



Zusammenspiel zwischen Investor Relations, Vorstand und Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr

**Sehr geehrte Unternehmerin,
sehr geehrter Unternehmer,**

Investor Relations (IR) hat sich inzwischen als zentrale Schnittstelle zwischen Unternehmen und dem Kapitalmarkt fest etabliert und als eigener Berufsstand entwickelt. Dabei ist das gute Zusammenspiel zwischen Vorstand, Aufsichtsrat und IR besonders in „stürmischen Zeiten“ essenziell, um Kapitalmarkt-„compliant“ zu bleiben, die „one voice policy“ sicherzustellen und durch eine aktive Kommunikation und Investorenvertrauen nachhaltig faire Kapitalkosten zu erreichen.

Wie organisiert sich IR intern als Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat im jährlichen Kapitalmarktkalender? In welchem Rhythmus und in welchem Format erfolgt die Kommunikation zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat und was ist deren Gegenstand? Wer entwickelt den Kapitalmarktkalender? Existiert ein Disclosure-Komitee und wie erfolgt die Abstimmung zur Kommunikation in der Regelberichterstattung und in Sonder- und Krisensituationen?

Dazu haben wir für Sie die wichtigsten Ergebnisse unserer aktuellen, gemeinsam mit dem DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e. V. erstellten Studie zusammengefasst. Sie gibt Ihnen einmalige Einblicke in die Erfahrungswerte der IR-Verantwortlichen. So können Sie Ihren Börsengang besser vorbereiten oder die Ergebnisse als Basis für eine Verbesserung Ihres bereits bestehenden Zugangs zum Kapitalmarkt nutzen.

Wir freuen uns darauf, Sie persönlich kennenzulernen und gemeinsam Ihre ersten Überlegungen zu vertiefen.

Ihr EY-Team

Einblicke in das Zusammenspiel zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr

Der Vorstand hat als Repräsentativ- und Vertretungsorgan des Unternehmens die Kommunikationshoheit und ist für die Kapitalmarktkommunikation verantwortlich. Der Aufsichtsrat rückt dabei als Repräsentant der Unternehmensführung im Rahmen einer guten Corporate Governance immer mehr in das Scheinwerferlicht der Kapitalmarktöffentlichkeit und bei Investoren. Dabei nimmt die IR als Schnittstelle zum Kapitalmarkt und im Zusammenspiel mit Vorstand und Aufsichtsrat eine zentrale Rolle ein. In der Praxis gibt es keinen einheitlichen Rahmen, wie das Zusammenspiel zwischen Vorstand, Aufsichtsrat und IR im Kapitalmarktjahr organisiert sein soll. Um den gestiegenen Kommunikationsanforderungen des Kapitalmarktes Rechnung zu tragen und die „one voice policy“ sicherzustellen, sind börsennotierte Unternehmen gut beraten, sich bei der Kommunikation mit dem Vorstand, dem Aufsichtsrat und der IR entsprechend intern abzustimmen, eine effiziente IR-Infrastruktur zu etablieren und Schnittstellen und IR-Prozesse zu organisieren.

Diese Marktstudie beschäftigt sich mit Fragen und Einblicken rund um das Zusammenspiel zwischen Vorstand, Aufsichtsrat und IR im Kapitalmarktjahr aus Sicht derer, die operativ in täglichem Kontakt mit Investoren stehen - der Führungskräfte im Bereich IR in gelisteten Unternehmen im DACH-Raum. Sie gibt einen ganzheitlichen Überblick über die Organisation von IR in der Interaktion mit Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis und in der Finanzkommunikation.

Die Studie basiert auf einer von DIRK und EY durchgeführten Befragung¹ von 108 Unternehmen aus der DACH-Region. Davon sind 82 Prozent in Deutschland, 11 Prozent in Österreich und 7 Prozent in der Schweiz börsennotiert. Rund 54 Prozent der befragten IR-Verantwortlichen der Unternehmen sind in den großen Auswahlindizes in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten.



Die Ergebnisse der Studie geben damit einen praxisnahen Einblick, wie sich die IR mit dem Vorstand und dem Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr in Unternehmen organisiert. Sie können als Benchmark dienen für

- ▶ Unternehmen, die sich auf den Börsengang vorbereiten und sich über den Aufbau der IR-Organisation und der Finanzkommunikation informieren wollen, und für
- ▶ Vorstände, Aufsichts-, Verwaltungs- und Beiräte sowie IR-Verantwortliche bereits gelisteter Unternehmen als Ausgangspunkt und Maßstab für die eigene IR-Organisation und Finanzkommunikation.

¹ Studie: Zusammenspiel zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr, 2022

Inhalt

	Seite
1 Regulatorische Grundlagen der Kommunikation zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat	
▶ Aktienrechtliche Kompetenzverteilung in der Kapitalmarktkommunikation	4
▶ Investorenanforderungen und Proxy Voting Guidelines	6
▶ Pflichten im Kapitalmarktjahr	8
<hr/>	
2 Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis	
▶ IR als Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat	10
▶ Kommunikationsordnung und IR-Richtlinien	14
▶ Disclosure-Komitee in der IR	16
<hr/>	
3 Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation	
▶ Typischer Kapitalmarktkalender in der IR	20
▶ Best Practices zu Aufsichtsratssitzungen	24
▶ Roadshow- und Konferenzaktivitäten in der IR-Praxis	26
<hr/>	
4 Chancen für eine bessere IR	
EY-Services in der Finanzkommunikation	32
Abkürzungsverzeichnis	33

Regulatorische Grundlagen der Kommunikation zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat

Aktienrechtliche Kompetenzverteilung in der Kapitalmarktkommunikation

Organisationstalent IR

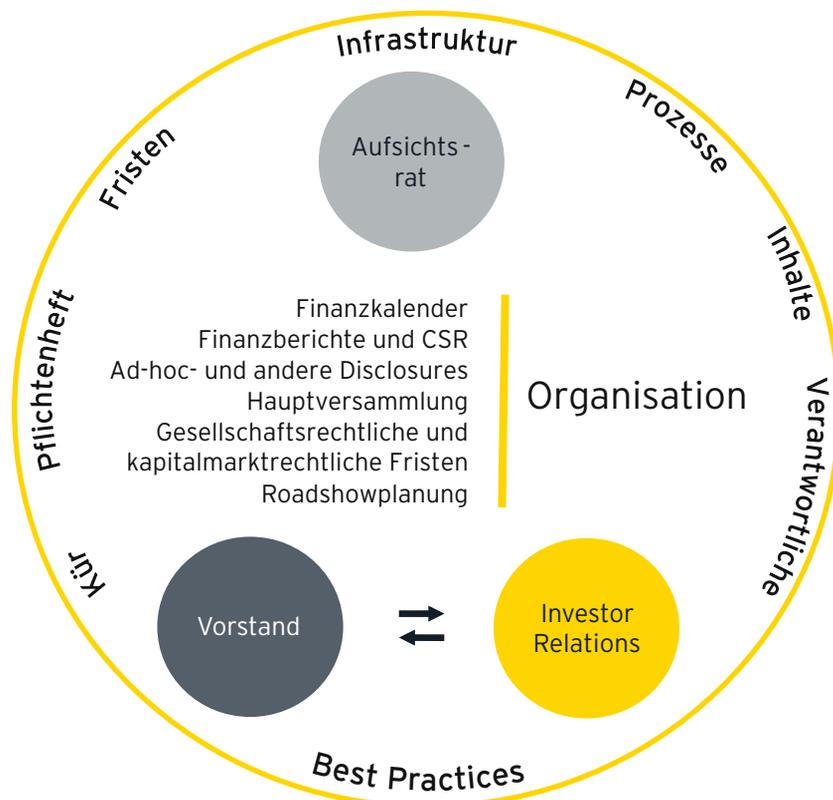
Im Kapitalmarkt unterliegen börsennotierte Unternehmen weitreichenden kapitalmarkt- und rechtsformspezifischen Pflichten, während die Organe Vorstand, Aufsichtsrat und die Hauptversammlung in ihrem Aufgabenbereich bereits alle Hände voll zu tun haben. Während der Vorstand das Unternehmen leitet und der Aufsichtsrat die Arbeit des Vorstands überwacht, dient die Hauptversammlung primär als Aktionärsforum, um die Aktionäre zu informieren und grundlegende Beschlüsse zu fassen. Doch wer übernimmt dann die Rolle des Koordinators und Organizers des Kapitalmarkt-Pflichtenhefts?

In der Praxis nimmt sich IR dieser Aufgabe in enger Abstimmung mit den beteiligten Abteilungen an und beweist sich dabei als wahres Organisationstalent. Ihr Aufgaben-

spektrum ist breit gefächert. Die IR fungiert als Kommunikationsschnittstelle des Unternehmens zum Kapitalmarkt und organisiert gemeinsam mit relevanten Abteilungen sowohl die Kapitalmarkt-Pflichtkommunikation als auch die sich daran anschließende Kür und sorgt für den reibungslosen Ablauf der jährlichen Hauptversammlung. Abbildung 1 gibt einen Überblick über die Organisation des Kapitalmarkt-Pflichtenhefts im Unternehmen mit Vorstand, Aufsichtsrat und IR.

Doch wie ist die Kompetenzverteilung geregelt und was ist der kapitalmarkt- und rechtsformspezifische regulatorische Rahmen?

Abbildung 1: Organisation des Kapitalmarkt-Pflichtenhefts im Unternehmen mit Vorstand, Aufsichtsrat und IR



Eine professionelle Finanzkommunikation und die Etablierung einer Informations- und Kommunikationskultur, die sich um die Betreuung der Stakeholder, Investoren und Disclosures für Regulatoren kümmert, ist für viele Börsenneulinge und gelistete Unternehmen entscheidend für eine starke Kapitalmarktpositionierung und für den Auf- bzw. Ausbau von Investorenvertrauen.

Fundstellen, die das Rollenmodell in der Kapitalmarktkommunikation ansprechen, sind oft nationale Aktiengesetze, Corporate-Governance-Kodizes und internationale Proxy Voting Guidelines von Stimmrechtsberatern großer Investoren. Man findet im deutschen Aktiengesetz keine explizite Regelung, die sich ausdrücklich mit der Kommunikationsbefugnis eines Organs der Aktiengesellschaft befasst. Im Grundsatz, z. B. im deutschen dualistischen System, sind die Rollen zwischen Vorstand und Aufsichtsrat aber klar verteilt.

Vorstand hat die Kommunikationshoheit

Der Vorstand leitet die Gesellschaft eigenverantwortlich (§ 76 AktG). Er ist für alle Fragen der Unternehmensführung und damit auch für die Versorgung der Marktteilnehmer mit Informationen über das Unternehmen und für seine Außendarstellung am Kapitalmarkt zuständig. Er ist somit primär für den Kontakt zu allen Aktionären und Stakeholdern, für die Kapitalmarktkommunikation und insbesondere für die IR-Arbeit verantwortlich. Die aktienrechtliche Kompetenzordnung geht somit im Grundsatz davon aus, dass dem Vorstand jede Form der Kapitalmarktkommunikation obliegt.

Aktivere Rolle des Aufsichtsrats (-Vorsitzenden) in der Kapitalmarktkommunikation zu beobachten

Der Aufsichtsrat überwacht die Geschäftsführung (§ 111 Abs. 1 AktG). Maßnahmen der Geschäftsführung darf er nicht ausüben (§ 111 Abs. 4 AktG). Er wird traditionell als reines Innenorgan verstanden. Eine Ermächtigung zur Öffentlichkeitsarbeit hat der Aufsichtsrat nicht.

Obschon auch der Aufsichtsrat im aktienrechtlichen Kompetenzgefüge neben oder anstelle des Vorstands in die Kapitalmarktkommunikation einbringen darf, ist Gegenstand kontroverser Diskussionen, insbesondere weil ausländische institutionelle

Investoren, die das angelsächsische One-Tier-Board- bzw. monistische System gewohnt sind, in den letzten Jahren nicht mehr nur den Kontakt zum Vorstand und zur IR suchen, sondern sich vermehrt direkt an den Aufsichtsrat bzw. dessen Vorsitzenden wenden, um mit ihm in einen direkten Dialog zu treten und Informationen für ihre Anlageentscheidung einzuholen.

Best Practices in der Kapitalmarktkommunikation verstärken Bedeutung des Aufsichtsrats in der Interaktion mit Investoren

Dem Aufsichtsrat bzw. dessen Vorsitzendem werden z. B. im Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) an einigen Stellen besondere Zuständigkeiten zugewiesen. So soll der Aufsichtsratsvorsitzende (neben der gesetzlichen Zuständigkeit des Aufsichtsrats für die personelle Besetzung und Vergütung des Vorstands) mit dem Vorstand regelmäßig Gespräche über Fragen der Strategie, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance im Unternehmen führen (D.6 DCGK). Interessenkonflikte eines Vorstandsmitglieds sind dem Aufsichtsratsvorsitzenden unverzüglich mitzuteilen (E.2 DCGK). Zudem wird dem Aufsichtsratsvorsitzenden im Kodex eine direkte Kommunikationsbefugnis mit den Investoren zugewiesen, indem er in angemessenem Rahmen bereit sein soll, mit Investoren über aufsichtsratspezifische Themen Gespräche zu führen (A.3 DCGK). Der Dialog des Aufsichtsrats(-Vorsitzenden) mit den Investoren ist entsprechend dem Kodex strikt auf diejenigen Themengebiete zu begrenzen, die in den Aufgaben- und Verantwortungsbereich des Aufsichtsrats fallen.

Die Anforderungen an die Mitglieder und die Arbeit des Aufsichtsrats und seine Professionalisierung nehmen stetig zu. Nicht zuletzt hat z. B. das im Juli 2021 in Deutschland in Kraft getretene Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetz (FISG) umfassende Änderungen für den Aufsichtsrat gebracht, u. a. um die Wirksamkeit und Effizienz seiner Arbeit zu stärken.

Regulatorische Grundlagen der Kommunikation zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat

Investorenanforderungen und Proxy Voting Guidelines

Der Aufsichtsrat stellt ein zentrales Element in den Proxy Voting Guidelines dar

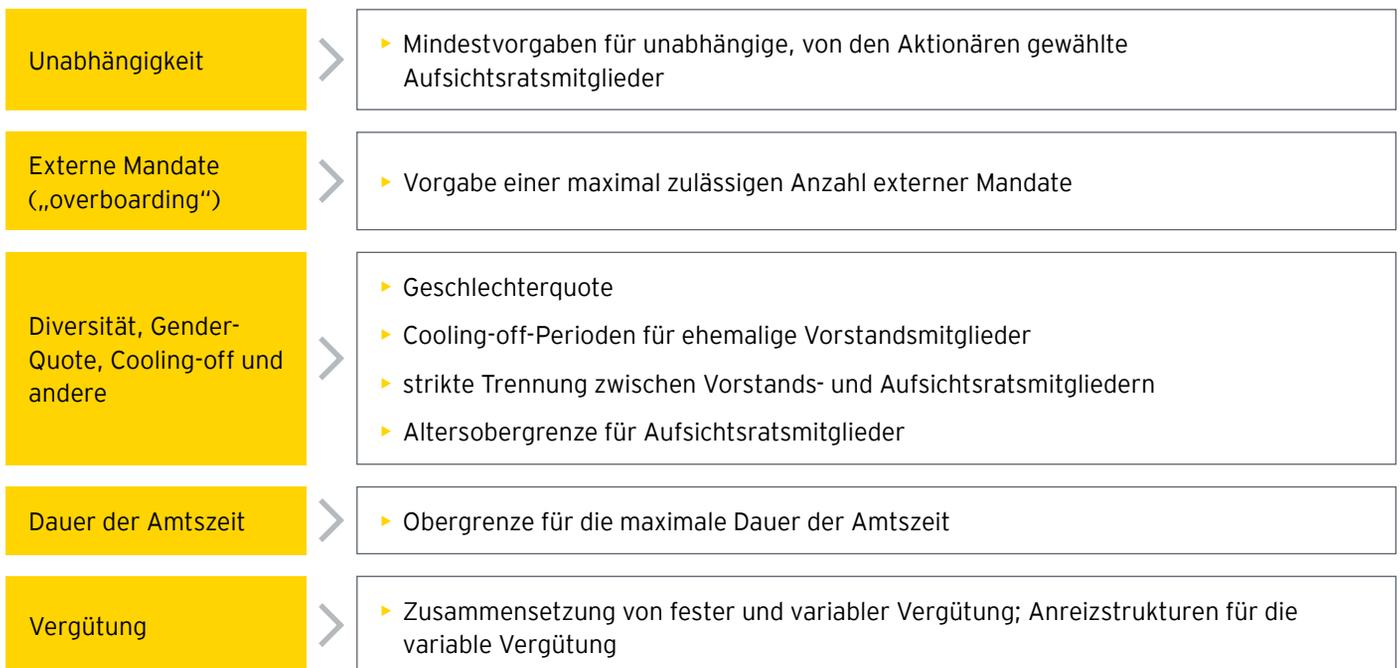
Zugleich haben die großen Stimmrechtsberater (Proxy Advisors) und Vermögensverwalter die immer wichtiger werdende Rolle des Aufsichtsrats im Kapitalmarktgeschehen und die herausgehobene Stellung des Aufsichtsrats- (Vorsitzenden) im Gefüge eines börsennotierten Unternehmens erkannt.

So richten sie ihr Augenmerk in ihren Abstimmungsempfehlungen, den sog. Proxy Voting Guidelines bzw. Stewardship Guidelines, in weiten Teilen auf den Aufsichtsrat.² Die Rolle der Stimmrechtsberater ist nicht zu unterschätzen; ihr Einfluss auf Investoren und auf die Abstimmungsergebnisse in den Haupt- bzw. Generalversammlungen der Unternehmen hat seit Jahren stark zugenommen. So werden in Empfehlungen, die den Aufsichtsrat betreffen, u. a. folgende Bereiche thematisiert:

- ▶ Unabhängigkeit
- ▶ Zahl externer Mandate („overboarding“)
- ▶ Zusammensetzung (Diversität, Gender-Quote, Cooling-off)
- ▶ Amtszeit
- ▶ Vergütung

Abbildung 2 zeigt (vereinfacht dargestellt) die wichtigsten Themenbereiche zum Aufsichtsrat, die Gegenstand in den Proxy Voting Guidelines sind.

Abbildung 2: Übersicht zu den wichtigsten Aufsichtsratsthemen in den Proxy Voting Guidelines (nicht abschließend)



² Glass Lewis Policy Guidelines Germany, 2022; ISS Continental Europe Proxy Voting Guidelines, 2021; BlackRock Investment Stewardship Proxy Voting Guidelines for European, Middle East, and African securities, 2022



Regulatorische Grundlagen der Kommunikation zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat

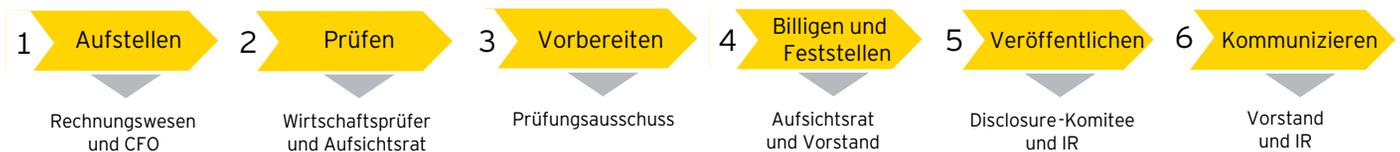
Pflichten im Kapitalmarktjahr

Zusammenspiel von Aufsichtsrat, Vorstand und IR ist wichtig in der Organisation der Kapitalmarktpflichten

Neben der Kommunikation und der Pflege der Beziehungen zu Investoren ist die Organisation der internen Infrastruktur und Prozesse mit anderen Abteilungen zur Einhaltung der Kapitalmarktregularien und fortlaufenden Kapitalmarktpflichten im Kapitalmarktjahr oft eine wesentliche Aufgabe der IR in der Finanzkommunikation. In vielen börsennotierten Unternehmen übernimmt diese Aufgabe die IR-Funktion. Dabei ist die Abstimmung des Pflichtenhefts und der Kür im Kapitalmarktkalender mit Aufsichtsrat und Vorstand essenziell. Denn vor der Veröffentlichung z. B. in der

Finanzberichterstattung ist die Reihenfolge von Aufstellung der Abschlüsse, ihrer Prüfung, der vorbereitenden Tätigkeiten durch den Prüfungsausschuss, der Billigung durch den Aufsichtsrat und der Feststellung durch den Aufsichtsrat und Vorstand zu beachten. In der Kür folgt danach die Kommunikation in Analysten-Calls, auf Investorenkonferenzen und Roadshows. In Abbildung 3 ist der Prozess der Abstimmung zwischen den Abteilungen und der IR am Beispiel der Finanzberichterstattung vereinfacht dargestellt.

Abbildung 3: Überblick über den Prozess der Abstimmung zwischen den Abteilungen und IR am Beispiel der Finanzberichterstattung



Planbare und nicht planbare Kapitalmarktpflichten bestimmen das IR-Pflichtenheft

Zum IR-Pflichtenheft gehören Vorschriften, die sich u. a. aus gesetzlichen kapitalmarkt- und aktienrechtlichen Vorgaben sowie aus den Transparenzanforderungen der jeweiligen Börse ergeben. Grundsätzlich kann zwischen planbaren und nicht planbaren Kapitalmarktpflichten unterschieden werden.

Zum „Set“ der fortlaufenden planbaren Kapitalmarktpflichten zählen u. a. die folgenden:

- ▶ Veröffentlichung von Finanzinformationen wie Jahresfinanzbericht, Halbjahresfinanzbericht und ggf. Quartalsinformationen
- ▶ jährliche Hauptversammlung (Generalversammlung)
- ▶ ggf. Veröffentlichung des Unternehmenskalenders
- ▶ die ordentlichen Aufsichtsratssitzungen
- ▶ ggf. die jährliche Analystenveranstaltung

- ▶ Veröffentlichung der Erklärung zur Einhaltung des Corporate Governance Kodex durch Vorstand und Aufsichtsrat („Entsprechenserklärung“)

Die planbaren fortlaufenden Kapitalmarktpflichten finden in einem regelmäßigen, wiederkehrenden Rhythmus statt. Abbildung 4 zeigt die wichtigsten planbaren Pflichten in der IR beispielhaft für (deutsche) Unternehmen im regulierten Markt (nicht abschließend).

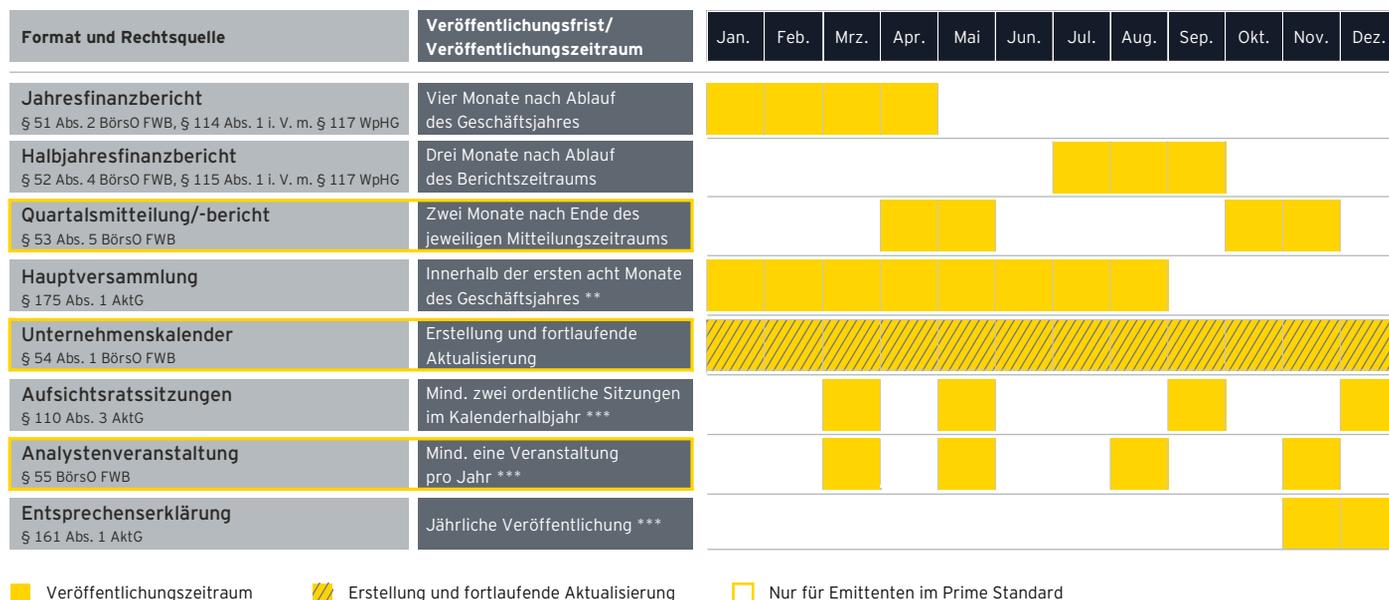
Zu den fortlaufenden nicht planbaren Kapitalmarktpflichten zählen u. a. die folgenden:

- ▶ Mitteilung bestimmter Schwellenüberschreitungen und -unterschreitungen bzw. Beteiligungen
- ▶ die Regeln rund um die Marktmissbrauchsverordnung (u. a. Ad-hoc-Mitteilungen, Insiderlisten, Managers' Transactions (Director's Dealings))

Die fortlaufenden nicht planbaren Kapitalmarktpflichten wie z. B. die Verpflichtung zur unverzüglichen Veröffentlichung einer Insiderinformation erfordern oft eine zügige Abstimmung im Unternehmen im Vorfeld der Kommunikationsmaßnahme. Ein Disclosure-Komitee kann den Vorstand hierbei beraten und Empfehlungen geben, ob eine Information als Insiderinformation einzustufen und entsprechend zu veröffentlichen ist. Darüber hinaus kann das Disclosure-Komitee den Vorstand auch in allgemeinen Fragen der Veröffentlichungspolitik des Unternehmens beraten (Für weitere Informationen zum Disclosure-Komitee siehe Seite 16).

Um die Einhaltung der Kapitalmarktregularien sicherzustellen und den Kapitalmarkt fristgerecht mit Informationen zu versorgen, ist es entsprechend wichtig, die Schnittstellen zwischen IR, relevanten Abteilungen, Vorstand und Aufsichtsrat effizient zu organisieren und Prozesse aufzusetzen.

Abbildung 4: Überblick über die wichtigsten fortlaufenden (planbaren) Kapitalmarktpflichten für deutsche Unternehmen im regulierten Markt (nicht abschließend)*



* Darstellung basiert beispielhaft auf kapitalmarkt- und aktienrechtlichen Pflichten für deutsche Emittenten im regulierten Markt. Für Emittenten in Österreich und der Schweiz gelten u. U. abweichende Vorschriften.

** Aktuelle Ausnahmen durch COVID-19-Verordnungen und Notfallgesetzgebungen nicht berücksichtigt.

*** Dargestellte Veröffentlichungszeiträume beziehen sich auf Best Practices.

Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis

IR als Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat

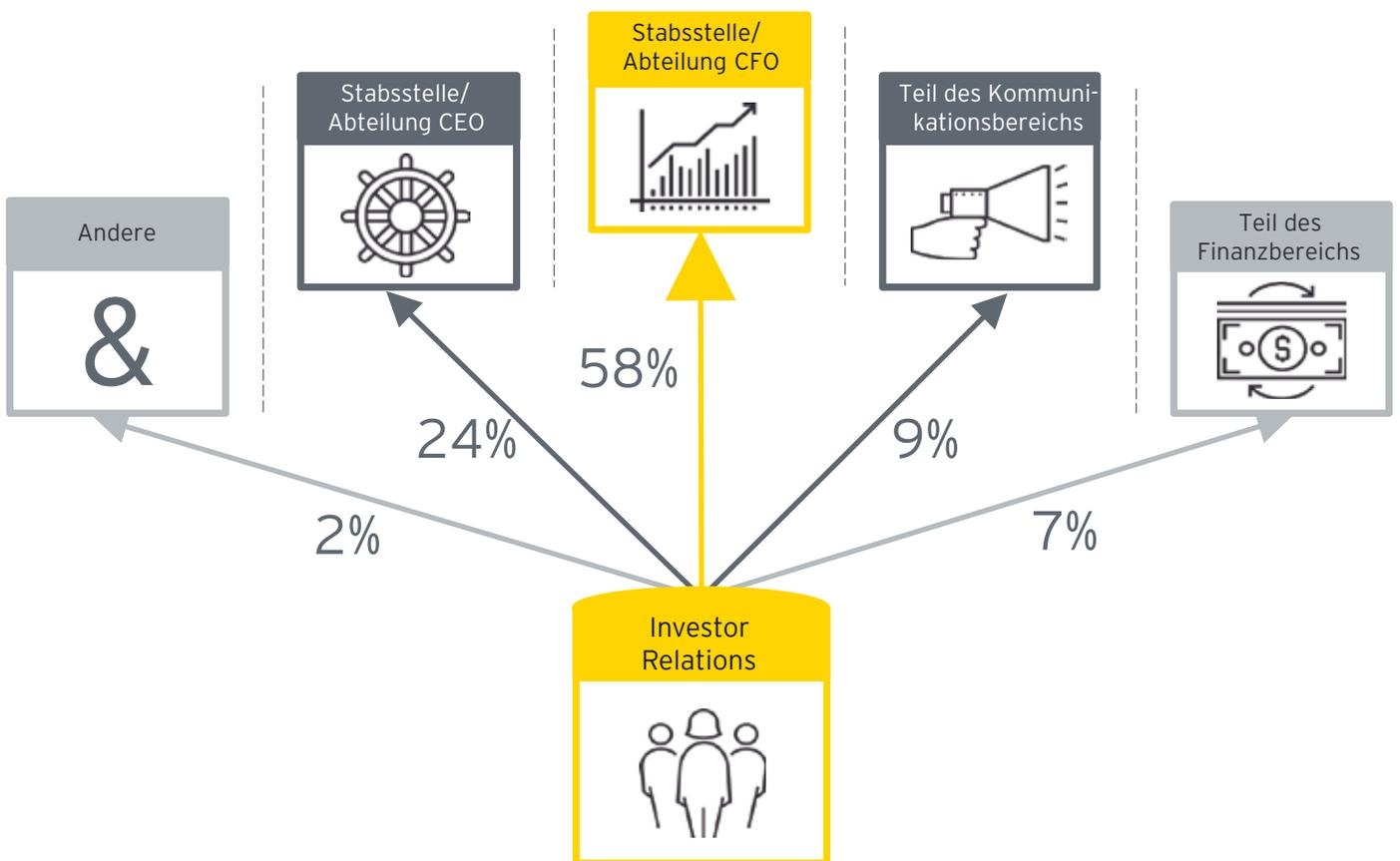
IR ist mehrheitlich als Stabsstelle oder Abteilung dem CFO zugeordnet

Für den Bereich der Kapitalmarktkommunikation bedient sich der Vorstand regelmäßig einer IR-Abteilung, für die er als das für die Kommunikation zuständige Organ - direkt verantwortlich ist. Organisatorisch kann die IR-Abteilung im Unternehmen neben der direkten Zuordnung unterhalb des Vorstands aber auch in anderen Abteilungen wie z. B. der Unternehmenskommunikation oder der Finanzabteilung angesiedelt sein. Da die IR eine wichtige Informations- und Beratungsfunktion gegenüber dem Vorstand hat und Entwicklungen wie auch Erwartungen des Kapitalmarktes

frühzeitig antizipieren und an den Vorstand direkt herantragen kann, ist bei der Mehrheit (58 Prozent) der befragten IR-Officer die IR als Stabsstelle oder Abteilung des Vorstands, nämlich dem Finanzvorstand (CFO), zugeordnet. So lassen sich auch die von Investoren häufig gestellten Fragen zu komplexen und speziellen Finanz-, Bilanz- und Bewertungsthemen schneller beantworten. Für knapp ein Viertel der IR-Officer (24 Prozent) ist die IR hingegen direkt als Stabsstelle oder Abteilung dem CEO zugeordnet.

Abbildung 5: Zuordnung der IR-Abteilung im Unternehmen

Welcher Stelle ist die IR-Abteilung im Unternehmen zugeordnet?



n = 108



Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis

IR als Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat

Eine regelmäßige (wöchentliche bzw. monatliche) Kommunikation mit dem Vorstand ist gelebte IR-Praxis

Da es sich bei der IR um eine Informations- und Kommunikationsschnittstelle zwischen dem Kapitalmarkt und dem Unternehmen handelt, sollten entsprechende Kommunikationsprozesse zwischen Vorstand und IR etabliert werden, um die IR regelmäßig an unternehmerischen Entscheidungsprozessen teilhaben zu lassen.

83 Prozent der IR-Officer geben an, dass es ein regelmäßiges Reporting zwischen der IR und dem Vorstand gibt: Davon basiert laut den Angaben der IR-Befragten bei 42 Prozent die Kommunikation mit dem Vorstand auf einem wöchentlichen und bei 17 Prozent auf einem monatlichen Reporting. 20 Prozent der Befragten („Andere“) nennen aber auch weitere regelmäßig stattfindende Rhythmen, insbesondere eine ad hoc oder in zweiwöchigem Rhythmus stattfindende Kommunikation mit dem Vorstand. Häufig ist dies bei MDAX-Unternehmen der Fall. Über ein nur quartalsweises Reporting verfügen die wenigsten. Bei 17 Prozent der Unternehmen existiert nach Angaben der IR-Befragten kein reguläres Reporting zwischen Vorstand und IR, insbesondere bei Nicht-Index-Unternehmen.

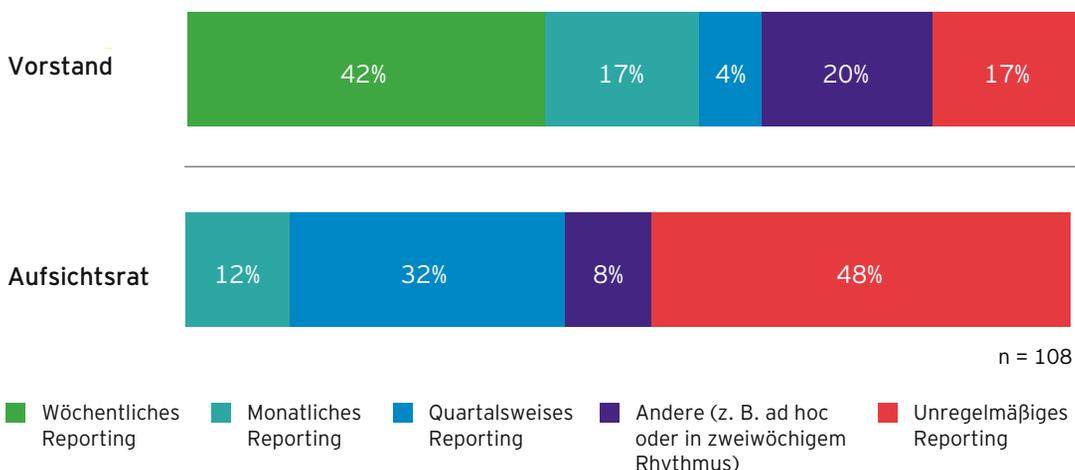
Ein regelmäßiges (quartalsweises) IR-Reporting an den Aufsichtsrat ist bei über der Hälfte der Unternehmen vorhanden

Mit einem steigenden Kommunikationsbedürfnis seitens der Kapitalmarktteilnehmer und einer aktiveren Rolle des Aufsichtsrats in der Kommunikation konfrontiert ist es für die meisten Unternehmen notwendig, eine entsprechend effiziente Kommunikationslinie zwischen der IR und dem Aufsichtsrat zu etablieren. Die Zusammenarbeit mit der IR unterstützt den Aufsichtsrat, auch in kritischen Situationen adäquat zu handeln und Investorenvertrauen zu erhalten und auszubauen. Wie die Zusammenarbeit zwischen IR und Aufsichtsrat organisiert sein soll, kann - ebenso wie die Kommunikationslinie zum Vorstand - unternehmensindividuell festgelegt werden; gesetzliche Vorgaben oder ein Standard existieren nicht.

52 Prozent der IR-Officer geben an, dass ein IR-Reporting an den Aufsichtsrat existiert. Davon verfügen 32 Prozent der IR-Befragten über ein reguläres quartalsweises Reporting, 12 Prozent über ein monatliches. Es zeigt sich: Je kleiner das Unternehmen, desto seltener ist ein reguläres Aufsichtsrats-Reporting vorhanden.

Abbildung 6: Kommunikationsfrequenz von IR mit dem Vorstand und dem Aufsichtsrat

Wie regelmäßig kommuniziert die IR mit dem Vorstand und dem Aufsichtsrat?



Häufigstes Thema im IR-Reporting an Vorstand und Aufsichtsrat ist die Markt- und Investorenstimmung

Von denjenigen Unternehmen, die über ein regelmäßiges Vorstands-Reporting verfügen (83 Prozent; siehe Abbildung 6), findet nach Angaben der IR-Befragten an erster Stelle ein thematischer Austausch über die Markt- und Investorenstimmung (82 Prozent) zwischen Vorstand und IR statt. Auf den Rängen 2 und 3 folgen die häufig gestellten Fragen von Investoren (78 Prozent) und Investorenaktivitäten (73 Prozent). Die Wichtigkeit dieser „marktnahen“ Themenbereiche ist bei DAX-, MDAX- und SDAX-Unternehmen besonders hoch. Dagegen haben bei Nicht-Index-Unternehmen die Themen rund um die regulatorischen Vorschriften einen höheren Stellenwert: Der Austausch zu den Finanzberichten, zur Hauptversammlung, zu den Ad-hoc-Meldungen und zu den regulatorischen Änderungen ist hier tendenziell wichtiger als bei anderen Unternehmen. Die Liquidität der Aktien spielt bei großen Unternehmen wie z. B.

DAX-Unternehmen im Gegensatz zu Unternehmen aus den anderen Indizes erwartungsgemäß eine geringere Rolle beim Vorstands-Reporting.

Von denjenigen Unternehmen, die über ein regelmäßiges Aufsichtsrats-Reporting verfügen (52 Prozent; siehe Abbildung 6) ist die Markt- und Investorenstimmung nach Angaben der IR-Befragten ebenfalls das Top-Thema zwischen IR und dem Aufsichtsrat, vor allem bei DAX- und MDAX-Unternehmen. Auch beim Aufsichtsrats-Reporting spielen die Themen rund um die regulatorischen Vorschriften bei Nicht-Index-Unternehmen eine wichtigere Rolle: Der Austausch zu den Finanzberichten und der Hauptversammlung, zu den regulatorischen Änderungen und zu Ad-hoc-Meldungen ist bei Nicht-Index-Unternehmen tendenziell von größerer Bedeutung als bei Unternehmen aus einem großen Auswahlindex.

Abbildung 7: IR-Reportinginhalte für den Vorstand und den Aufsichtsrat

Was sind IR-Reportinginhalte für den Vorstand und den Aufsichtsrat?
(Mehrfachantworten möglich)

Vorstand



Aufsichtsrat



Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis

Kommunikationsordnung und IR-Richtlinien

Kommunikationsordnung setzt einen transparenten Rahmen für die Kommunikationszuständigkeiten

Eine gesetzliche Vorgabe zur (internen) Kommunikation zwischen Vorstand, Aufsichtsrat und IR gibt es nicht. Damit die Verteilung der jeweiligen Kommunikationskompetenzen in der Praxis gelingt, führen börsennotierte Unternehmen eine interne Kommunikationsordnung ein. Diese sollte u. a. die unternehmensinternen Zuständigkeiten, Kriterien für den Umgang mit Gesprächsanfragen von Investoren und Analysten, die Kommunikationskompetenzen des Aufsichtsrats(-Vorsitzenden) und des Vorstands sowie die Rolle der IR regeln. Das Festlegen klarer Kommunikationskompetenzen hilft dem Vorstand und dem Aufsichtsrat, gegenüber Investoren einheitlich nach außen aufzutreten („one voice policy“), sodass widersprüchliche Aussagen, die u. U. auch der Reputation des Unternehmens schaden könnten, verhindert werden. Zudem schafft eine Kommunikationsordnung intern mehr Transparenz, regelt die Rollenverteilung gegenüber dem Kapitalmarkt und stärkt die Corporate Governance des Unternehmens.

Code of Conduct, Kommunikationsrichtlinien und Disclosure-Komitee-Guideline zählen zu den Best Practices in Unternehmen

Neben der Kommunikationsordnung für (interne) Kommunikationszuständigkeiten, über die 35 Prozent der Unternehmen laut Angaben der IR-Officer verfügen, gibt es eine Reihe weiterer Richtlinien, die thematisch einen IR-Bezug aufweisen. So verfügen 68 Prozent der Unternehmen an erster Stelle über einen Code of Conduct. Danach existiert bei 46 Prozent der Unternehmen laut Angaben der IR-Officer eine Kommunikationsrichtlinie inklusive PR- und Social-Media-Guideline und bei 44 Prozent eine Disclosure-Komitee-Richtlinie. Über eine Guideline für Sonder- oder Krisensituationen (siehe Seite 19) verfügen nach Angaben der IR-Befragten 38 Prozent der Unternehmen. Dabei finden sich die drei zuletzt genannten Richtlinien überproportional oft bei DAX-Unternehmen.

Abbildung 8: Richtlinien mit IR-Bezug

Welche Richtlinien mit IR-Bezug gibt es?
(Mehrfachantworten möglich)



n = 106



Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis

Disclosure-Komitee in der IR

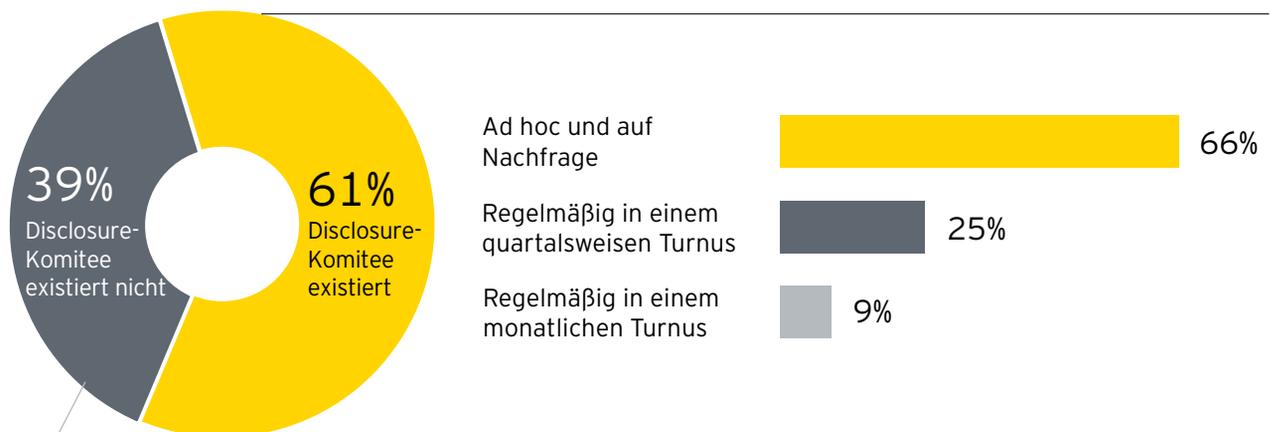
Einrichtung eines Disclosure-Komitees ist gängige Praxis

Für die Organisation des Managements, die Evaluierung von Ad-hoc-Pflichten und zur Sicherstellung der „one voice policy“ nutzen IR-Officer ein internes Disclosure-Komitee. Obwohl die Einrichtung gesetzlich nicht vorgeschrieben ist, ist die Etablierung dieses Ausschusses bei den meisten Unternehmen (61 Prozent) bereits gängige Praxis: Die Mehrheit der IR-Officer gibt dabei an, dass sich das Disclosure-Komitee ad hoc und auf Nachfrage trifft.

Deutlich weniger nennen einen quartalsweisen Turnus - hier insbesondere DAX-Unternehmen - und der monatliche Turnus spielt fast keine Rolle. Knapp 39 Prozent der Unternehmen verfügen nach Aussage der IR-Befragten derzeit über kein Disclosure-Komitee - insbesondere SDAX- und Nicht-Index-Unternehmen -, 4 Prozent planen aber eine Einführung.

Abbildung 9: Existenz und Meeting-Frequenz des Disclosure-Komitees

Existiert ein Disclosure-Komitee (Ad-hoc-Komitee) und wie oft trifft sich dieses?



4% planen die Einführung eines Disclosure-Komitees

n = 108

Der größte Nutzen des Disclosure-Komitees liegt im Management und in der Sicherstellung der Einhaltung regulatorischer Berichtspflichten

Von denjenigen, die über ein Disclosure-Komitee verfügen (61 Prozent, siehe Abbildung 9), sehen 92 Prozent der IR-Befragten den Nutzen des Disclosure-Komitees vor allem im Management und in der Sicherstellung der regulatorischen Berichtspflichten (z. B. Ad-hoc-Publizität) über verbindliche Beschlussfassungen. 36 Prozent der IR-Befragten nennen als weiteren Nutzen die Erhöhung der Qualität, Zuverlässig-

keit und Effektivität von Disclosure-Prozessen. Knapp ein Drittel der Befragten sieht einen weiteren Nutzen in der Diskussion kritischer Fragen von verschiedenen Stakeholdern (Investoren, Analysten und Sonstigen) und der Abstimmung von konsistenten Antworten entsprechend der „one voice policy“.

Abbildung 10: Top-3-Nutzen des Disclosure-Komitees

Welchen Nutzen hat das Disclosure-Komitee?
(Mehrfachantworten möglich)



n = 62

Organisation der Schnittstelle zu Vorstand und Aufsichtsrat in der IR-Praxis

Disclosure-Komitee in der IR

IR leitet für gewöhnlich das Disclosure-Komitee

Von denjenigen, bei denen ein Disclosure-Komitee existiert (61 Prozent, siehe Abbildung 9), geben 38 Prozent der IR-Befragten an, dass die IR das Disclosure-Komitee leitet. Rund ein Drittel der Befragten nennt den CFO, 28 Prozent die Rechtsabteilung.

IR, die Rechtsabteilung und der CFO sind ständige Mitglieder im Disclosure-Komitee

Die Auswahl der Mitglieder des Disclosure-Komitees wird unternehmensspezifisch getroffen. Bei denjenigen, bei denen ein Disclosure-Komitee existiert, ist nach Aussage der Befragten die IR - unabhängig von der Indexzugehörigkeit - immer ein ständiges bzw. permanentes Mitglied des Komitees.

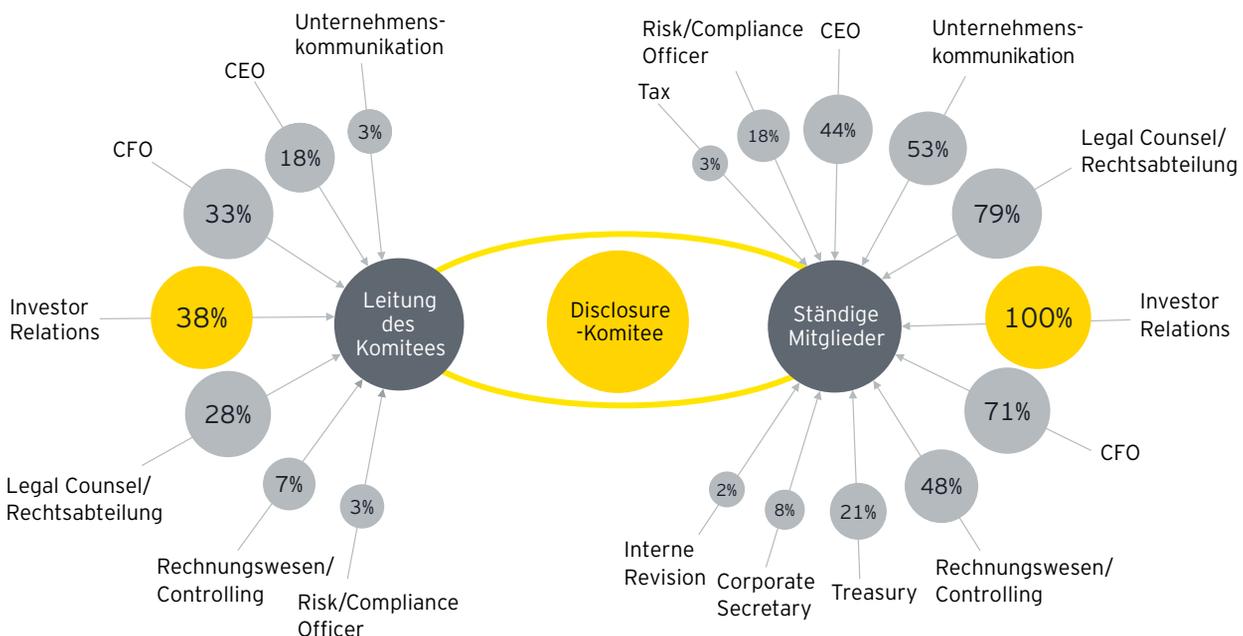
Permanente Mitglieder sind für 79 Prozent der IR-Officer zudem die Rechtsabteilung und für 71 Prozent der CFO. Mehr als die Hälfte der IR-Befragten nennen zudem die Unternehmenskommunikation als permanentes Mitglied des Disclosure-Komitees, knapp 50 Prozent das Rechnungswesen bzw. Controlling. Bei SDAX- und Nicht-Index-Unternehmen ist der CEO häufiger ein permanentes Mitglied des Komitees als bei DAX- und MDAX-Unternehmen.

Grundsätzlich ist es ratsam, die Aufgaben des Disclosure-Komitees und die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten seiner Mitglieder schriftlich in einer entsprechenden Richtlinie festzuhalten.

Abbildung 11: Leitung und permanente Mitglieder des Disclosure-Komitees

Wer leitet das Disclosure-Komitee?

Wer ist ständiges/ permanentes Mitglied des Disclosure-Komitees?
(Mehrfachantworten möglich)



n = 61

n = 62

Weitere Ausschüsse zur Unterstützung des Vorstands: Komitee für Krisenkommunikation

Neben dem Disclosure-Komitee richten in der Praxis viele Unternehmen unternehmensindividuell ein Komitee für die Krisenkommunikation ein. Es berät den Vorstand z. B. bei der Beurteilung der Investorenaktivität oder zum Umgang mit Shortsellern. Viele Unternehmen halten einen

„Notfall-Leitfaden“ für diese Sondersituationen vor, mit Festlegung von Zuständigkeiten, Verantwortlichkeiten, Aufgaben, Reaktionsmöglichkeiten und der Auflistung wichtiger interner Mitglieder und externer Spezialisten, um für die jeweilige Krisensituation vorbereitet zu sein.



Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation

Typischer Kapitalmarktkalender in der IR

Veröffentlichung der Finanzinformationen als Ausgangspunkt für die Planung des rollierenden IR-Kapitalmarktkalenders

Unternehmen sind, je nach Börsensegment, verpflichtet, einen Finanz- bzw. Unternehmenskalender zu erstellen und zu veröffentlichen, der die wichtigsten anstehenden Termine im jeweils laufenden bzw. nächsten Geschäftsjahr aufzeigt, insbesondere die Termine zur Hauptversammlung (Generalversammlung), zu Pressekonferenzen und zu Analystenveranstaltungen. Für deutsche Emittenten im Prime Standard ist die verpflichtende Erstellung und fortlaufende Aktualisierung des Unternehmenskalenders in § 54 BörsO FWB geregelt.

Neben diesen Kapitalmarkt-Events hat die IR im laufenden Geschäftsjahr weitere Verpflichtungen und Termine, die – unter Berücksichtigung gesetzlich vorgegebener Fristen – sinnvoll in einem (internen) IR-Kapitalmarktkalender koordiniert werden müssen.

So enthält ein IR-Kapitalmarktkalender insbesondere die Termine zur Veröffentlichung der Finanzinformationen. Darüber hinaus sollte er auch die Fristen und Termine zu den wichtigsten Corporate-Governance-Themen enthalten. Zu nennen wären hier (neben der Haupt- bzw. Generalversammlung) vor allem die ordentlichen Aufsichtsrats-sitzungen und die Erklärung zur Einhaltung des Corporate Governance Kodex („Entsprechenserklärung“). Auch die nicht gesetzlich vorgeschriebenen, freiwilligen IR-Kommunikationsformate – der „Kür“ am Kapitalmarkt – wie z. B. Investoren- und Analystenveranstaltungen und -Calls sollten im Kalender abgebildet sein. All diese Termine muss die IR mit den für den jeweiligen Gesamtprozess involvierten Abteilungen entsprechend abstimmen.

Ausgangspunkt für die Organisation der Termine im IR-Kapitalmarktkalender sind die planbaren Veröffentlichungszeitpunkte der jeweiligen Finanzinformation: Jahresfinanzbericht, Halbjahresfinanzbericht und ggf. Quartalsinformationen. Sie setzen den Rahmen für die Corporate-Governance-Termine und sind zugleich Basis für die Planung der sich i. d. R. an die Veröffentlichung der Finanzinformation anschließenden Kür in Investorenkonferenzen und Analysten-Calls.

Die IR-Jahresplanung bezieht sich folglich auf die zeitliche Koordination der planbaren Kommunikationsgelegenheiten, damit sich Pflicht und Kür im jährlichen Kapitalmarktkalender ideal ergänzen.

IR bleibt wenig Zeit zum Durchatmen – Aktivitäten verteilen sich über das ganze Geschäftsjahr

Eine aktuelle Analyse der Finanz- und Roadshowkalender von gelisteten Unternehmen der DAX-Familie (DAX, MDAX, SDAX)³ zeigt, dass sich die IR-Aktivitäten eines typischen IR-Kapitalmarktkalenders grundsätzlich über das ganze Geschäftsjahr 2021 verteilen.

Q1

Dabei ist das erste Quartal geprägt von der Veröffentlichung des Jahresfinanzberichts. Die Veröffentlichungsfrist für den Jahresfinanzbericht beträgt vier Monate (§ 114 Abs. 1 i. V. m. § 117 WpHG, § 51 Abs. 2 BörsO FWB) bzw. 90 Tage (F.2 DCGK) nach Ablauf des Geschäftsjahres. Über 80 Prozent der Unternehmen veröffentlichten ihn bis Ende März. Im ersten Quartal veröffentlichten die meisten Unternehmen außerdem den Ausblick auf das laufende Geschäftsjahr, die sog. Analyst Guidance.

Q2

Im zweiten Quartal präsentieren die Unternehmen vorrangig die Q1-Zahlen. Diese müssen nach § 53 Abs. 5 BörsO FWB spätestens zwei Monate bzw. nach F.2 DCGK binnen 45 Tagen nach Ende des Mitteilungszeitraums veröffentlicht werden. Rund 70 Prozent der Unternehmen veröffentlichten die Q1-Zahlen schon bis Mitte Mai.

Ferner fand bei der überwiegenden Mehrheit der Unternehmen im zweiten Quartal die Jahreshauptversammlung statt; die maximale Frist von acht Monaten⁴ nach dem Abschlussstichtag (§ 175 Abs. 1 AktG) nutzten die Unternehmen somit nicht aus.

Q3 Innerhalb des dritten Quartals muss der Halbjahresfinanzbericht veröffentlicht werden; den Unternehmen steht eine Veröffentlichungsfrist von drei Monaten (§ 115 Abs. 1 i. V. m. § 117 WpHG, § 52 Abs. 4 BörsO FWB) bzw. 45 Tagen (F.2 DCGK) nach Ablauf des Berichtszeitraums zu. Fast 90 Prozent der Unternehmen veröffentlichten den Halbjahresfinanzbericht bereits bis Mitte August.

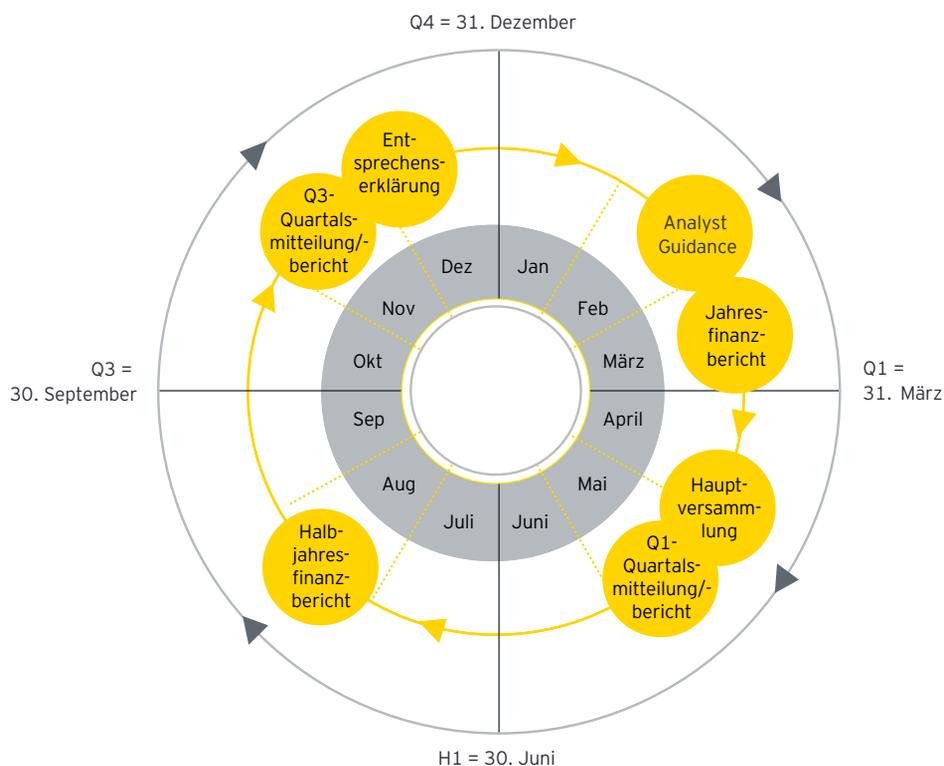
Q4 Auch im vierten Quartal ist der IR-Kapitalmarkt-kalender gut gefüllt: Zunächst steht die Veröffentlichung der Q3-Zahlen an, die innerhalb von zwei Monaten (§ 53 Abs. 5 BörsO FWB) bzw. binnen 45 Tagen (F.2 DCGK) nach Ende des Mitteilungszeitraums veröffentlicht werden müssen; ca. 70 Prozent der Unternehmen präsentierten sie schon im November. Auch veröffentlichten mehr als 60 Prozent der Unternehmen ihre Entsprechens-

erklärung zum DCGK in der letzten Hälfte des vierten Quartals. Abbildung 12 zeigt beispielhaft die Best Practice eines rollierenden IR-Kapitalmarktkalenders auf.

Bei der Planung des IR-Kapitalmarktkalenders sollten auch die Roadshow- und Konferenzaktivitäten berücksichtigt werden. Die aktuelle Analyse der Finanz- und Roadshowkalender zeigt, dass die Unternehmen im Geschäftsjahr an mehreren Roadshows oder Konferenzen teilnehmen (Für weitere Informationen zu Roadshow- und Konferenzaktivitäten siehe Seite 26). Zudem fanden in jedem der Quartale Earnings Calls statt, i. d. R. zur Präsentation der aktuellen Finanzzahlen.

Darüber hinaus traf sich der Aufsichtsrat im Geschäftsjahr mehrmals zu ordentlichen Aufsichtsratssitzungen (Für weitere Informationen zu den Aufsichtsratssitzungen siehe Seite 24).

Abbildung 12: Best Practice des rollierenden IR-Kapitalmarktkalenders



³ Quellen: eigene Analyse zu Finanz- und Roadshowkalendern von Unternehmen und jeweiligen IR-Websites aus der DAX-Familie, 2021

⁴ Aktuelle Ausnahmen durch COVID-19-Verordnungen und Notfallgesetzgebungen nicht berücksichtigt

Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation

Typischer Kapitalmarktkalender in der IR

IR ist primär verantwortlich für die Koordination des Finanzkalenders

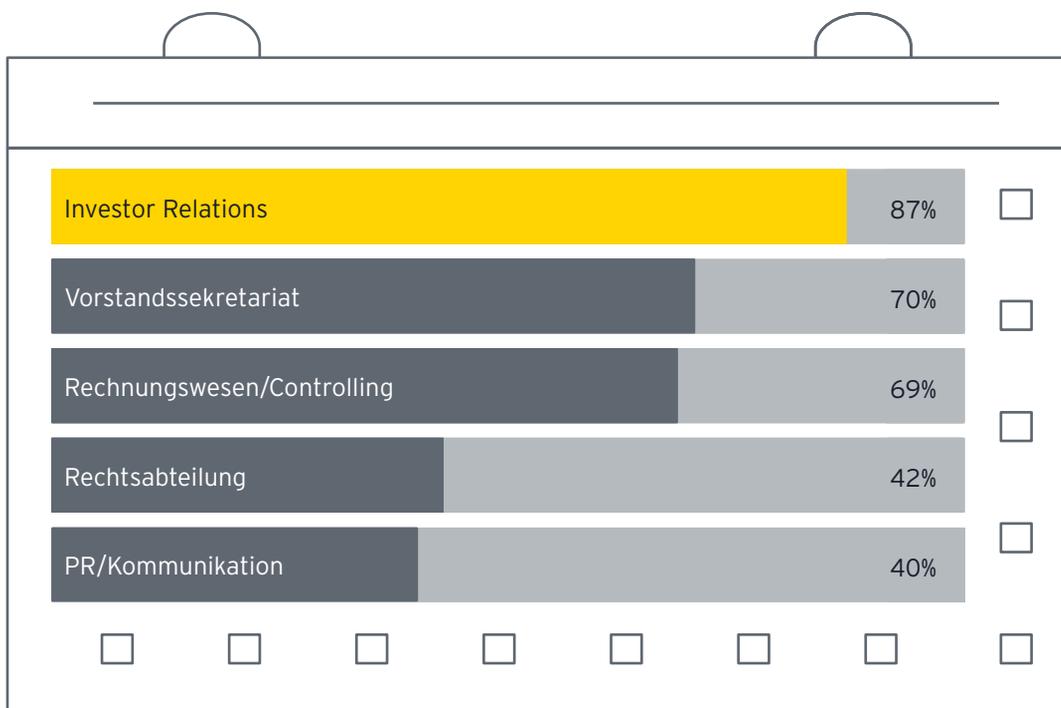
70%

Für die terminliche Koordination des Finanzkalenders ist nach Angaben von 70 Prozent der Befragten die IR zuständig, insbesondere bei SDAX- und Nicht-Index-Unternehmen. Die Rechtsabteilung und PR/Kommunikation sind hingegen seltener für die Koordination verantwortlich.

Bei der Festsetzung der Termine des Finanzkalenders einbezogene Abteilungen sind neben der IR (87 Prozent) vor allem das Vorstandssekretariat (70 Prozent) und das Rechnungswesen bzw. Controlling (69 Prozent). Die Rechtsabteilung wird nach Aussage von 42 Prozent der IR-Befragten bei der Festsetzung der Termine des Finanzkalenders einbezogen, insbesondere bei Unternehmen aus dem DAX und dem MDAX.

Abbildung 13: Top-5-Abteilungen bei der Festsetzung der Termine des Finanzkalenders

Welche Abteilungen sind bei der Festsetzung der Termine des Finanzkalenders einbezogen? (Mehrfachantworten möglich)



n = 108

Viele Unternehmen planen ihren Finanzkalender mit einem zeitlichen Vorlauf von mehr als sechs Monaten

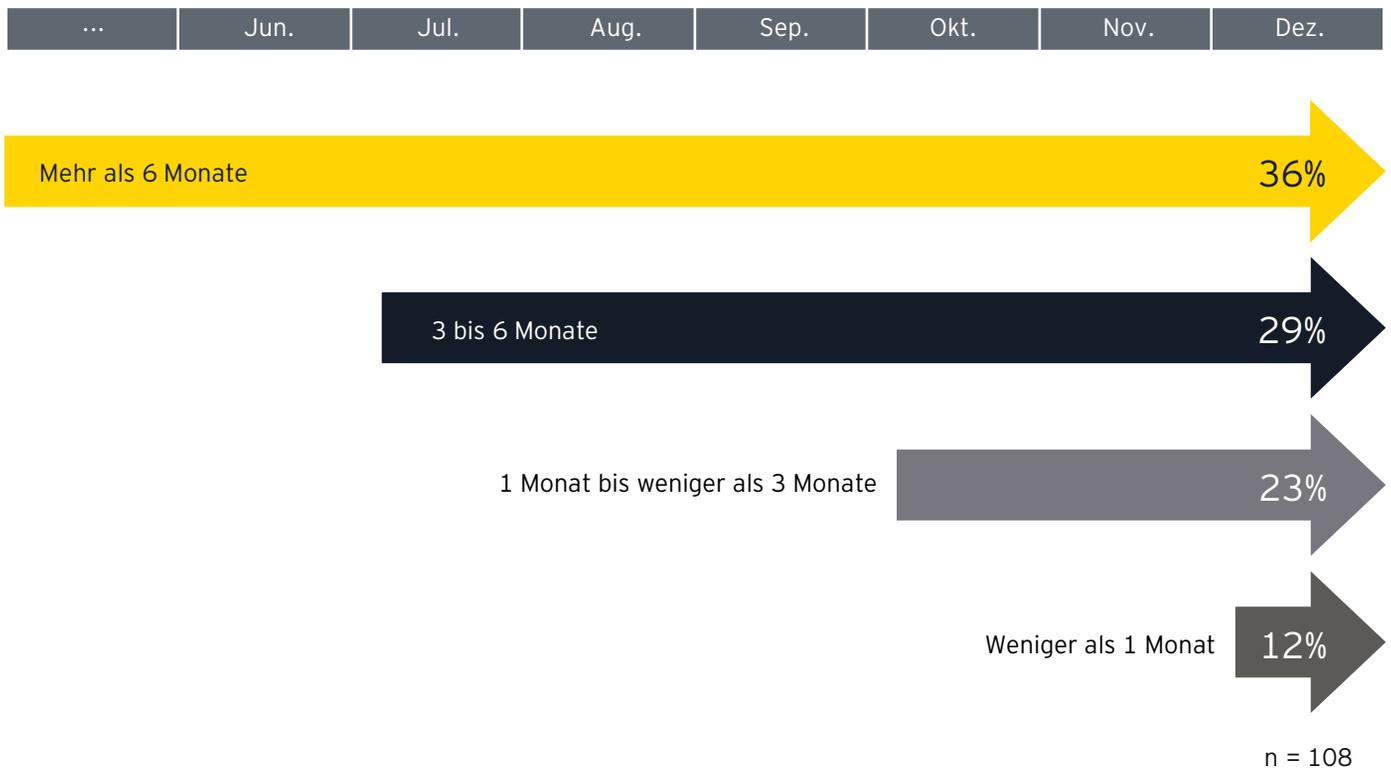
36 Prozent der IR-Befragten geben an, dass die Planung des neuen Finanzkalenders mehr als sechs Monate vor Beginn des nächsten Finanzjahres beginnt. Insbesondere Unternehmen aus dem DAX und dem MDAX planen ihren neuen Finanzkalender mit einem zeitlichen Vorlauf von mehr als sechs Monaten.

Etliche Unternehmen, vor allem SDAX- und Nicht-Index-Unternehmen, planen hingegen ihren neuen Finanzkalender

mit kürzerem zeitlichen Vorlauf: Knapp 30 Prozent der IR-Officer geben für die Planung des neuen Kalenders einen Zeitraum von drei bis sechs Monaten vor Beginn des nächsten Finanzjahres an; für ungefähr ein Viertel der Befragten beträgt der Zeitraum für die Planung des Finanzkalenders hingegen ein bis drei Monate vor Beginn des nächsten Finanzjahres.

Abbildung 14: Planung des Finanzkalenders

Mit welchem zeitlichen Vorlauf beginnt die Planung vor Veröffentlichung eines neuen Finanzkalenders?



Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation

Best Practices zu Aufsichtsratssitzungen

Mehr ordentliche Aufsichtsratssitzungen in der Praxis als gesetzlich vorgeschrieben

Die ordentlichen Aufsichtsratssitzungen müssen in einem Mindestmaß in einem vorgeschriebenen gesetzlichen Turnus stattfinden (siehe Abbildung 4). Eine Limitierung der Sitzungen ist hierbei nicht vorgesehen; vielmehr können abhängig von der Lage des Unternehmens und den Pflichten der Aufsichtsratsmitglieder weitere Sitzungen abgehalten werden. In Krisen- oder Sondersituationen wird der Aufsichtsrat im Rahmen von außerordentlichen Sitzungen öfter zusammentreffen, z. B. um den nötigen Maßnahmen zuzustimmen oder die Lage des Unternehmens mit dem Vorstand zu besprechen.

Nach einer aktuellen Analyse der Finanz- und Roadshowkalender fanden im Geschäftsjahr 2021 im Durchschnitt sechs ordentliche Aufsichtsratssitzungen von in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen statt. Somit traf sich der Aufsichtsrat häufiger als gesetzlich vorgeschrieben.

Die ersten ordentlichen Aufsichtsratssitzungen fanden bei einem Großteil der Unternehmen im Februar oder März statt. Gegenstand dieser Sitzungen war insbesondere die Billigung und Feststellung des Jahresabschlusses und die Vorbereitung der Jahreshauptversammlung.

Im zweiten Quartal fand bei der Mehrheit der Unternehmen die nächste ordentliche Aufsichtsratssitzung statt, i. d. R. korrespondierend mit der Jahreshauptversammlung, die bei einer breiten Mehrheit der Unternehmen im Mai oder im Juni stattfand. So traf sich der Aufsichtsrat meist nach der

Hauptversammlung, z. B. um diese und ggf. die darin erfolgten Wahlen von Aufsichtsrat und Vorstand intern zu besprechen.

Innerhalb des dritten Quartals hielt mehr als die Hälfte der in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen (ca. 55 Prozent) mindestens eine ordentliche Aufsichtsratssitzung im September ab. Diese Sitzung diente einem Großteil der Unternehmen als „Strategiesitzung“, in welcher der Vorstand den Aufsichtsrat über strategische Projekte und über die zukünftige Unternehmensausrichtung unterrichtete.

Die letzte ordentliche Aufsichtsratssitzung fand bei der überwiegenden Mehrheit der in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen (ca. 67 Prozent) im Dezember statt. Themen waren vor allem die Besprechung der Budget- und Finanzplanung, die Agenda des folgenden Geschäftsjahres und die Erklärung zur Einhaltung des DCGK.

Neben den ordentlichen Sitzungen fand im Geschäftsjahr 2021 im Durchschnitt eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung von den in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen statt. Dabei ging es vor allem um die Zusammenarbeit mit dem Vorstand zu wichtigen Anlässen wie bevorstehenden Akquisitionen oder Großprojekten.



Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation

Roadshow- und Konferenzaktivitäten in der IR-Praxis

Roadshowplanung hängt vor allem von den Veröffentlichungsterminen der Finanzabschlüsse ab

Roadshows sind ein wichtiges Kommunikationsinstrument in der IR. Das Top-Management nimmt die Roadshows u. a. zum Anlass, die aktuellen Geschäftszahlen des Unternehmens zu präsentieren und zu kommunizieren. Die Planung der Roadshows hängt daher nach Angaben von 91 Prozent der IR-Officer von den Veröffentlichungsterminen der Finanzabschlüsse ab.

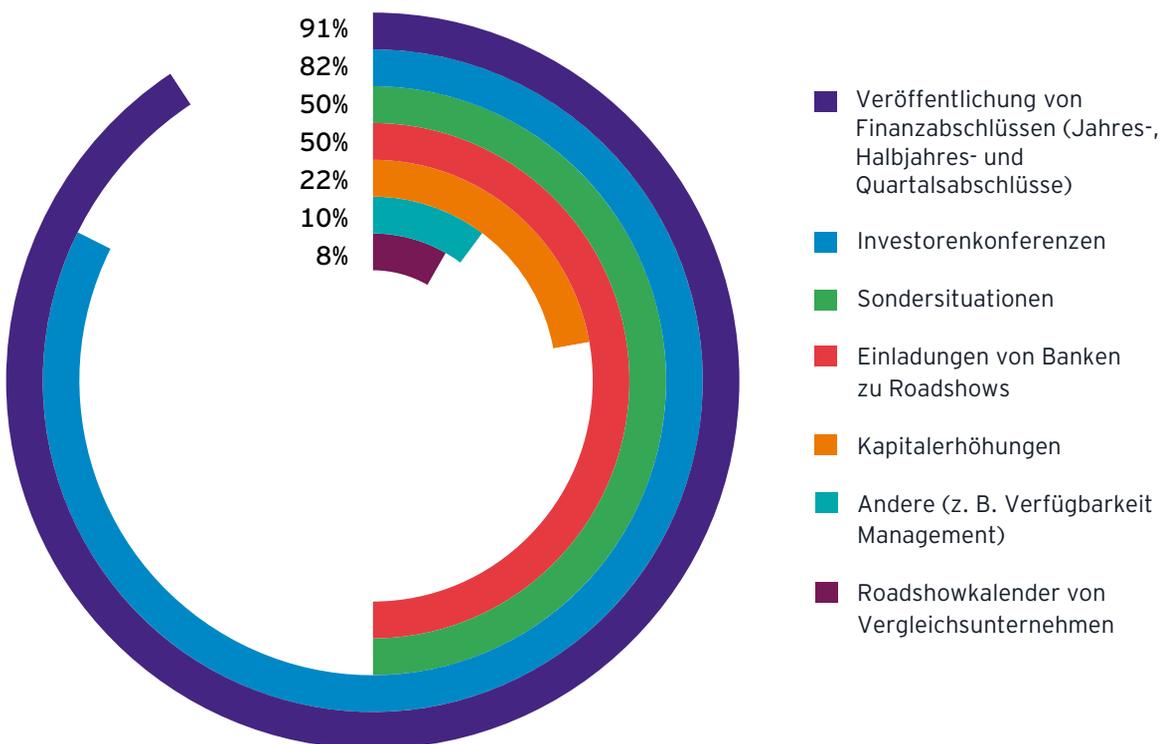
Wie auf Seite 20 und 21 dargestellt, veröffentlichten die Mehrheit der in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen ihre Finanzinformationen im Geschäftsjahr 2021 im März, im Mai, im August und im November. In diesen Monaten ist die Roadshowaktivität bei den Unternehmen entsprechend hoch. Die Roadshowplanung hängt jedoch nicht nur von den Veröffentlichungsterminen der Finanzabschlüsse ab, sondern laut 82 Prozent der IR-Befragten auch von

Investorenkonferenzen und für jeweils 50 Prozent der IR-Officer von Sondersituationen und Einladungen von Banken zu Roadshows.

Dabei ist für 42 Prozent der IR-Officer das vierte Quartal, bei dem der Vorstand i. d. R. die Q3-Zahlen präsentiert, das relevanteste Quartal für die Roadshows. Das zweite Quartal rangiert nach Angabe der IR-Befragten auf den Rängen 2 oder 3. Dabei wird hier insbesondere, neben der Präsentation der Q1-Zahlen, die Haupt- bzw. Generalversammlung vorbereitet und deren Agendapunkte vorgestellt und es wird die Analyst Guidance veröffentlicht. Das erste Quartal ist nach Aussage von 39 Prozent der IR-Befragten das am wenigsten relevante Quartal für die Roadshows.

Abbildung 15: Faktoren für die Roadshowplanung

Von welchen Faktoren hängt die Roadshowplanung grundsätzlich ab?
(Mehrfachantworten möglich)



n = 108

Januar und September sind beliebte Monate für Konferenzen

Die aktuelle Analyse der Finanz- und Roadshowkalender zeigt, dass die Unternehmen aus der DAX-Familie im Geschäftsjahr 2021 neben Roadshows auch an verschiedenen Konferenzen teilnahmen. Vor allem die Monate Januar und September waren beliebt: Während im Januar insgesamt 70 Prozent der Unternehmen mindestens eine Konferenz besuchten, stieg die Aktivität im September sogar auf fast 75 Prozent an.

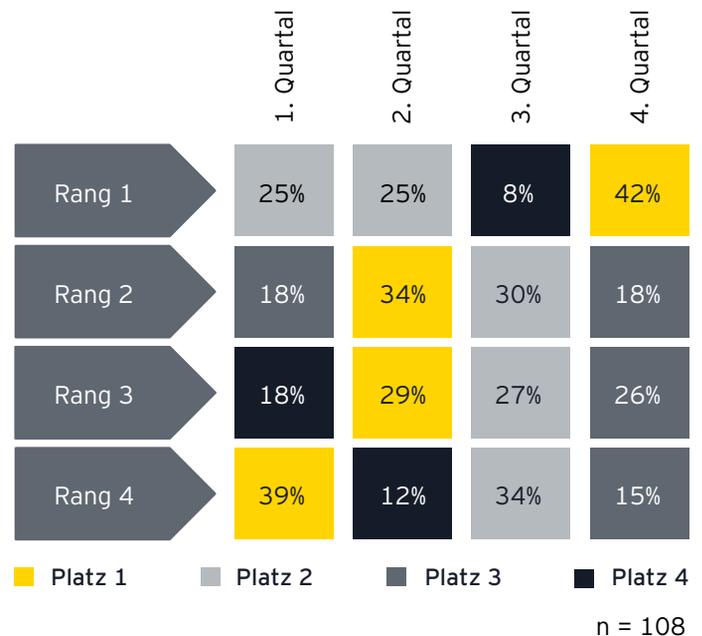
Europäische Standorte mit hoher Relevanz für Roadshow- und Konferenzaktivitäten

Roadshows und Konferenzen fanden bei den in der DAX-Familie gelisteten Unternehmen im Geschäftsjahr 2021 überwiegend in virtueller Form statt. Zwar lassen sich die Aktivitäten verschiedenen Standorten zuordnen, jedoch werden sie primär virtuell oder zumindest in einem hybriden Format durchgeführt. Unter den gegebenen Annahmen zeigt die aktuelle Analyse der Finanz- und Roadshowkalender, dass sich ein Großteil der Roadshow- und Konferenzaktivitäten der Unternehmen aus der DAX-Familie auf vier zentrale Finanzmärkte konzentrierte: New York, Frankfurt, London und Paris. Damit zählen gleich drei europäische Austragungsorte zu den wichtigsten Standorten für Roadshow- und Konferenzaktivitäten. Dabei war Frankfurt,

knapp gefolgt von London, der beliebteste Standort für die Unternehmen: Unter den Top-4-Standorten fanden hier 36 Prozent der Roadshow- und Konferenzaktivitäten statt, in London 34 Prozent.

Abbildung 16: Relevanz der Quartale für Roadshows

Wie relevant sind die einzelnen Quartale für Roadshows? (Ranking: 1 = am wichtigsten; 4 = am wenigsten wichtig)



Planung des Kapitalmarktkalenders in der Finanzkommunikation

Roadshow- und Konferenzaktivitäten in der IR-Praxis

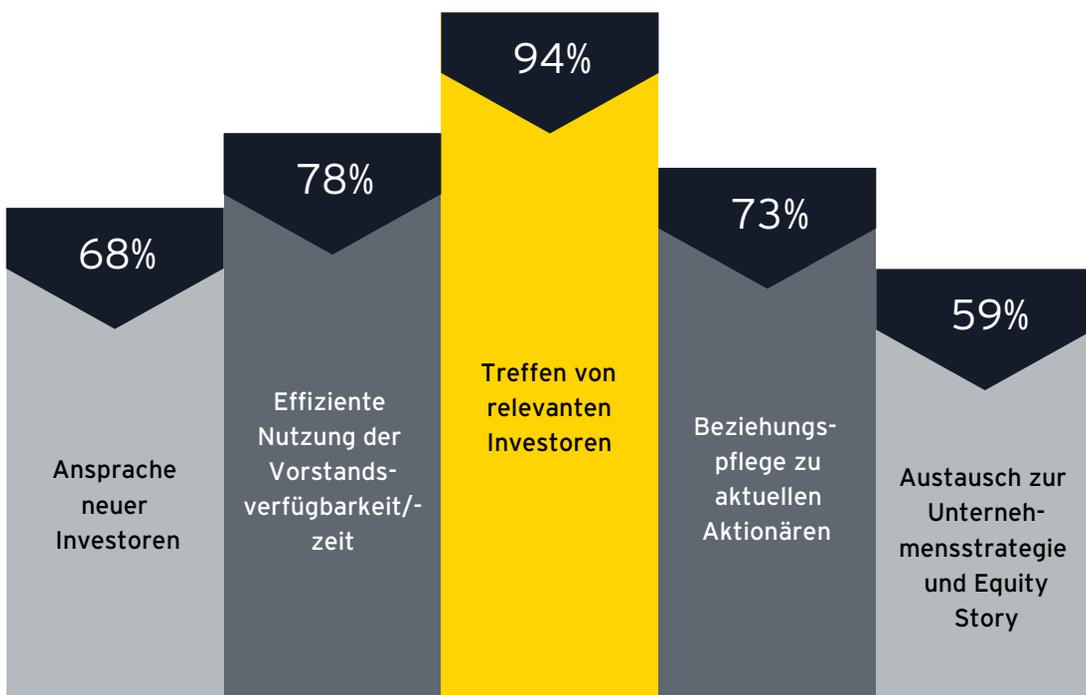
Treffen relevanter Investoren und Effizienz sind Ziele

Nach der Veröffentlichung z. B. in der Finanzberichterstattung folgt die Kommunikation in Analysten-Calls, auf Investorenkonferenzen und Roadshows. 94 Prozent der IR-Officer sind sich hinsichtlich der Erwartungen des Vorstands an Roadshows bzw. Investorenkonferenzen einig, dass diese vor allem dem Zweck dienen, sich mit relevanten Investoren zu

treffen. Für 78 Prozent der Unternehmen ist die effiziente Nutzung der Vorstandsverfügbarkeit bzw. -zeit ebenfalls wichtig. Mit 73 Prozent wird an dritter Stelle die Beziehungspflege zu den aktuellen Aktionären genannt.

Abbildung 17: Erwartungen des Vorstands an Roadshows und Investorenkonferenzen

Was sind die Erwartungen des Vorstands an Roadshow- und Investorenkonferenzen?
(Mehrfachantworten möglich)



n = 108



Chancen für eine bessere IR

Ansätze in der IR-Praxis

Ansätze in der IR-Praxis

Der Vorstand ist das zuständige Organ für den Kontakt zu Stakeholdern, die Kapitalmarktkommunikation und die IR-Funktion. Aber auch der Aufsichtsrat übernimmt eine präsentere Rolle in der Kapitalmarktöffentlichkeit. Bislang gibt es keinen gesetzlichen Standard.

Die Studie zeigt die Best Practices, wie die Zusammenarbeit von IR, Vorstand und Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr gestaltet werden kann. Dabei ist die enge und vertrauensvolle Abstimmung zwischen den Beteiligten entscheidend, um den Wirkungsgrad der IR-Funktion zu erhöhen und gesetzliche Pflichten zu erfüllen, und ausschlaggebend dafür, wie gut sich das Unternehmen im internationalen Wettbewerb um Kapital positionieren kann. IR-Verantwortliche sehen Verbesserungspotenziale und vier wesentliche Ansätze:

Die Kommunikationslinien zwischen IR, Vorstand und Aufsichtsrat wird in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen.

Durch seine aktivere Rolle ist der Aufsichtsrat zunehmend in der Kapitalmarktinteraktion gefordert. Bei knapp der Hälfte der Unternehmen existiert bereits ein regelmäßiges Reporting zwischen IR und Aufsichtsrat. Dieses erfolgt primär quartalsweise, aber auch monatlich. IR und Vorstand kommunizieren regelmäßiger, oft in einem wöchentlichen Rhythmus. Auch die Themen, die besprochen werden, unterscheiden sich: So stehen in der Kommunikation von IR und Vorstand vor allem „marktnahe“ Themengebiete wie die Markt- und Investorenstimmung, die häufig gestellten Fragen von Investoren und Investorenaktivitäten im Fokus, während sich IR und Aufsichtsrat zwar an erster Stelle auch über die Markt- und Investorenstimmung austauschen, aber danach vor allem über regulatorische Vorschriften diskutieren, nämlich an zweiter Stelle über die Finanzberichte und an dritter Stelle über die Hauptversammlung.

Im Kreislauf der Pflichtkommunikation und der Kür am Kapitalmarkt ist die effiziente Planung und Organisation eines Kapitalmarktcalenders durch die IR für das Kapitalmarktjahr unumgänglich.

Die IR nimmt als Koordinator des Finanzkalenders eine entscheidende Rolle ein und berücksichtigt bzw. bindet im Planungsprozess insbesondere das Vorstandsssekretariat und das Rechnungswesen bzw. Controlling aktiv mit ein. DAX- und MDAX-Unternehmen planen ihren neuen Finanzkalender mit einem deutlich längeren zeitlichen Vorlauf von mehr als sechs Monaten, während SDAX- und Nicht-Index-Unternehmen mit einem deutlich kürzeren zeitlichen Vorlauf planen.

Die Etablierung eines Disclosure-Komitees sollte für jedes Unternehmen individuell in Betracht gezogen werden.

Die Mehrheit der Unternehmen, insbesondere Unternehmen der großen Indizes, verfügt bereits über ein solches Komitee, das sich vor allem ad hoc und auf Nachfrage trifft. Der größte Nutzen des Komitees liegt in der Sicherstellung der Erfüllung der regulatorischen Berichtspflichten über verbindliche Beschlussfassungen. Neben der IR, die immer ein permanentes Mitglied des Komitees ist, sind die Rechtsabteilung und der CFO häufig ständige Mitglieder. Eine schriftliche Dokumentation in einer entsprechenden Richtlinie ist hierbei empfehlenswert, um u. a. die Verantwortlichkeiten und Kompetenzen innerhalb des Komitees festzulegen.

Roadshows werden auch in Zukunft ein wichtiger Teil der Finanzkommunikation bleiben. Die Roadshowplanung hängt vor allem von den Veröffentlichungsterminen der Finanzabschlüsse, aber auch von Investorenkonferenzen, Sondersituationen und Einladungen von Banken zu Roadshows ab.

Das vierte Quartal ist das relevanteste für Roadshows. Der Vorstand verspricht sich von Roadshows und Investorenkonferenzen insbesondere relevante Investoren zu treffen und seine Zeit bzw. Verfügbarkeit effizient zu nutzen.

IR-Checkliste für das Zusammenspiel von IR, Vorstand und Aufsichtsrat im Kapitalmarktjahr

Folgende Fragen helfen beim Aufbau und der Organisation der IR mit Vorstand und Aufsichtsrat:

1. Wie können wir die Organisation der IR-Funktion im Unternehmen effizient auf- und ausbauen (Infrastruktur, Prozesse, Funktionen und Kompetenzen)?
2. Existiert ein IR-Manual mit klarer Dokumentation von IR-Infrastrukturen, Prozessbeschreibungen und Verantwortlichkeiten für das Kapitalmarkt-Pflichtenheft?
3. Wie setzen wir eine effiziente und klare IR-Kommunikationslinie zum Vorstand und zum Aufsichtsrat auf?
4. Was enthält das IR-Reporting und wie ist die Frequenz des Reportings an Vorstand und den Aufsichtsrat?
5. Brauchen wir ein Disclosure-Komitee? Wie soll sich dieses zusammensetzen und wie stellt sich der Kommunikationsprozess innerhalb des Komitees dar?
6. Welche IR-(Kommunikations-)Richtlinien brauchen wir zum Börsengang und in der Zeit danach, um die „one voice policy“ sicherzustellen?
7. Wie planen und organisieren wir unseren IR-Kapitalmarktkalender?
8. Wie erfolgt die Kommunikation in Krisenzeiten und gibt es hierfür entsprechende Richtlinien?
9. Wem soll die IR-Abteilung zugeordnet sein und welches Budget für die Pflicht und Kür steht ihr zur Verfügung?
10. Sind wichtige in der IR festgehaltene Prozesse für Kapitalmarktpflichten durch die Interne Revision geprüft?

Mit EY-Services in der Finanzkommunikation punkten

Services

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Transaktionsberatung sowie in den Advisory Services. Unsere 300.000 Mitarbeitenden sind durch gemeinsame Werte und einen hohen Qualitätsanspruch verbunden. Wir sind weltweit Marktführer in der Beratung von Börsengängen. EY verfügt über eine 30-jährige Erfahrung in der internen Vorbereitung und Begleitung von Unternehmen bei Kapitalaufnahmen

weltweit. Mit integrierten Dienstleistungen vor, während und nach der Kapitalaufnahme unterstützen wir unsere Mandanten ganzheitlich. Mit unseren Kapitalmarktexperten betreuen wir Sie auch rund um die Finanzkommunikation entsprechend Ihrer Finanzierungsstrategie, und zwar weltweit, in dem von Ihnen gewählten Kapitalmarkt und der von Ihnen präferierten Finanzierungsform.

EY unterstützt Sie vielfältig rund um die Organisation Ihrer Finanzkommunikation:

- ▶ IR-Strategieberatung rund um die Finanz-, Quartals- und Segmentberichterstattung sowie Prognosen
- ▶ Beratung rund um Ihr IR-Konzept und Ihre IR-Strategie
- ▶ Aufbau (Infrastruktur, Prozesse und Funktionen) Ihrer IR bzw. Finanzkommunikation
- ▶ Entwicklung von IR-Manuals (Dokumentation von Prozessen, Fristen, Verantwortlichkeiten und Infrastruktur) und IR-Kalendern
- ▶ internationales IR-Benchmarking, Analyse und Identifikation von Verbesserungspotenzialen
- ▶ Prüfung der Effektivität Ihrer IR und Finanzkommunikation und IR-Verbesserungspotenziale - „Health Check“
- ▶ Entwicklung Ihrer digitalen IR-Agenda
- ▶ Aus- und Weiterbildung IR-Verantwortlicher: IFRS und Steuern in der Finanzkommunikation
- ▶ Entwicklung eines IR-Dashboards für Vorstand und Aufsichtsrat
- ▶ Kapitalmarkt-Compliance-Training
- ▶ Beratung im Bereich Analyst Guidance und Forecasting
- ▶ Aufsetzen Ihrer IR-Website (Struktur und Inhalt) und IPO and IR FAQs sowie „One voice policy“-Toolkit
- ▶ Planung Ihres IPO- und IR-Budgets

Kontakt



Dr. Martin Steinbach

Partner, Head of IPO and Listing Services
Financial Accounting Advisory Services
IPO Leader Europe West and EMEA
Office: +49 6196 996 11574
martin.steinbach@de.ey.com

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Mergenthalerallee 3-5
65760 Eschborn, Germany



Christina Ohde

Manager, IPO and Listing Services
Financial Accounting Advisory Services
Office: +49 6196 996 20530
christina.ohde@de.ey.com

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Mergenthalerallee 3-5
65760 Eschborn, Germany

Abkürzungsverzeichnis

- ▶ AktG Aktiengesetz
- ▶ BörsO FWB Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse
- ▶ CEO Chief Executive Officer
- ▶ CFO Chief Financial Officer
- ▶ DACH Deutschland, Österreich, Schweiz
- ▶ DCGK Deutscher Corporate Governance Kodex
- ▶ DAX Deutscher Aktienindex
- ▶ FISG Finanzmarktintegritätsstärkungsgesetz
- ▶ IR Investor Relations
- ▶ MDAX Mid-Cap-Index (Index für mittelgroße Unternehmen)
- ▶ SDAX Small-Cap-Index (Index für kleinere Unternehmen)
- ▶ WpHG Wertpapierhandelsgesetz

EY | Building a better working world

Mit unserer Arbeit setzen wir uns für eine besser funktionierende Welt ein. Wir helfen unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Gesellschaft, langfristige Werte zu schaffen und das Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken.

In mehr als 150 Ländern unterstützen wir unsere Kunden, verantwortungsvoll zu wachsen und den digitalen Wandel zu gestalten. Dabei setzen wir auf Diversität im Team sowie Daten und modernste Technologien in unseren Dienstleistungen.

Ob Assurance, Tax & Law, Strategy and Transactions oder Consulting: Unsere Teams stellen bessere Fragen, um neue und bessere Antworten auf die komplexen Herausforderungen unserer Zeit geben zu können.

„EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Informationen darüber, wie EY personenbezogene Daten sammelt und verwendet, sowie eine Beschreibung der Rechte, die Einzelpersonen gemäß der Datenschutzgesetzgebung haben, sind über ey.com/privacy verfügbar. Weitere Informationen zu unserer Organisation finden Sie unter ey.com.

In Deutschland finden Sie uns an 20 Standorten.

© 2022 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

Creative Design Germany
ED None

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Es besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen.

ey.com/de