

DIGITALE INVESTOR RELATIONS

Heute in die Zukunft investieren

Vertrauen ist der Anfang von allem. So lautet ein Motto der Investor Relations, das zeitloser nicht sein könnte. IR-Manager sind im Rahmen ihrer Tätigkeiten mehr denn je bestrebt, die Zuversicht von gegenwärtigen und potenziellen Kapitalgebern über alle Kanäle wirksam aufzubauen und zu erhalten. Digitale Plattformen werden dabei zusehends wichtiger. Mit welchen Trends ist im Kontext des digitalen Wandels zu rechnen?

Von Cédric Baumgartner



CÉDRIC BAUMGARTNER zeichnet in Kooperation mit dem IR club Schweiz sowie der Hochschule für Wirtschaft Zürich verantwortlich für die Studie «Die Investor Relations im digitalen Fitness-Check». Ab Oktober fungiert er als Geschäftsführer der Tensid EQS AG. Zuvor war er bei Geberit als Projektleiter Online Communications für digitale Projekte, unter anderem im Bereich Investor Relations, mitverantwortlich.

Die Digitalisierung ist allgegenwärtig. Neue Technologien haben in den letzten Jahren nicht nur die Kommunikationsarbeit von IR-Managern erheblich erweitert, sondern auch das Informations- und Entscheidungsverhalten der Financial Community dezisiv verändert. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Untersuchung zu den digitalen Investor Relations von börsenkotierten Unternehmen in der Schweiz wurden mögliche Entwicklungen im Zusammenhang mit der Digitalisierung beleuchtet.

Trend 1: Wer investiert, wird digital reifer

Den empirischen Befunden zufolge scheint die Investitionsbereitschaft in den IR auch künftig ungebrochen hoch zu sein: So möchten IR-Manager prioritär Ressourcen für Bereiche wie Prozessdigitalisierung, Informationstechnologie und Innovation aufwenden, um so gezielt ihre Fähigkeiten in den «klassischen» Handlungsfeldern der Digitalisierung weiterzuentwickeln. Damit festigen sie jene Bereiche, die entscheidend für den Erfolg des digitalen Wandels in der Finanzkommunikation sind. Kombiniert mit Investitionen in darauf abgestimmte Fähigkeiten sowie zusätzlichem Wissen, das sich Finanzkommunikatoren in entsprechend aktuellen und zukünftigen Projekten aneignen, wird die digitale Reife von IR-Abteilungen in den nächsten Jahren kontinuierlich steigen.

Trend 2: Agieren ist besser als reagieren

Die Veränderung hin zu einer wirksamen digitalen Finanzkommunikation lohnt sich sowohl im internen wie auch externen Kontext: Mit Investitionen in Themenfelder wie Big Data, Customer Experience, künstliche Intelligenz, Prozessdigitalisierung oder cloudbasierte Tools lassen sich nicht nur die Reichweite und die Effizienz steigern, sondern auch die Effektivität und Qualität in den Investor Relations im Kontext von Compliance- und Governance-Aufgaben nachhaltig verbessern. Überdies setzen Finanzkommunikatoren mit der Nutzung digitaler Möglichkeiten stets ein innovatives Zeichen. Wer sich aber den Chancen des digitalen Wandels verschliesst, unterschätzt nicht nur die Macht der neuen Technologien, sondern auch die Bedeutung der jungen Financial Community: Es ist bloss eine Frage der Zeit, bis diese stark in der digitalen Welt verwurzelte Generation künftiger Investoren und Multiplikatoren die Oberhand im Kapitalmarkt gewinnt und eine adäquate, noch stärker digital orientierte Ansprache erwartet. Je früher sich IR-Manager den digitalen Trends öffnen, desto eher können sie die Chancen erhöhen und die Risiken in ihrer Arbeit zielgerichtet minimieren. Digitale Engagements sind jedoch stets unter Abwägung von Kosten und Nutzen zu prüfen.

WIE FIT SIND IHRE INVESTOR RELATIONS FÜR DEN DIGITALEN WANDEL?

Die Durchführung der Studie wurde vom IR club Schweiz unterstützt und von der Hochschule für Wirtschaft Zürich wissenschaftlich begleitet. Möchten Sie den digitalen Wandel in der Finanzkommunikation umfassender verstehen und die für Ihre Investor Relations relevanten Handlungsfelder kennenlernen?

Laden Sie Ihr persönliches Merkblatt herunter: www.irclub.ch/digitalefitness

Trend 3: IR-Grundsätze gezielter stärken

Digitale Aktivitäten tragen massgeblich zur Verwirklichung kommunikationspolitischer sowie finanzwirtschaftlicher Ziele der Investor Relations bei. So begünstigen unter anderem Investitionen in den Aufbau digitaler Touchpoints, wie bspw. Video-Webcasts, den ortsunabhängigen, simultanen Informationsaustausch mit der Financial Community. Dadurch wird nicht nur deren Informationsstand verbessert, sondern es werden auch Informationsintervalle reduziert, was unter anderem die Grundsätze der Zielgruppenorientierung sowie der Transparenz in der Finanzkommunikation stärkt. Weiter lassen sich mit eingesetzten Ressourcen im

«
Digitale Tools steigern die Effizienz und Effektivität von IR-Managern nachhaltig.
»

Bereich der digitalen Customer Experience die verschiedenartigen Informationsansprüche und Erwartungen der Financial Community besser erfüllen. Ferner sind im Kontext der Prozessdigitalisierung Tools einzusetzen, die relevante Kursdaten, Charts, Meldepflichten oder Fact Sheets effizient und stets aktuell darstellen. Dadurch können IR-Manager nicht nur Ressourcen einsparen, sondern auch sicherstellen, dass alle Kapitalmarktteilnehmer kompetent und gleichwertig informiert werden.

Trend 4: Es ist nicht alles digital, was glänzt

Es ist unbestritten: Digitale Kommunikationsinstrumente und Plattformen weisen enorme Zugkraft auf und bergen auch für die Investor Relations grosses Potenzial. Gleichwohl ist stets daran zu denken, dass innerhalb der Financial Community heterogene Informationsbedürfnisse bzw. unterschiedliche Erwartungen an die Kapitalmarktkommunikation bestehen. Digitale Anstrengungen weisen je nach Anspruchsgruppe unterschiedlich hohe Nutzwerte auf, weshalb nebst digitalen Aktivitäten stets auch individuell ausgerichtete klassische IR-Tätigkeiten wie das persönliche Gespräch oder Roadshows vonnöten sind. Mit einem durchdachten Engagement unterstreichen IR-Manager letztlich nicht nur ihre Kommunikationsfähigkeiten, sondern stärken auch die Vertrauensbeziehungen zu bedeutungsvollen Kapitalmarktteilnehmern nachhaltig.