

# *Investor Relations-Panel, I / 2013*

## *Eine Befragung von IR-Managern in Deutschland*

---

*Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert*

Whitepaper für kapitalmarktrelevante  
Hintergründe · Thesen · Meinungen · Statistiken

### I/2013: Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

Keine Volksaktien und schon gar kein New-Economy-Boom konnten in Deutschland die Aktie als Geldanlage in der Breite der Gesellschaft nachhaltig verankern. Fallen Privataktionäre bei der IR-Arbeit durchs Raster? Oder wird ihnen ein gemessen an ihrem Aktienanteil viel zu großer Stellenwert zugesprochen? Die erste Runde des IR-Panels 2013 geht der Frage auf den Grund, wie es um die Rolle der Privatanleger in den IR-Abteilungen bestellt ist – in der strategischen Zielsetzung und im Investor-Relations-Alltag. Und ob IR-Manager positiv auf die Aktienkultur in Deutschland einwirken können.

#### Die unbekanntenen Großaktionäre

Fast 90 Prozent der befragten IR-Manager sehen sich in der Lage, die Anlegergruppe der Privatanleger nicht nur von den »Institutionellen« abzugrenzen, sondern auch eine Schätzung über ihren Anteil am Aktionariat abzugeben. Und dabei entpuppen sich die vermeintlichen Kleinanleger aggregiert oft als wahre Großaktionäre: 28 Prozent der befragten Aktiengesellschaften, die nicht in einem Index geführt werden, schätzen den Anteil an Privataktionären am eigenen Aktionariat auf mindestens 40 Prozent. Bei den indexgelisteten Unternehmen sind es dagegen nur 16 Prozent.

#### DAX legt Wert auf Kleinanleger

Umso erstaunlicher, dass die Indexunternehmen den Privataktionären eine höhere Bedeutung beimessen. Obwohl in der Panel-Befragung drei Viertel aller Firmen Privatanleger als loyale und im Vergleich zu institutionellen Investoren längerfristig am Unternehmen interessierte Anleger sehen, treten in der Beurteilung der Relevanz dieser Anlegergruppe spürbare Unterschiede

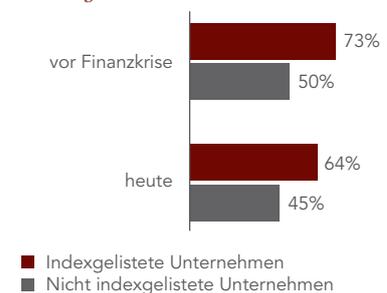
auf. 63 Prozent der Indexunternehmen halten Privatanleger für »sehr wichtige« oder »wichtige« Aktionäre ihres Unternehmens – bei den DAX-Werten sind es sogar 75 Prozent. Bei den kleineren, nicht in einem Index vertretenen Unternehmen äußert sich nicht einmal jedes zweite der befragten Unternehmen entsprechend (45 Prozent).

Noch augenfälliger: 67 Prozent der teilnehmenden DAX-Unternehmen geben an, ihre IR-Privatanlegeraktivitäten künftig verstärken zu wollen. Der Durchschnitt der in einem Index vertretenen Firmen liegt hier bei 37 Prozent. Bei den nicht in einem Index notierten Gesellschaften planen dies dagegen verschwindend geringe vier Prozent. Fühlen sich die Blue Chips hier etwa in die Pflicht genommen, die Aktionärskultur in Deutschland zu stärken? Gerade einmal 16 Prozent der IR-Manager der befragten Indexunternehmen geben an, einen höheren Privatanlegeranteil als strategisches Ziel zu verfolgen. Aber 84 Prozent stimmen der Aussage zu, dass sich gute IR-Arbeit längerfristig positiv auf die Aktionärskultur in Deutschland auswirkt. Dies sehen ihre Kollegen aus den Nebenwerten übrigens ganz ähnlich (74 Prozent Zustimmung).

Gefragt wurden die IR-Manager auch, wie sie die Bedeutung der Privatanleger vor sechs Jahren – und damit vor der Finanzkrise – einschätzen. Die Tendenz: Ihr Stellenwert war zu diesem Zeitpunkt höher. Bei den Indexunternehmen etwa gaben 73 Prozent an, Privataktionäre damals als »sehr wichtig« oder »wichtig« angesehen zu haben, ein um fast zehn Prozentpunkte höherer Wert als heute. Bedenkt man, dass die Zahl der direkten Aktionäre in

Deutschland im gleichen Zeitraum von zeitweise über vier Millionen auf unter dreieinhalb Millionen abgenommen hatte, ist diese Entwicklung als weniger dramatisch zu werten.

#### Privatanleger sind sehr wichtige / wichtige Aktionäre



#### Selbstverständlicher Service

Sowohl bei den Indexunternehmen als auch bei den Nebenwerten geben 84 Prozent der IR-Verantwortlichen an, die Betreuung von Privatanlegern als »selbstverständlichen Teil des Aktionärs-services aufzufassen, ohne die Anlegergruppe gezielt zu umwerben«. So hoch die Zustimmung zu dieser Aussage auch ist, lässt sie dennoch Interpretationsspielraum: Einerseits wird die Betreuung der Privatanleger als selbstverständlich angesehen, andererseits suggeriert das Statement, die Privatanleger würden als notwendiges Übel aufgefasst.

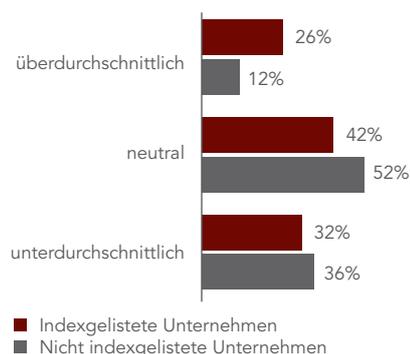
#### Bei Nebenwerten zählt die Effizienz

Ist es vielleicht der Arbeitsaufwand, der viele IR-Verantwortliche davon abhält, die Privatanleger als Zielgruppe ins Visier zu nehmen? Drei Viertel der am IR-Panel teilnehmenden indexgelisteten Organisationen schreiben der IR-Arbeit mit Privatanlegern einen maximalen Arbeitsaufwand von 20 Prozent im Vergleich zur IR-Arbeit mit institutionellen Investoren zu. Bei den nicht in einem Index notierten Betrieben sind es nur knapp mehr als die Hälfte. Obwohl der

### I/2013: Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

Stellenwert der Privatanleger bei den Indexunternehmen höher eingeschätzt wird, stufen sie den mit ihnen entstehenden Arbeitsaufwand – im Verhältnis – als geringer ein. Rund ein Viertel der nicht in einem Index gelisteten Unternehmen bezeichnet den Aufwand für Privatanleger gar als genau so hoch wie bei den institutionellen Investoren. Ein Indiz, dass gerade die kleineren Unternehmen sehr genau darauf achten, die eigene IR-Arbeit in ein ökonomisch sinnvolles Aufwands-Ertrags-Verhältnis zu stellen. Denn obwohl der auf eigenen Einschätzungen der Panel-Teilnehmer basierende Privatanlegeranteil bei den Nebenwerten höher ist, gaben nur 12 Prozent der Nebenwerte-IR-Manager an, der Arbeitsaufwand sei im Verhältnis zum Anteil am Aktionariat überdurchschnittlich. Bei den indexnotierten Gesellschaften sind es immerhin 26 Prozent.

#### Der Aufwand mit Privatanlegern in Bezug auf ihren Anteil am Aktionariat ist ...



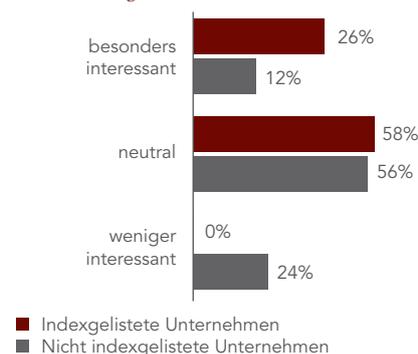
In diesem Zusammenhang auch interessant: 26 Prozent der in einem Index notierten befragten Unternehmen haben eigens auf die Anlegergruppe der Privatanleger spezialisierte IR-Mitarbeiter. Im DAX sind es fünf von insgesamt sechs an diesem Panel teilnehmenden Unternehmen, bei den nicht in einem

Index vertretenen Werten kein Einziges. Knapp 90 Prozent machen hierfür die geringe Größe des eigenen IR-Teams verantwortlich.

#### Selbstzweifeln Small Caps?

Zudem haben wir die Investor-Relations-Verantwortlichen um eine Selbsteinschätzung hinsichtlich der Eignung ihres Unternehmens als Investment für Privatanleger gebeten. Die allgemeine Zurückhaltung der kleineren Unternehmen setzt sich hierbei eindeutig fort. Jeder vierte IR-Manager aus einem nicht in einem Index notiertem Unternehmen sieht seine Gesellschaft als weniger interessant für Privatanleger an und nur jeder Fünfte als besonders interessant. Wesentlich selbstbewusster sind da die indexgelisteten Firmen - 42 Prozent empfinden sich als besonders interessant. Als Gründe für ihre selbst empfundene Privatanlegerattraktivität führen sie vor allem ihre hohe Bekanntheit und die regelmäßigen Dividendenzahlungen (jeweils 63 Prozent) an. Kein einziges der in einem Index vertretenen Unternehmen, die im Zuge dieses IR-Panels befragt wurden, sieht die eigene Aktie als wenig geeignetes Privatanlegerinvestment.

#### Wie bewerten Sie die Eignung Ihres Unternehmens als Investment für Privatanleger?



#### Events bleiben eher ein Kanal in der Ansprache institutioneller Investoren

Eher auf Distanz zu den Kleinaktionären gehen die Nebenwerte-IR-Manager auch in der Wahl der Kommunikationsmittel. Über 50 Prozent veranstalten keinerlei Vor-Ort-Events für Privatanleger. Wenn überhaupt geschieht dies im Rahmen der Hauptversammlung (28 Prozent), auf Privatanlegermessen oder auf Anregung interessierter Anleger (jeweils 12 Prozent). Regelmäßig und auf Eigeninitiative hin führen solche Veranstaltungen nur DAX- und MDAX-Unternehmen durch – schon bei SDAX und TecDAX beginnt der »Ausschluss der Öffentlichkeit«.

Neben der obligatorischen IR-Website werden vor allem E-Mail-Aussendungen (76 Prozent aller befragten Unternehmen) genutzt, um aktiv Kontakt zu den Aktionären aufzubauen. Als probates Mittel wird auch der Aktionärsbrief aufgefasst. Diese Form der Ansprache wird von immerhin 21 Prozent der Indexunternehmen und 24 Prozent der Nicht-Indexunternehmen genutzt. Auffällig ist vor allem, dass die Wirtschafts- und Finanzpresse im Hinblick auf die Privatanlegerkommunikation keine übermäßig dominante Rolle spielt, obwohl doch gerade die Reichweitenwirkung und die Glaubwürdigkeit der so vermittelten Informationen gegenüber der Organisation von Events oder der klassischen Anzeigenschaltung ein naturgemäß gutes Aufwands-Nutzen-Verhältnis stiftet. Daher erscheint es durchaus überraschend, dass gut ein Drittel der Indexgesellschaften und fast die Hälfte der Small Caps in der Wirtschafts- und Finanzpresse keinen Kommunikationskanal ihrer Wahl sehen. Mit Blick auf das in

# Investor Relations-Panel



## Eine Befragung von IR-Managern in Deutschland

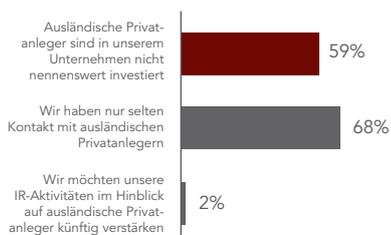
### I/2013: Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

der jüngeren Vergangenheit stark gehypte Segment Social Media erweist sich alleine der Micro-Blogging-Dienst Twitter – den bei den indexnotierten Unternehmen immerhin jedes Fünfte nutzt – aus Sicht der befragten IR-Manager als adäquates Mittel in der Privatanlegerkommunikation. Große Namen wie Facebook oder Youtube spielen im IR-Bereich dagegen bisher kaum eine Rolle – unabhängig von der Unternehmensgröße.

#### Privatanleger-IR ist nationales Geschäft

Eine weitere Erkenntnis, die IR-Praktiker vermutlich weniger überrascht, aber durch das Panel eindrucksvoll bestätigt wird: Privatanleger zeichnen sich durch ihren ausgeprägten »Home Bias« aus, beschränken sich bei der Aktienauswahl also weitgehend auf ihr Heimatland. 59 Prozent aller Panel-Teilnehmer geben an, internationale Privatanleger (in unserer Umfrage: außerhalb der DACH-Region) seien in ihrem Unternehmen nicht nennenswert investiert. Und nur fünf Prozent geben an, überhaupt regelmäßig Kontakt zu ausländischen Privatanlegern zu haben.

#### Welche Aussagen stimmen Sie mit Blick auf ausländische Privatanleger zu?



#### Fazit

Die Mehrheit der Unternehmen hat ein grundsätzliches Interesse daran, auch Privatanleger im eigenen Aktionari-

at nennenswert vertreten zu wissen. Mehr als zwei Drittel der befragten IR-Manager schätzen sie als loyal und – im Vergleich zu institutionellen Investoren – längerfristig am Unternehmen interessiert ein. Erstaunlich jedoch: Die nicht in einem Index vertretenen Nebenwerte haben zwar den eigenen Schätzungen zufolge einen höheren Privatanlegeranteil, doch räumen sie dieser Gruppe in der Gesamtschau eine geringere Bedeutung als die großen Unternehmen ein.

Einig sind sich die teilnehmenden IR-Manager darin, dass ihre solide Arbeit einen positiven Einfluss auf die Aktienkultur in Deutschland haben kann. Und diese Arbeit könnte sich lohnen. Bei 4,7 Billionen Euro an Geldvermögen in Deutschland würde eine um fünf Prozentpunkte auf zehn Prozent gesteigerte Aktienquote dem Markt 235 Milliarden Euro zuführen. Den angesprochenen »Home Bias« der Privatanleger angenommen, bliebe für den deutschen Markt ein Volumen, das die gesamte Marktkapitalisierung aller MDAX-Werte bei weitem übertrifft.

Doch weshalb lassen die großen Unternehmen Privatanlegern einen höheren Stellenwert zukommen? Ihre Namen sind bekannt und wirken somit verlässlicher auf Privatanleger, die hinsichtlich ihres Anlageverhaltens neben der Rendite vor allem auf die gefühlte Sicherheit ihres Investments bedacht sind. Zudem besitzen große Konzerne auch die Kapazitäten, um eigens auf diese Anlegergruppe spezialisierte IR-Mitarbeiter anzustellen. Doch dies darf für die kleineren Unternehmen kein Totschlagargument sein, ihre bestehenden oder auch potenziellen Privatanleger in der IR-Arbeit außen vor zu

lassen. Es gilt vielmehr, Wege und Strategien zu entwickeln, wie auch mit begrenzten finanziellen und personellen Ressourcen eine zielführende Privatanlegerkommunikation betrieben werden kann. In diesem Zusammenhang ist besonders die den Ergebnissen dieses Panels zufolge eher geringe Einbeziehung der Wirtschafts- und Finanzpresse zu nennen. Viele der Small Caps verfügen über einzigartige Geschäftsmodelle, bedienen lukrative Nischen und wachsen stark – es weiß nur kaum einer. Darauf zu warten, dass ein Journalist auf das Unternehmen zukommt, ist zu wenig. Privatanleger erweisen sich in Unternehmenskrisen meist als treue Aktionäre und können gerade bei kleineren Unternehmen eine wichtige Rolle hinsichtlich eines regelmäßigen »Grundrauschens« beim Handelsvolumen der Aktie spielen. Unternehmen sollten sich von den teilweise kuriosen Redebeiträgen von Kleinanlegern auf der jährlichen Hauptversammlung nicht täuschen lassen: Privatanleger sind in ihrer Gesamtheit eine wichtige Zielgruppe und sollten in die IR-Strategie intelligent eingebunden werden.

www.cometis.de  
Spezialisten für Finanzkommunikation, Investor Relations, Corporate Communications und Medientraining

#### Kontakt

cometis AG

Unter den Eichen 7  
65195 Wiesbaden

Telefon: +49 (0) 611 20 58 55-0

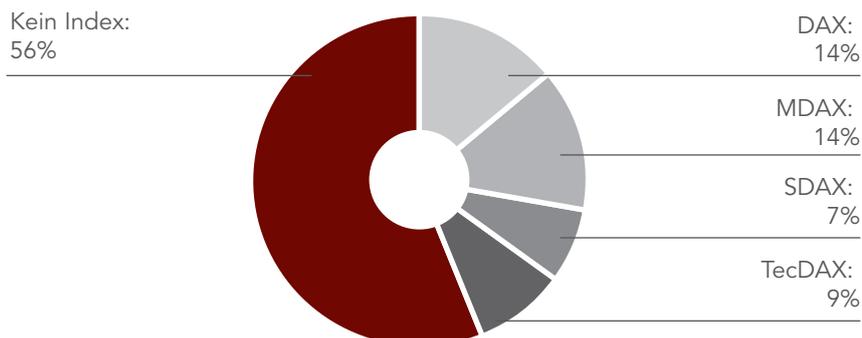
Fax: +49 (0) 611 20 58 55-66

Mail: info@cometis.de

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 1:

In welchem Index ist Ihr Unternehmen vertreten?



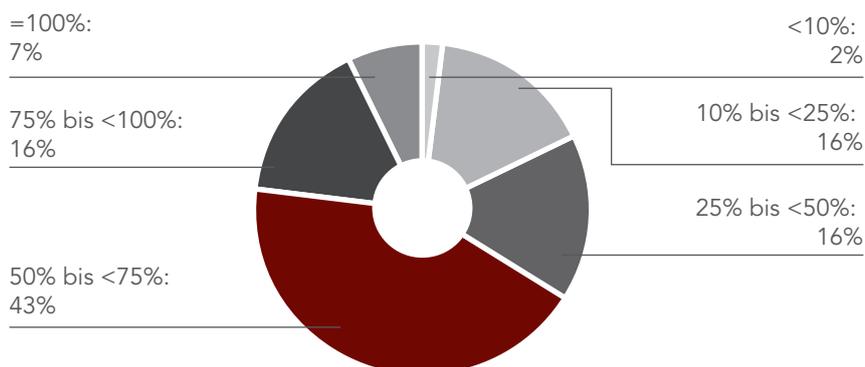
#### Kommentar

Mehrheit nicht in einem Index vertreten

Befragt wurden börsennotierte Unternehmen in Deutschland. Gesellschaften aus allen wichtigen Aktienindizes der Frankfurter Wertpapierbörse haben teilgenommen, wobei 56 % der Teilnehmer nicht in einem der Auswahlindizes vertreten sind.

#### Frage 2:

Wie hoch ist Ihr Freefloat nach Definition der Deutschen Börse AG?



#### Kommentar

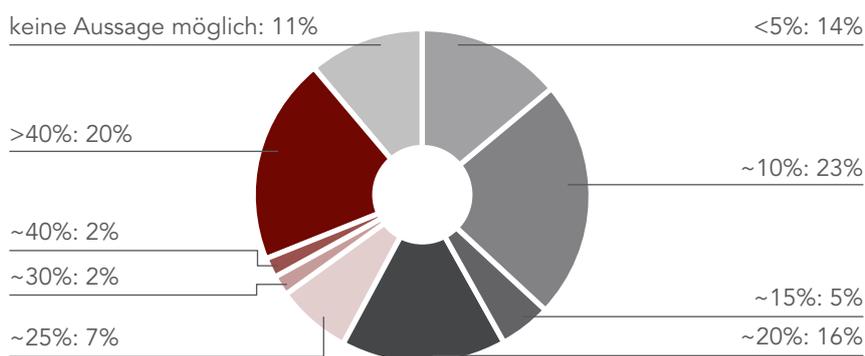
Indexunternehmen mit höherem Freefloat

Rund zwei Drittel der am Panel teilnehmenden Unternehmen sind zu mindestens 50 % in Streubesitz. Einen unter 10 % liegenden Freefloat haben nur 2 % der Panelteilnehmer vorzuweisen. Keines der in einem Index vertretenen Unternehmen, die sich am IR-Panel beteiligt haben, definiert den eigenen Streubesitz auf weniger als 25 %. Die Hälfte der teilnehmenden DAX-Unternehmen weist sogar einen Freefloat von 100 % auf. Bei rund einem Drittel der nicht in einem der Indizes vertretenen Organisationen beläuft sich der Streubesitz hingegen auf weniger als 25 %.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 3:

Wie hoch schätzen Sie den Anteil der Privatanleger im Aktionärskreis Ihres Unternehmens (bezogen auf das gesamte Aktienkapital) ein?



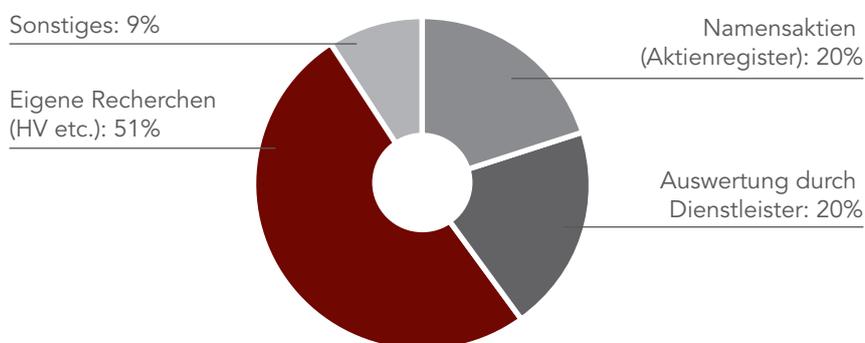
#### Kommentar

Nicht indexgelistete Unternehmen mit höherem Privatanlegeranteil

Nur 20% der Panelteilnehmer schätzen den Privatanlegeranteil am eigenen Unternehmen auf mehr als 40%. Dabei gibt es spürbare Unterschiede zwischen Indexunternehmen und nicht in einem Index geführten Organisationen: 28% der nicht in einem Index vertretenen Firmen haben der eigenen Einschätzung nach einen über 40% liegenden Privatanlegeranteil. Bei den notierten Unternehmen sind es im Schnitt nur 16%, die befragten DAX-Unternehmen gehen von einem maximalen Privatanlegeranteil von 25 Prozent aus. Insgesamt schätzen fast 60% der Gesellschaften den eigenen Privatanlegeranteil auf maximal 20%.

#### Frage 4:

Woher beziehen Sie Ihr Wissen über die Aktionärsstruktur in Bezug auf Privatanleger?



#### Kommentar

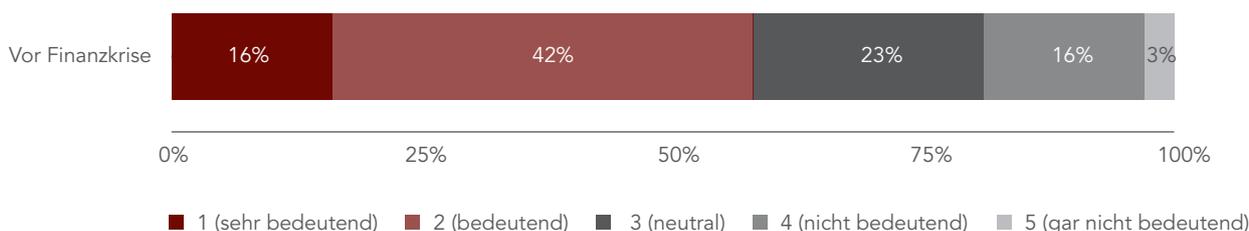
Nebenwerte recherchieren Privatanlegeranteile selbst

Die Hälfte der befragten Aktiengesellschaften greift bei der Identifizierung des eigenen Privatanlegeranteils auf eigene Recherchen zurück, z. B. über Präsenzmeldungen auf der Hauptversammlung. Während die befragten DAX- und MDAX-Mitglieder das eigene Aktienregister oder externe Dienstleister zur Bestimmung des eigenen Privatanlegeranteils nutzen, greifen die nicht in einem Index vertretenen Gesellschaften überwiegend auf Eigenrecherchen zurück.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 5:

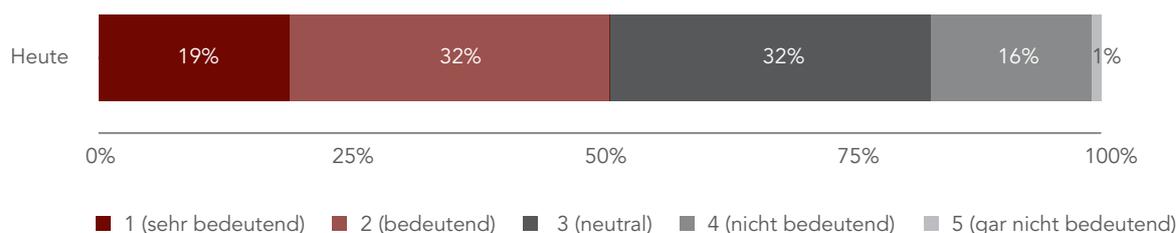
Ganz allgemein: Für wie bedeutend halten Sie Privatanleger als Aktionäre Ihres Unternehmens? (1 = sehr bedeutend; 5 = überhaupt nicht bedeutend)



#### Kommentar

Mehrheit betrachtet Privatanleger als bedeutende Aktionäre

Mit 58% sahen weit mehr als die Hälfte der am Panel teilnehmenden Unternehmen Privatanleger vor der Finanzkrise als sehr bedeutende oder bedeutende Aktionäre an. Bei den befragten DAX-Unternehmen sind es gar 100%. Somit schrieben die DAX-Gesellschaften den Privatanlegern vor der Finanzkrise die größte Bedeutung unter allen befragten Unternehmen zu. Nur 50% der nicht in einem Index vertretenen Unternehmen sahen Privataktionäre als mindestens bedeutende Aktionäre an.



#### Kommentar

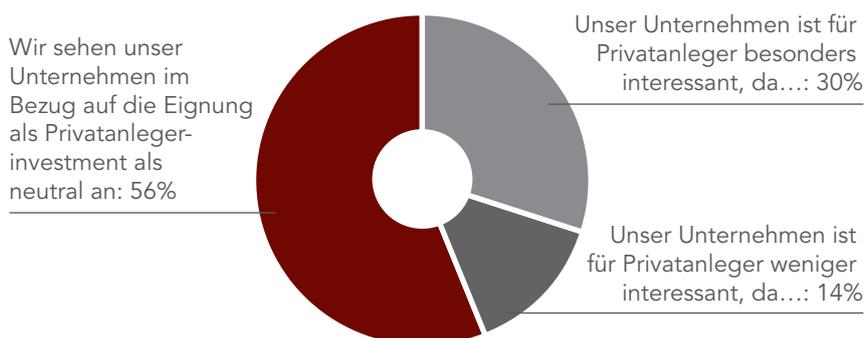
Bedeutungsverlust der Privatanleger

Nur noch rund die Hälfte der befragten Gesellschaften sehen die Privatanleger zum Zeitpunkt der Erhebung (März 2013) als sehr bedeutende oder bedeutende Aktionäre an. Bei den DAX-Unternehmen sind es nach 100% vor der Finanzkrise noch 75%. Ein leichter Relevanzverlust ist auch bei den nicht in einem Index gelisteten Firmen zu beobachten: Noch 45% aller Nebenwerte schreiben den Privataktionären einen mindestens bedeutenden Stellenwert zu.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 6:

Wie bewerten Sie die Eignung Ihres Unternehmens als Investment für Privatanleger?



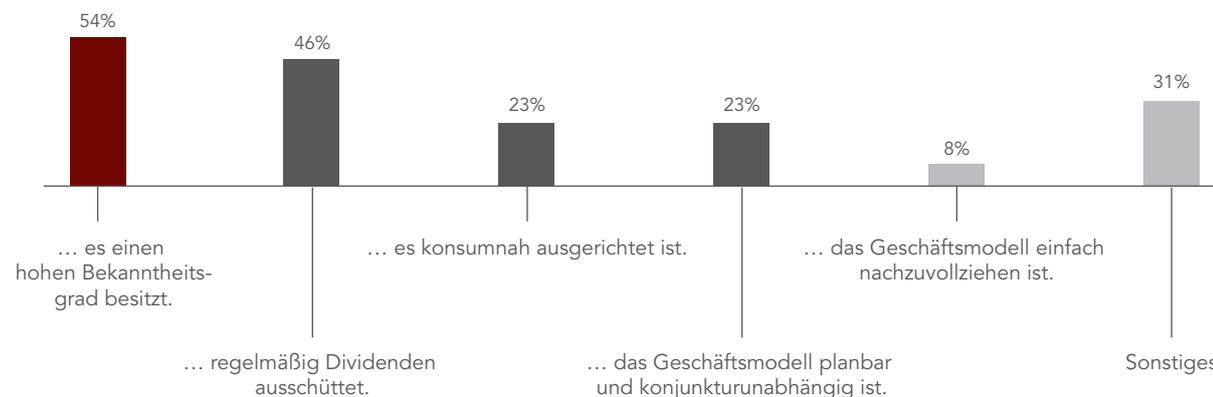
#### Kommentar

Indexunternehmen befinden die eigene Aktie als interessantes Privatanlegerinvestment

30% der IR-Manager sehen im eigenen Unternehmen ein interessantes Privatanlegerinvestment, wobei dies bei einem Drittel aller befragten Indexunternehmen und 20% der nicht gelisteten Betrieben der Fall ist. Als nicht interessant für Privatanleger stuft sich kein einziges der in einem Index vertretenen Unternehmen ein, bei den Nebenwerten sind es 24%.

#### Frage 7:

Unser Unternehmen ist für Privatanleger besonders interessant, da...  
(Mehrfachnennung möglich)



#### Kommentar

Attraktiv für Privatanleger dank hohem Bekanntheitsgrad und Dividenden

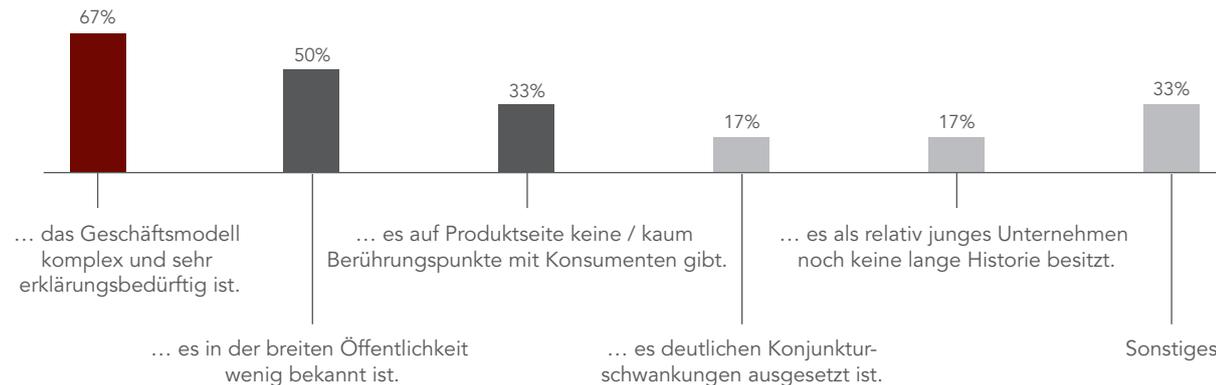
Die befragten Unternehmen, die sich als interessantes Investment für Privatanleger wännen, führen dies hauptsächlich auf einen hohen Bekanntheitsgrad (54%) und die regelmäßige Ausschüttung von Dividenden zurück (46%). Indexunternehmen führen hierbei ihren hohen Bekanntheitsgrad und eine regelmäßige Dividendenzahlung an (jeweils 63%), die nicht in einem Index vertretenen Firmen neben einem hohen Bekanntheitsgrad vor allem eine konsumnahe Ausrichtung (jeweils 40%).

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 8:

Unser Unternehmen ist für Privatanleger weniger interessant, da...

(Mehrfachnennung möglich)



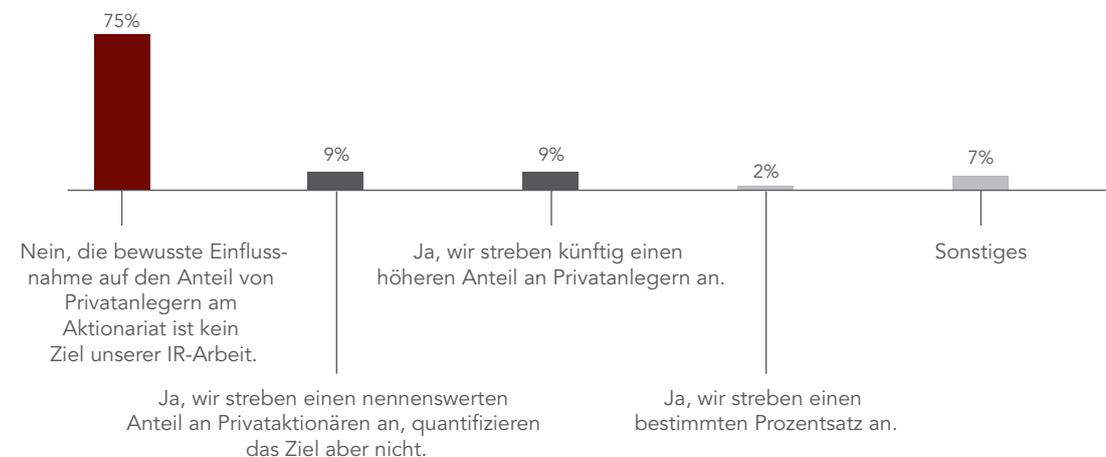
#### Kommentar

Schwer verständliche Geschäftsmodelle und geringe Bekanntheit für mangelnde Small Cap-Attraktivität verantwortlich

Die IR-Verantwortlichen, die ihr eigenes Unternehmen als weniger interessant für Privatanleger einstufen (ausschließlich nicht indexgelistete Gesellschaften), führen die geringe Attraktivität hauptsächlich auf ein erklärungsbedürftiges und komplexes Geschäftsmodell (67%) und einen geringen Bekanntheitsgrad (50%) zurück.

#### Frage 9:

Verfolgen Sie ein strategisches Ziel in Bezug auf den Anteil der Privatanleger? (Mehrfachnennung möglich)



#### Kommentar

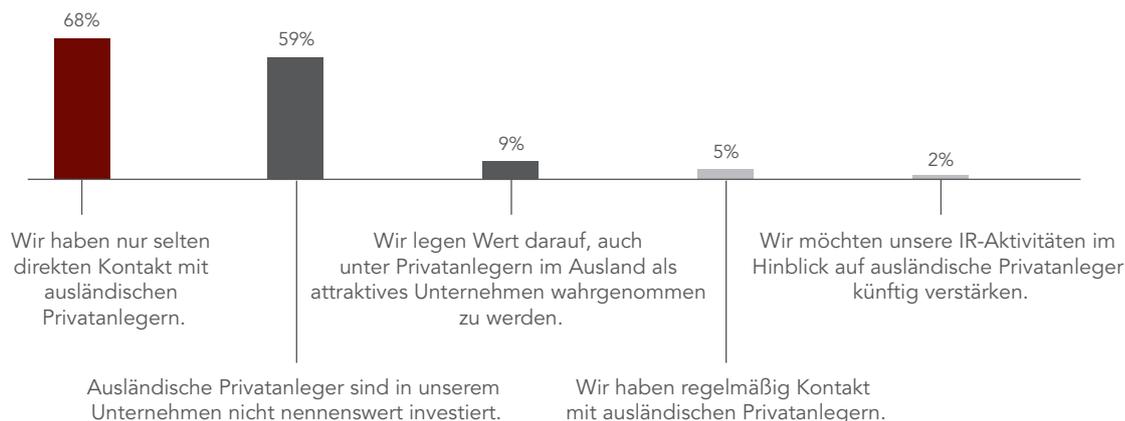
Privatanleger gerade bei nicht indexgelisteten Unternehmen kein strategisches IR-Ziel

Drei Viertel der befragten Unternehmen haben kein strategisches IR-Ziel mit Blick auf Privatanleger, wobei auch hier klare Unterschiede zwischen indexnotierten und nicht in einem Index vertretenen Unternehmen zu verzeichnen sind: Bei den Indexunternehmen bejahen dies 37%, bei den Nebenwerten nur 8%.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 10:

Welchen Aussagen stimmen Sie in Bezug auf ausländische Privatanleger zu?  
(Mehrfachnennung möglich)



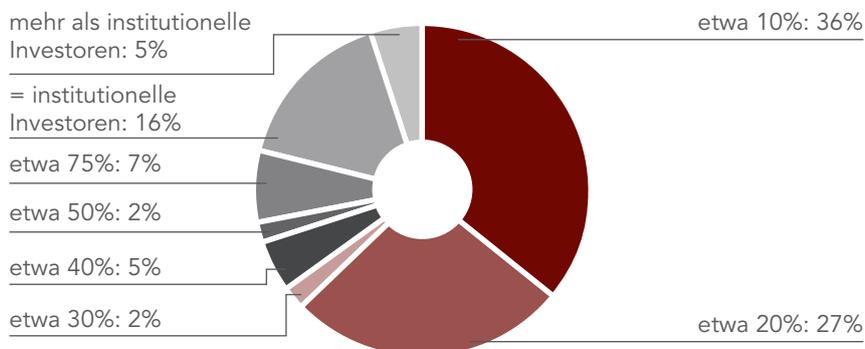
#### Kommentar

Selten Kontakt zu ausländischen Privatanlegern

Mehr als zwei Drittel der Unternehmen gaben an, nur selten Kontakt mit ausländischen Privatanlegern zu haben. Ein Hauptgrund dafür vermutlich: Rund 60% verzeichnen keine nennenswerte Beteiligung ausländischer Privatanleger am eigenen Unternehmen. Nur einige der DAX-Konzerne legen Wert auf eine attraktive Wahrnehmung des eigenen Unternehmens bei ausländischen Privaktionären (33%) oder pflegen einen regelmäßigen Kontakt zu ausländischen Privatanlegern.

#### Frage 11:

Schätzen Sie bitte den mit Privatanleger-IR verbundenen Arbeitsaufwand relativ zu dem Arbeitsaufwand mit institutionellen Anlegern ein.



#### Kommentar

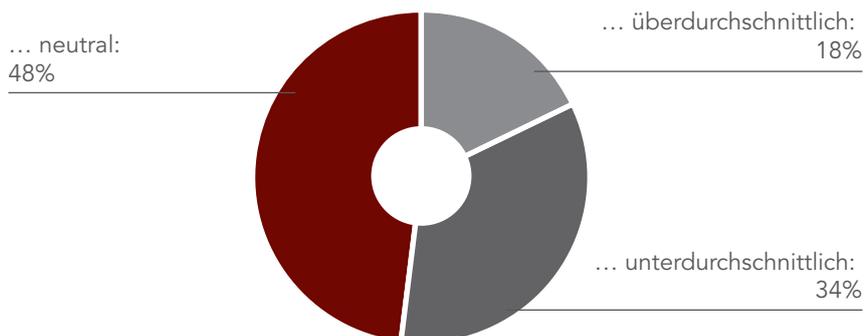
Deutlich geringerer IR-Aufwand bei privaten Aktionären

Fast zwei Drittel aller am Panel teilnehmenden Unternehmen schätzen den mit Privatanlegern entstehenden IR-Aufwand auf maximal 20% des mit institutionellen Investoren entstehenden Aufwands. Etwa 20% der Unternehmen sehen den IR-Arbeitsaufwand mit privaten Anlegern als genau so hoch oder höher als mit institutionellen Investoren.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 12:

Damit ist der Aufwand in Bezug auf den Privatanlegeranteil am Aktionariat...?



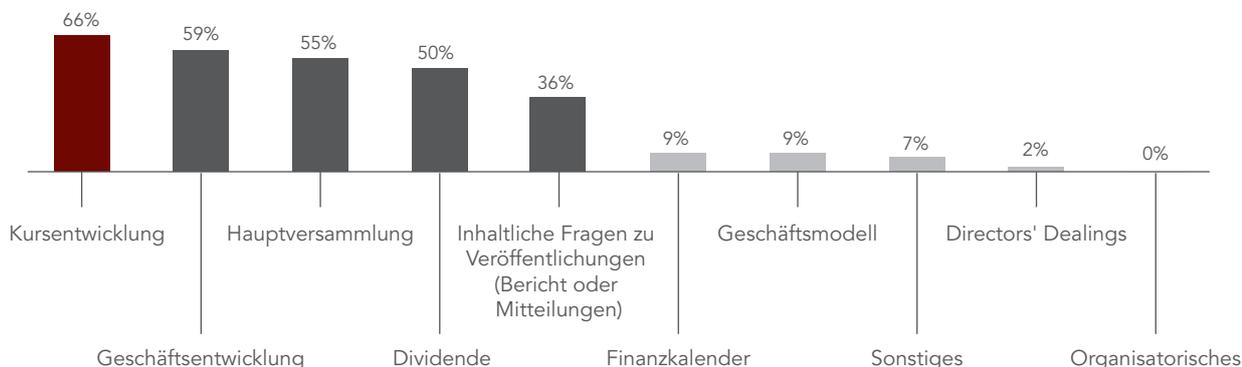
#### Kommentar

Eher geringer Arbeitsaufwand mit Privatanlegern

Ein Drittel der befragten Unternehmen empfindet den Arbeitsaufwand mit Privatanlegern in Bezug auf deren Anteil am Aktionariat als unterdurchschnittlich. 18% sehen ihn hingegen als überdurchschnittlich. Die Indexgesellschaften sehen den Arbeitsaufwand mit privaten Anlegern relativ zu deren Anteil am Aktionariat eher als überdurchschnittlich (26%) als die nicht in einem Index geführten Unternehmen (12%).

#### Frage 13:

Bitte nennen Sie die Top-3-Themen der Auskunftswünsche von Privatanlegern aus Ihrer Erfahrung.



#### Kommentar

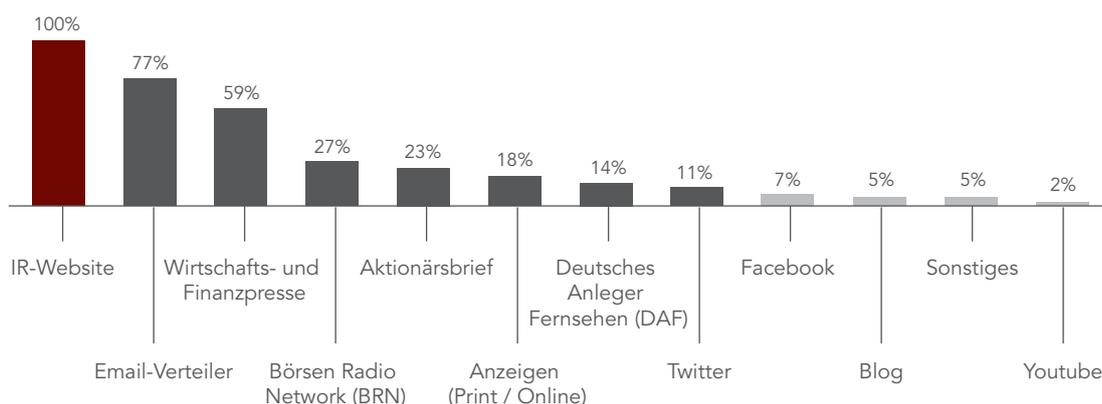
Aktuelle Entwicklungen verlangen nach Erklärung durch IR-Abteilungen

Die Kurs(66%)- und Geschäftsentwicklung(59%) sowie die Hauptversammlung(55%) sind die Themen, die bei Privatanlegeranfragen an das Unternehmen nach den Erfahrungswerten der befragten IR-Verantwortlichen im Vordergrund stehen. Während Fragen zur Kurs- und Geschäftsentwicklung bei nicht in einem Index vertretenen Unternehmen etwas häufiger als bei den Indexwerten auftreten, ist der gravierendste Unterschied bei der Hauptversammlung zu sehen. Drei Viertel aller Indexwerte sehen sich häufig mit Fragen zur Hauptversammlung konfrontiert, bei den Small Caps sind dies nur 40%.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 14:

Welche Kommunikationskanäle nutzen Sie aktiv in der Privatanlegerkommunikation? (Mehrfachnennung möglich)



#### Kommentar

*IR-Website ist obligatorisch in Privatanlegerkommunikation – Social Media kaum genutzt*

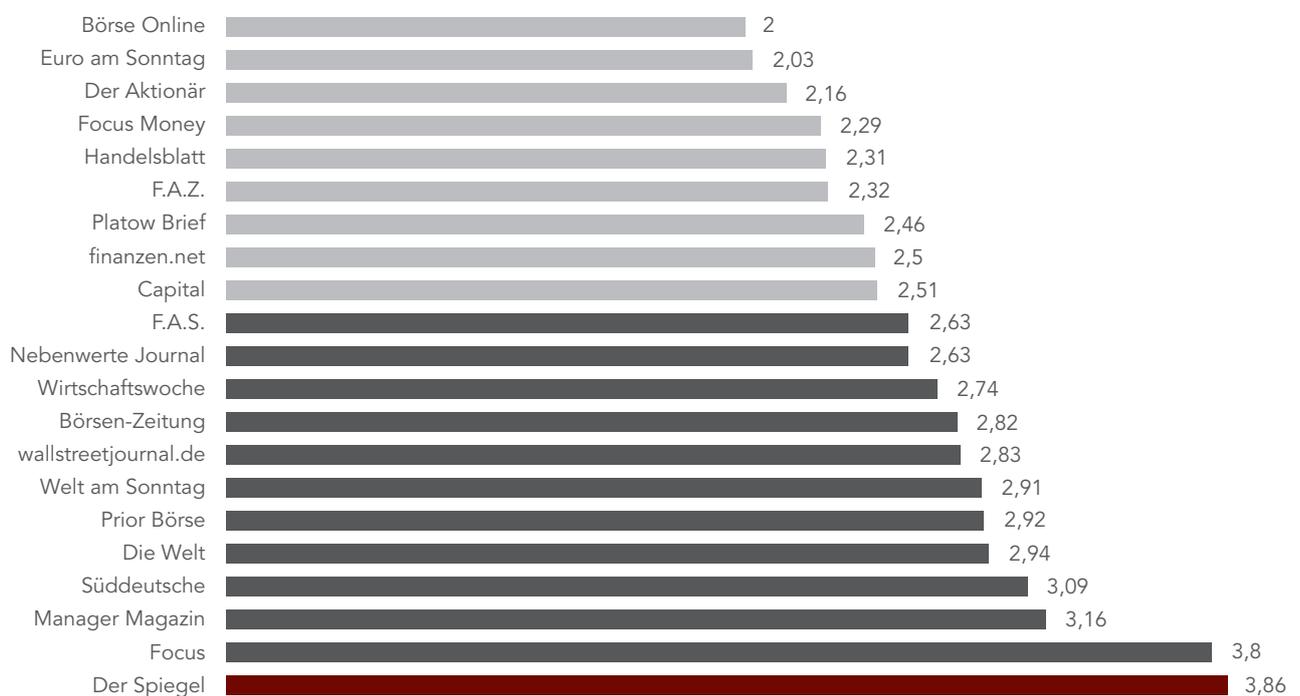
Die IR-Website ist das obligatorische Instrument in der Privatanlegerkommunikation. Sämtliche der im IR-Panel befragten Unternehmen setzen diese hierfür ein. Eine große Rolle spielen auch Aussendungen über Email-Verteiler, die von immerhin drei Vierteln der Unternehmen eingesetzt werden. Mit rund 60% spielt die Wirtschafts- und Finanzpresse zwar die drittgrößte Rolle, angesichts der hierdurch erzielbaren Multiplikatoreffekte hält sich der aktive Einsatz der Wirtschafts- und Finanzpresse aber in überraschend engen Grenzen. Social Media spielen in der Privatanlegerkommunikation kaum eine nennenswerte Rolle; immerhin jede zehnte der befragten Gesellschaften nutzt den Kurznachrichtendienst Twitter. Während die kleineren Werte in der Privatanlegerkommunikation vor allem auf die Informationsübermittlung per Email-Verteiler setzen, spielt bei den größeren DAX-Werten der Aktionärsbrief noch eine überdurchschnittliche Rolle. Technologiewerte aus dem TecDAX greifen auffallend häufig auf die beiden klassischen Funkmedien Fernsehen und Radio zurück. Klassische Anzeigen im Print- und / oder Onlinebereich sowie Social Media werden hauptsächlich von indexgelisteten Unternehmen genutzt, kaum aber von Nebenwerten.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 15:

Bitte bewerten Sie die Relevanz folgender Medien für die Kommunikation mit Privatanlegern in Deutschland.

(Skala von 1 bis 5; 1 = sehr relevant; 5 = überhaupt nicht relevant; Darstellung der Durchschnittswerte auf der Intervallskala)



#### Kommentar

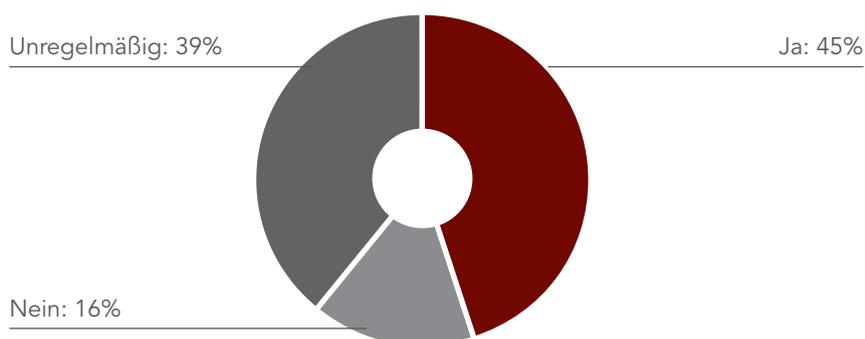
##### Spezialisierte Anlegermedien mit höherer Relevanz

Über alle Panelteilnehmer hinweg erhält Börse Online die beste Bewertung (2,0), knapp gefolgt von Euro am Sonntag (2,03). Insgesamt schneiden die spezialisierten Anlegermedien besser ab als die allgemeiner gehaltenen Titel. So liegen die beiden Publikumsmagazine Focus (3,80) und Spiegel (3,86) deutlich am Ende der abgefragten Titel. Die nicht in einem Index geführten Gesellschaften messen den spezialisierten Anlegermedien einen höheren Stellenwert bei als die in einem Index gelisteten Unternehmen. Die Indexgesellschaften schreiben hingegen thematisch breiter aufgestellten Medien mit in der Tendenz größeren Reichweiten wie dem Handelsblatt, der F.A.Z. oder F.A.S. eine höhere Relevanz zu. Insgesamt spielen Euro am Sonntag und Börse Online sowohl bei in einem Index notierten Unternehmen als auch bei den nicht notierten Gesellschaften die größte Rolle.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 16:

Halten Sie sich über Diskussionen über Ihr Unternehmen in Onlineforen (wallstreet-online.de, ariva.de, ...) auf dem Laufenden?



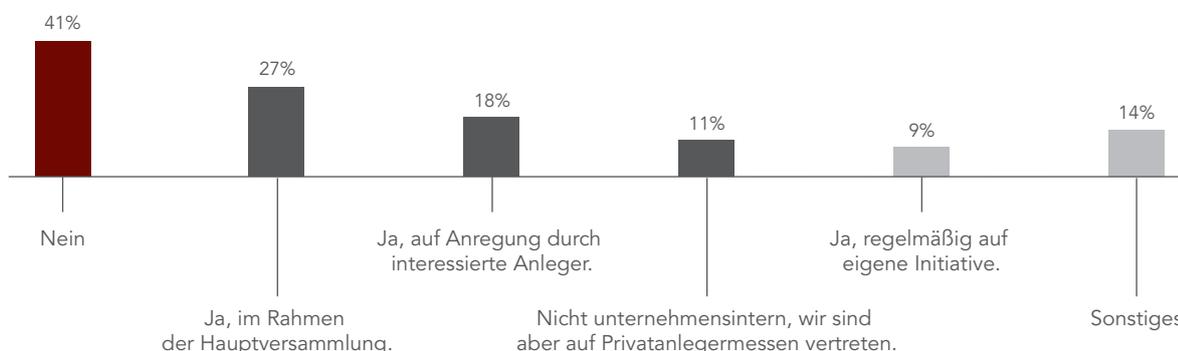
#### Kommentar

Forenmonitoring Usus bei der überwiegenden Mehrheit

84% der befragten Unternehmen geben an, sich auf Onlineforen über Diskussionen zum eigenen Unternehmen auf dem Laufenden zu halten. 45% tun dies regelmäßig, 39% unregelmäßig. Die befragten Gesellschaften aus den kleineren Indizes sowie die nicht in einem Index vertretenen Organisationen sind im Vergleich zu den befragten DAX-Konzernen zu einem höheren Anteil regelmäßig in Onlineforen unterwegs, um die Diskussionen über das eigene Unternehmen zu verfolgen.

#### Frage 17:

Veranstalten Sie Events (Betriebsbesichtigungen, persönliche Treffen mit Management, ...) für Privatanleger? (Mehrfachnennung möglich)



#### Kommentar

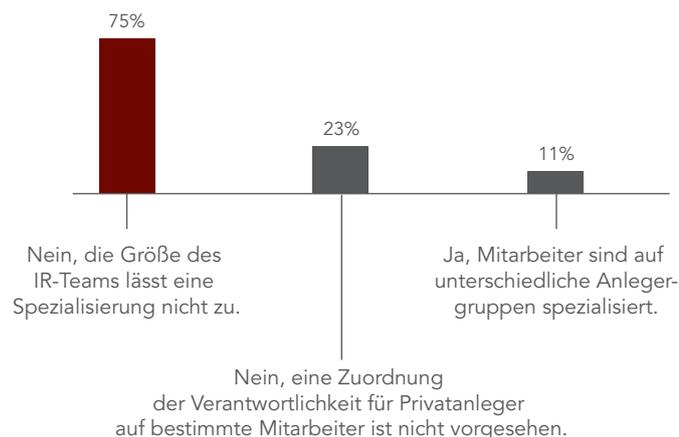
Jeder Zweite veranstaltet regelmäßig Events für Privatanleger

Mit 54% veranstalten mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen Events für Privatanleger, nur 9% tun dies allerdings regelmäßig auf eigene Initiative hin. 41% der befragten Unternehmen veranstalten generell nie Events für Privatanleger. Nur indexgelistete Unternehmen veranstalten regelmäßige Privatanlegerevents auf eigene Initiative hin. Über die Hälfte der nicht in einem Index vertretenen Gesellschaften veranstalten nie Events für Privatanleger – nicht einmal auf deren Anregung hin oder im Rahmen der Hauptversammlung.

### Privatanleger in der IR: Akzeptiert – nur selten adressiert

#### Frage 18:

Gibt es in Ihrer Abteilung spezielle Verantwortlichkeiten für Privatanleger?  
(Mehrfachnennung möglich)



#### Kommentar

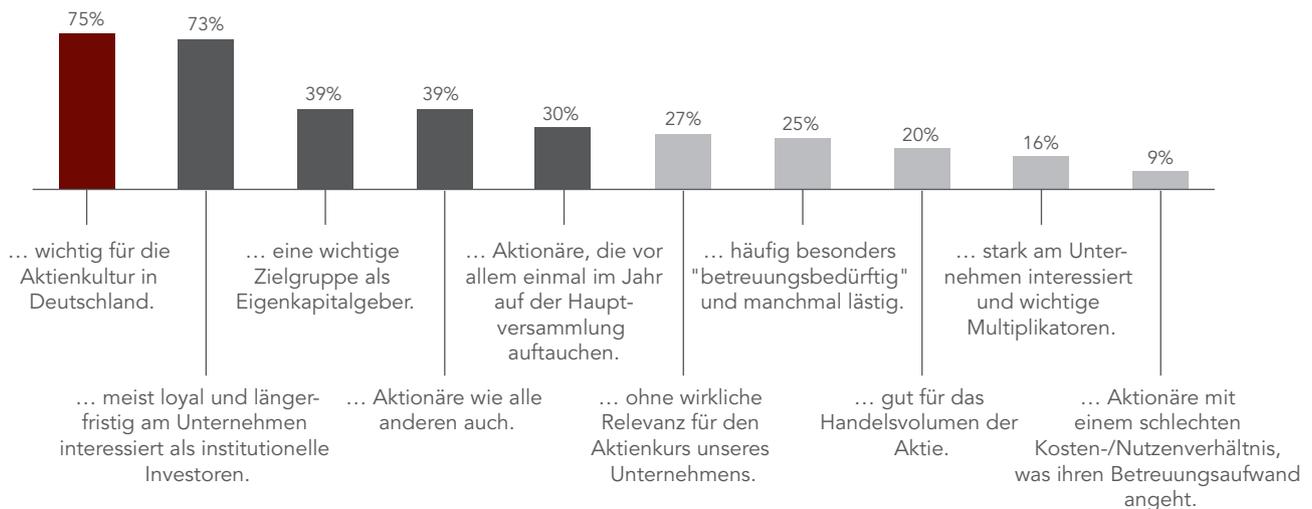
##### Fehlende personelle Ressourcen verhindern Privatanlegerspezialisierung

Drei Viertel aller im Zuge des Panels befragten Gesellschaften führen die geringen personellen Ressourcen als Grund für eine fehlende Mitarbeiterspezialisierung auf die Anlegergruppe Privatanleger an. Nur bei rund jedem zehnten befragten Unternehmen ist eine solche Spezialisierung innerhalb der IR-Abteilung gegeben. Bei 83% der im Panel befragten DAX-Konzerne gibt es in der IR-Abteilung Mitarbeiter, die auf die Gruppe der Privatanleger spezialisiert sind. Damit sind die DAX-Unternehmen die einzigen, die eine solche Spezialisierung betreiben. Die DAX-Unternehmen, die keine solche Spezialisierung vornehmen, tun dies nicht aus einem personellen Engpass heraus, sondern weil eine solche Spezialisierung nicht vorgesehen ist.

### Frage 19:

Bitte fällen Sie ein Gesamturteil: Privatanleger sind aus meiner Sicht ...

(Mehrfachnennung möglich)



### Kommentar

*Privatanleger werden als loyal und längerfristig interessiert wahrgenommen*

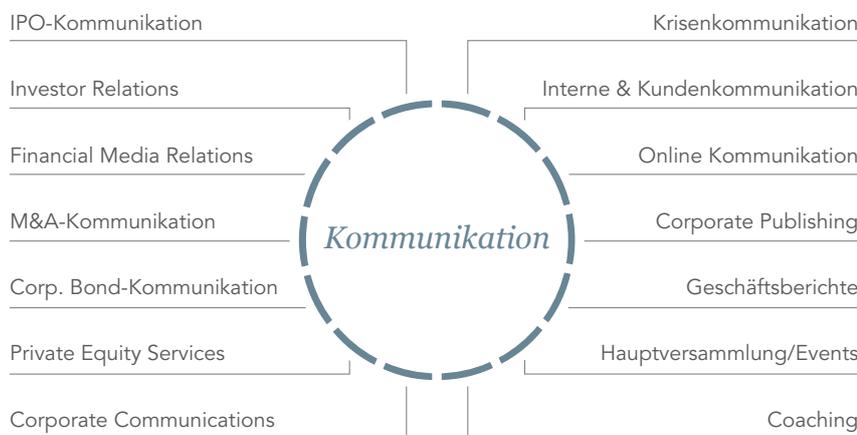
Rund drei Viertel der befragten Firmen halten Privatanleger für loyal und im Vergleich zu institutionellen Investoren längerfristig am eigenen Unternehmen interessiert sowie für wichtig für die deutsche Aktienkultur. Als wichtige Eigenkapitalgeber werden die Privatanleger dagegen von nur rund 40% der befragten Unternehmen eingestuft. Fast 90% der in einem Index geführten Werte empfinden Privatanleger als loyale und im Vergleich zu institutionellen Investoren längerfristig am eigenen Unternehmen interessierte Anlegergruppe. Bei den nicht in einem Index vertretenen Gesellschaften sind es nur 60% - was den divergierenden Stellenwert der Privatanleger zwischen diesen beiden Kategorien gut zusammenfasst. Während knapp die Hälfte der befragten in einem Index gelisteten Gesellschaften keine Unterschiede zwischen der Gruppe der Privatanleger und der institutionellen Anleger machen (Aktionäre wie alle anderen auch), sind es bei den nicht indexgelisteten Unternehmen nur rund ein Drittel.

### cometis AG

#### Profil

Seit dem Jahr 2000 ist die cometis AG als Beratungsunternehmen für Investor Relations und Corporate Communications aktiv. Unser Team von mehr als 25 Mitarbeitern besteht aus Betriebs- und Volkswirten, Journalisten, Wirtschaftsjuristen und Designern. Dabei profitieren unsere überwiegend mittelständischen Kunden von der tiefgreifenden Erfahrung aus mehr als 350 abgeschlossenen Kapitalmarktprojekten. In den vergangenen Jahren haben wir 20 Börsengänge zum Erfolg geführt. Außerdem steuerten wir bei zahlreichen Kapitalerhöhungen und M&A-Transaktionen die Kommunikation unserer Kunden. Somit zählen wir zu den führenden Kommunikationsberatern in diesem Bereich. Unser Leistungsspektrum reicht von der Entwicklung der Kommunikationsstrategien, über die Erstellung von Meldungen, Geschäftsberichten oder Präsentationen bis hin zu Management-Coachings als Vorbereitung auf Gespräche mit Journalisten, Analysten und Investoren. Durch unsere Mitgliedschaft im »Public Relations Global Network« (PRGN), das über 40 inhabergeführte PR- & IR-Beratungen auf allen sechs Kontinenten vereint, bieten wir unsere Dienstleistungen auch auf globaler Ebene an.

#### Beratungskompetenz



#### Ansprechpartner



Michael Diegelmann  
Vorstand  
+49 (0) 611 205855-18  
diegelmann@cometis.de



Henryk Deter  
Vorstand  
+49 (0) 611 205855-13  
deter@cometis.de



Ulrich Wiehle  
Vorstand  
+49 (0) 611 205855-11  
wiehle@cometis.de

### Impressum

#### Herausgeber

cometis AG  
Unter den Eichen 7  
65195 Wiesbaden  
Tel.: 0611 20 58 55-0  
Fax: 0611 20 58 55-66  
E-Mail: info@cometis.de  
www.cometis.de

#### Erscheinungstermine

Drei bis vier Erscheinungstermine pro Jahr

#### Haftung und Hinweise

Artikel, Empfehlungen und Tabellen liegen Quellen zugrunde, welche die Redaktion für verlässlich hält. Eine Garantie für die Richtigkeit kann allerdings nicht übernommen werden.

#### Nachdruck

© 2013 cometis AG, Wiesbaden. Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der cometis AG ist es nicht gestattet, diese Zeitschrift oder Teile daraus auf fotomechanischem Wege (Fotokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen. Unter dieses Verbot fallen auch die Aufnahme in elektronische Datenbanken, Internet und die Vervielfältigung auf CD-ROM.