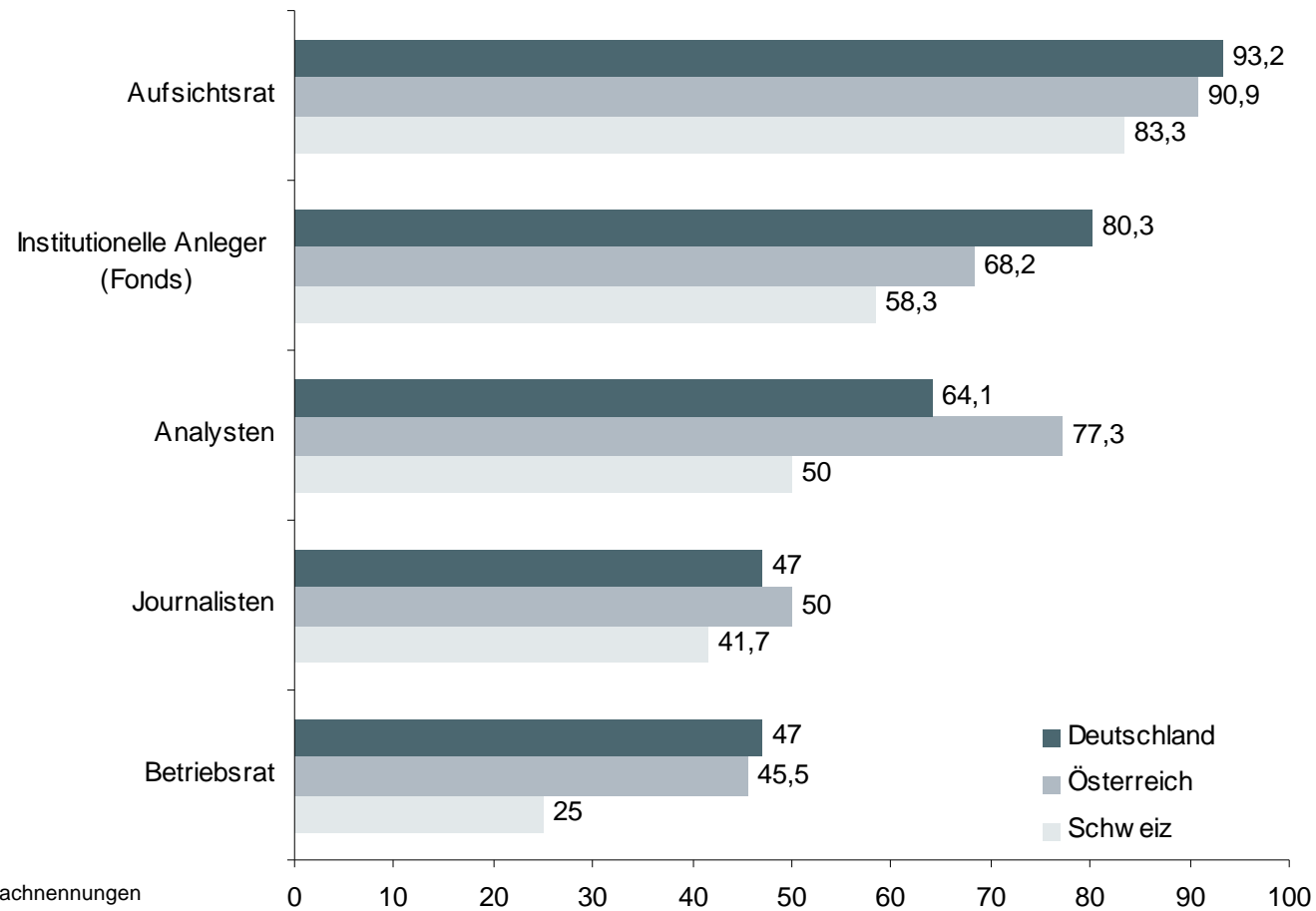
Alle Nennungen; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

# Zielgruppen neben Vorstand und IR, die maßgeblich in die Defence Communication...



## Ländervergleich Top 5

...eingebunden werden sollten, wenn ein feindliches Übernahmeangebot vorliegt.



Alle Nennungen; Mehrfachnennungen möglich; Werte in %

Zielgruppen neben Vorstand und IR, die maßgeblich in die Defence Communication...



**Ländervergleich** ...eingebunden werden sollten, wenn ein feindliches Übernahmeangebot vorliegt.

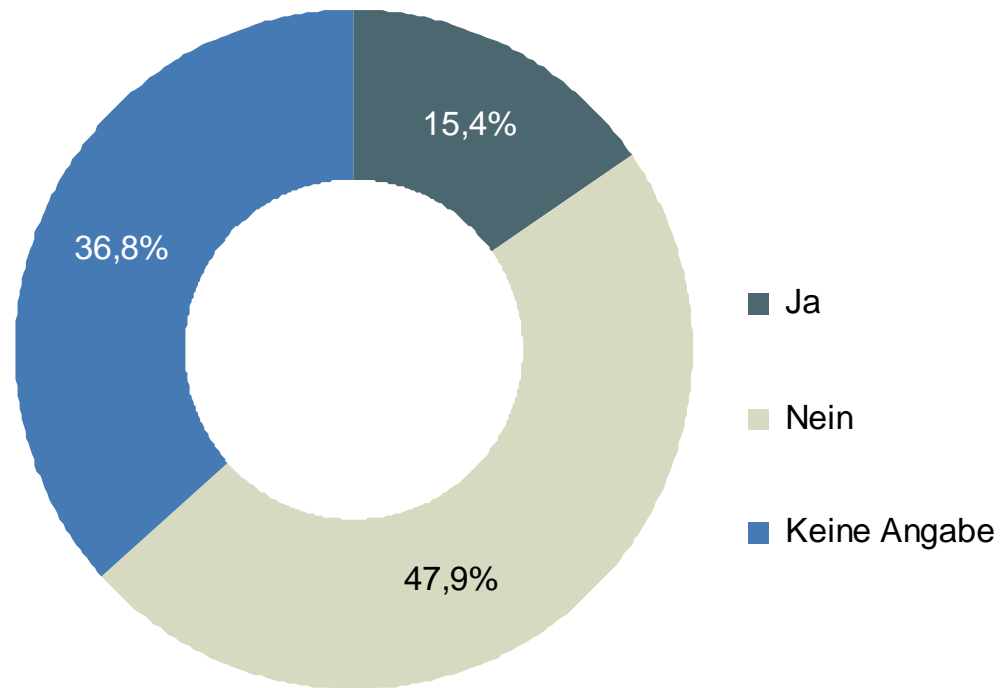
- Der Aufsichtsrat ist über alle Länder hinweg die wichtigste Zielgruppe, die neben Vorstand und IR maßgeblich eingebunden werden sollte – Deutschland (93%), Österreich (91%), Schweiz (83%).
- Maßgeblich eher weniger einbezogen werden sollten länderübergreifend Lieferanten und Kunden (< 25%) sowie Verbände (< 20%).



# Besteht in Ihrem Unternehmen eine Defence-Communication-Strategie?



## Deutschland



## Besteht in Ihrem Unternehmen eine Defence-Communication-Strategie?



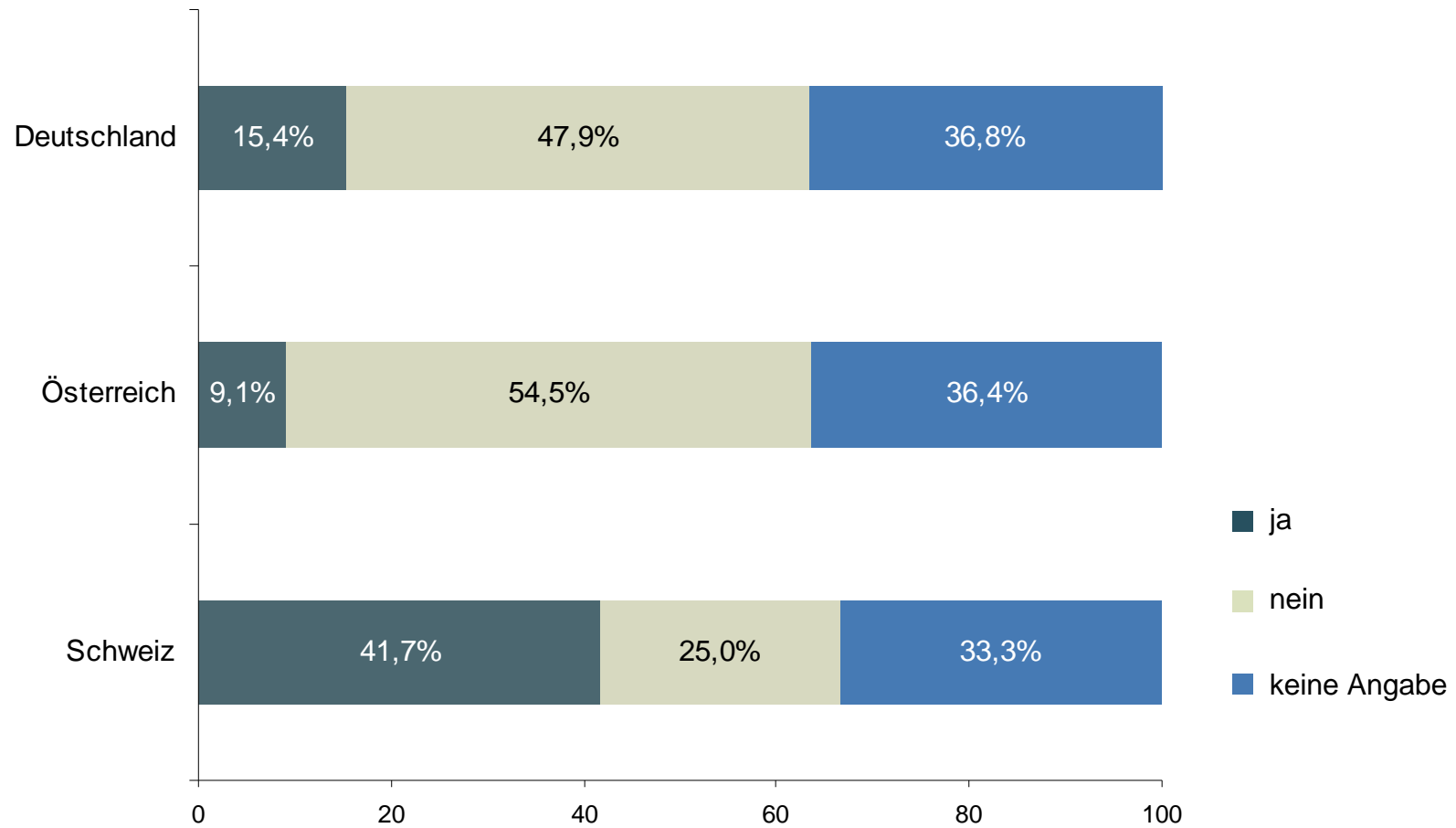
### Deutschland

- Mit zunehmender Analysten-Coverage (bis 50) und mit zunehmender Mitarbeiteranzahl (bis 20) besteht in den Unternehmen eine Defence-Communication-Strategie.
- 40% aller DAX-Unternehmen haben eine Strategie, wohingegen 75% der SDAX-Unternehmen keine Strategie nicht besitzen.

# Besteht in Ihrem Unternehmen eine Defence-Communication-Strategie?



## Ländervergleich



## Besteht in Ihrem Unternehmen eine Defence-Communication-Strategie?



### Ländervergleich

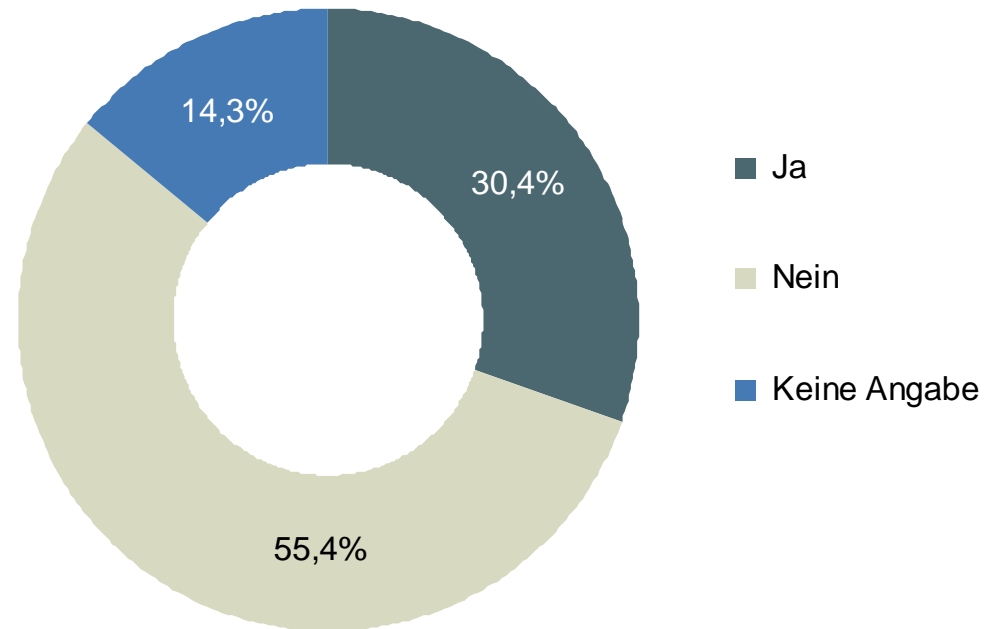
- 15% der Unternehmen in Deutschland (18 von 117), 9% der Unternehmen in Österreich (2 von 22) und 42 % der Unternehmen in der Schweiz (10 von 24) haben eine Defence-Communication-Strategie – die Schweiz ist klarer Spitzenreiter.
- Das Thema Defence-Communication-Strategie ist in allen drei Ländern Verschlussache: Mehr als ein Drittel der Unternehmen machen dazu keine Aussage.

# Unternehmen, die keine Defence-Communication-Strategie haben,



**Deutschland**

planen eine für die Zukunft...

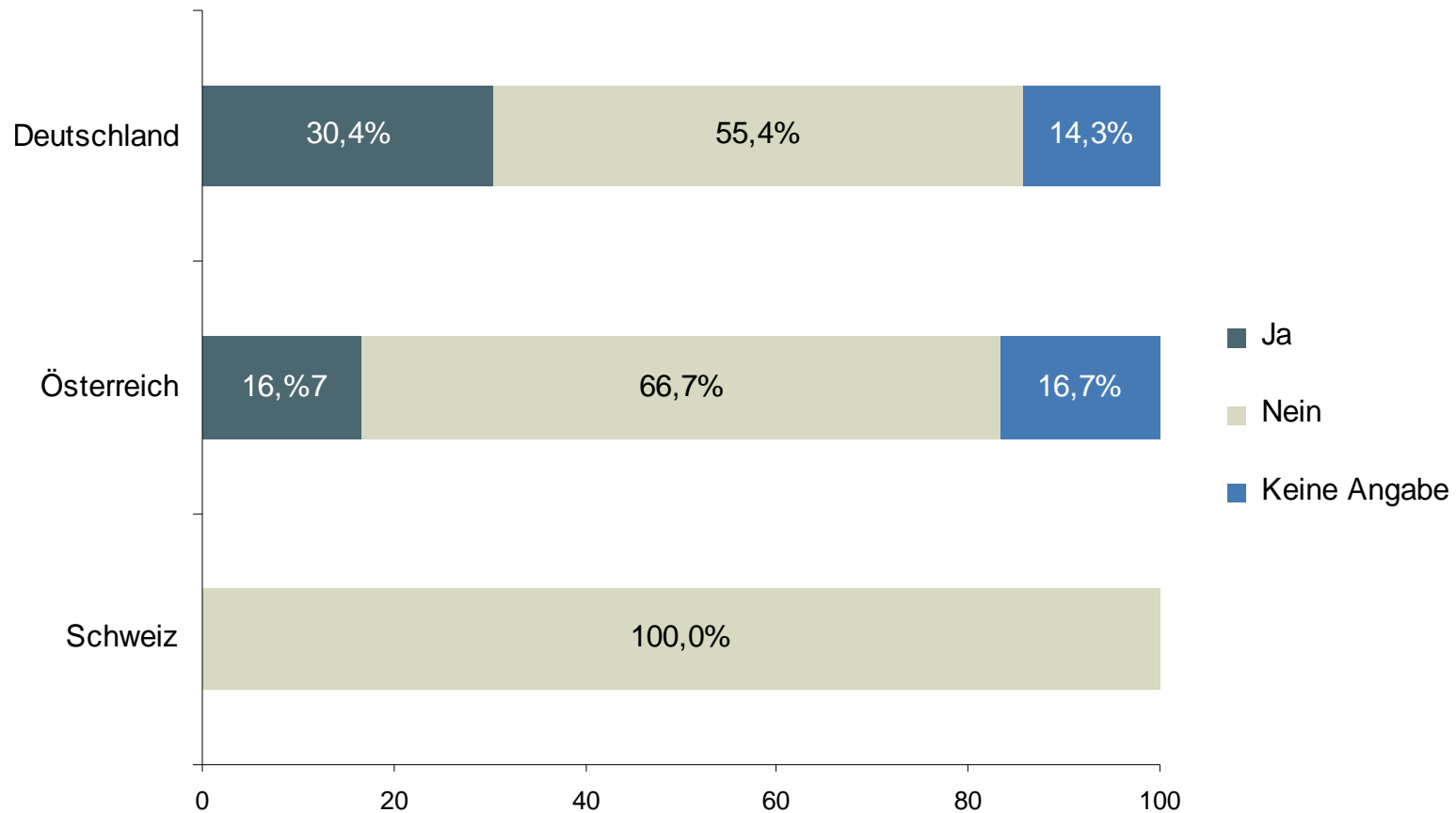


Deutschland (n=56)

# Unternehmen, die keine Defence-Communication-Strategie haben,



## Ländervergleich planen eine für die Zukunft...



Deutschland (n=56), Österreich (n=12), Schweiz (n=6)

## Defence-Communication-Strategie: Wird es zukünftig eine geben?

### Ländervergleich

- 30% der Unternehmen in Deutschland (17 von 56), 17% der Unternehmen in Österreich (2 von 12) und kein Unternehmen in der Schweiz (0 von 6) planen, in der Zukunft eine Defence-Communication-Strategie zu erstellen.
- Das Bild ist daher eher ernüchternd: 55% in Deutschland, 67% in Österreich und alle Unternehmen in der Schweiz planen keine Strategie für die Zukunft. Die verbleibenden Unternehmen haben keine Aussage getroffen.

DIRK

Deutscher  
Investor Relations  
Verband e.V.



## DIRK Herbstumfrage 2007

DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e.V.  
Kay Bommer  
Baumwall 7 (Überseehaus)  
20459 Hamburg  
Tel. +49 (0)40 4136-3960  
Fax +49 (0)40 4136-3969  
info@dirk.org  
www.dirk.org

GfK AG  
Bernhard Wolf  
Nordwestring 101  
90319 Nürnberg  
Tel. +49 (0)911 395-2012  
Fax +49 (0)911 395-4075  
bernhard.wolf@gfk.com  
www.gfk.com