

08.10.2008 - 12:17 Uhr

Finanzmarktkommunikation: In der Krise mit einer Stimme sprechen

Hamburg (ots) -

Investor Relations-Abteilungen und Pressestellen müssen in der Krise mit einer gemeinsamen Stimme sprechen. Fehler in der Kommunikation können ganze Konzerne in existenzielle Schwierigkeiten bringen, so ein Fazit des gestrigen IR-Forums 2008 von euro adhoc. Gut 70 Experten für Finanzkommunikation diskutierten in Frankfurt gemeinsam mit Wirtschaftsjournalisten und Analysten über das Thema "Investor Relations vor neuen Herausforderungen". Initiator der Veranstaltung war euro adhoc, der internationale Publizitätsservice für Pflichtmitteilungen von börsennotierten Unternehmen der dpa-Tochter news aktuell.

Die gestrige Diskussionsveranstaltung stand ganz im Zeichen der Finanzmarktkrise und der rasenden Veränderungen in der globalen Wirtschaft. "Neue Märkte brauchen neue Regeln", sagte Journalist und TV-Kommentator Hermann Kutzer, der das IR-Forum im Frankfurter Japan Conference Center moderierte. Das Eröffnungsreferat hielt Dr. Thorsten Kuthe, Partner bei der Kanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek. "Viele kleine Änderungen bei den Veröffentlichungspflichten führen zu möglichen Fehlerquellen. Manches, was gut gemeint ist, wirft in der Praxis Fragen auf, zu denen nicht immer Antworten vorliegen", kritisierte Kuthe. Detailinformationen zu Geschäftsergebnissen und Befreiungsmöglichkeiten bei der Ad-hoc-Publizität und zu Pflichtmitteilungen im Bereich Directors' Dealings lieferte anschließend Dr. Jan Gerrit Budäus, Referatsleiter WA 22 bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin). Ein weiteres Thema aus dem Bereich Veröffentlichungspflichten, das die Experten für Investor Relations derzeit beschäftigt, ist die systematische Digitalisierung von Unternehmenskennzahlen mit Hilfe des Standards XBRL. "XBRL ist die neue Schlüsseltechnologie der Kapitalmarktkommunikation", betonte der Geschäftsführende Gesellschafter von ANUBO XBRL, Dr. Bodo Kesselmeier. "XBRL-Daten auf der Unternehmens-Website machen Finanzdaten für Suchmaschinen und für in- und ausländische Investment Professionals zugänglich. Dies erhöht massiv die Coverage durch Investment-Professionals." Weniger euphorisch äußerte sich Franz-Josef Leven, Direktor des Deutschen Aktieninstituts DAI, zu XBRL. Er machte deutlich, dass die Nachfrage bei Analysten und Investoren noch viel zu gering ausgeprägt sei, um XBRL zur gesetzlich definierten Vorschrift zu machen. Auch Kay Bommer, Geschäftsführer des Deutschen Investor Relations Verbandes DIRK, zeigte sich gegenüber der neuen Technologie skeptisch. "Der Barcode XBRL funktioniert schlicht und einfach noch nicht." Der Standard werde zwar in einigen Ländern erfolgreich angewandt, aber für den deutschen Kapitalmarkt fehlen noch wichtige Anpassungen an die nationalen Gesetze, so Bommer weiter.

Der zweite Block des IR-Forums beleuchtete aktuelle Fragestellungen zu den Themen Non-Financials und Nachhaltigkeit. Unternehmensdaten, die nur indirekt Auswirkungen auf Geschäftszahlen wie beispielsweise Quartalsberichte oder Bilanzen haben, sind in der Wahrnehmung von Analysten und Investoren in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. "Wir stehen am Anfang eines Paradigmen-Shifts. Environment-, Social- und Governance-Faktoren werden zunehmend in die Mainstream-Finanzanalyse eingehen. Das aktuelle Reporting genügt den Anforderungen der Investment Professionals derzeit allerdings noch bei weitem nicht", erläuterte Claudia Volk, Associate Director bei der WestLB AG. "In Zukunft werden die Reports ähnliche Strukturen aufweisen wie traditionelle Finanzberichte", so Volk weiter. Darauf hofft auch die Firma Henkel, die auf Nachhaltigkeit setzt und dies auch offensiv an den Finanzmarkt kommuniziert. "Nachhaltigkeit

bedeutet für uns Zukunftsfähigkeit. Wir engagieren uns nicht aus Altruismus, sondern aus Überzeugung. Umweltschutz und sozialer Ausgleich sind Voraussetzungen für den langfristigen Unternehmenserfolg", erklärte Christine C. Schneider, Manager Sustainability Issuemanagement bei der Henkel AG & Co. KGaA. Schneider ist davon überzeugt, dass der Kapitalmarkt die Transparenz und die Anstrengungen des Unternehmens belohnen wird. "Der gemeinsame Fokus und die glaubwürdige Umsetzung im Markt stärken unsere Marken sowie die Reputation unseres Unternehmens", betonte Schneider. Ähnlich argumentierte Joachim Ganse, Managing Director bei der Unternehmensberatung Deloitte Deutschland. Er plädierte für die Etablierung von aussagekräftigen "Sustainable Key Performance Indicators", um die Werthaltigkeit eines Unternehmens zu definieren.

Cord Dreyer, Chefredakteur und Geschäftsführer der Wirtschaftsnachrichtenagentur dpa-AFX, führte mit seiner Keynote in den abschließenden Themenblock "Krisenkommunikation am Finanzmarkt" ein. Dreyer machte deutlich, dass eine erfolgreiche Krisenkommunikation nur unter bestimmten Voraussetzungen funktionieren könne. "Positiv kann eine offene und proaktive Krisenkommunikation nur dann wirken, wenn die Kommunikatoren sich bereits ein glänzendes Netzwerk im eigenen Unternehmen sowie an Märkten und in Medien aufgebaut haben." Außerdem appellierte er vor dem Hintergrund der aktuellen Finanzkrise an die Unternehmen: "Lassen Sie Pressestelle und IR mit einer Stimme sprechen. Fehler in der Kommunikation können ganze Konzerne sehr schnell in existenzielle Schwierigkeiten bringen." Ähnlich äußerte sich Bernhard Wolf, Präsident des Deutschen Investor Relations Verbandes (DIRK): "Überhastete oder hinauschiebende Kommunikation verspielt Vertrauen. Krisenkommunikation ist ein Teil der IR." Ein Beispiel, wie Krisenkommunikation am Finanzmarkt erfolgreich sein kann, gab Franz Nieper, Leiter Investor Relations, Legal & Compliance bei der aleo solar AG. "Die wichtigste Aufgabe der IR-Abteilung ist die des Erwartungsmanagements. Die Krise ist ein Wendepunkt in einer negativen Entwicklung. Die Aufgabe der IR in der Krise ist es daher, die Veränderung der Erwartungen zu managen", machte Nieper deutlich. Wie ein Unternehmen in die Krise geraten kann, erläuterte Rolf Anders, Chefredakteur bei Dow Jones Newswires: "Massive Kommunikationskrisen sind oft das Resultat unscheinbarer Fehlentscheidungen zur kurzfristigen Schadensbegrenzung." In der abschließenden Diskussion wies Roland Tichy, Chefredakteur der Wirtschaftswoche, darauf hin, dass die eigentliche Gefahr bei einer Krise deren Skandalisierung sei. Er hielt die Unternehmen an, offen zu kommunizieren und betonte, dass es eine immer wieder kehrende Regel gebe: "Die Verleugnung von Krisen nährt die Krise."

Die Referenten des euro adhoc IR-Forums 2008 im Überblick:

- * Rolf Anders (Chefredakteur/Managing Editor, Dow Jones Newswires)
- * Kay Bommer (Geschäftsführer, DIRK)
- * Cord Dreyer (Chefredakteur und Geschäftsführer, dpa-AFX)
- * Dr. Jan Gerrit Budäus (Referatsleiter WA 22, BaFin)
- * Joachim Ganse (Managing Director, Deloitte Deutschland)
- * Dr. Bodo Kesselmeier (Geschäftsführender Gesellschafter, ANUBO XBRL)
- * Dr. Thorsten Kuthe (Partner, Kanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek)
- * Franz-Josef Leven (Direktor, DAI)
- * Franz Nieper (Leiter Abteilung Investor Relations, Legal & Compliance, aleo solar AG)
- * Christine C. Schneider (Manager Sustainability Issuemanagement, Henkel AG & Co. KGaA)
- * Roland Tichy (Chefredakteur, Wirtschaftswoche)
- * Claudia Volk, Associate Director, CEFA, WestLB AG
- * Bernhard Wolf (Präsident, DIRK)

Pressekontakt:

Pressekontakt:

news aktuell

Leiter Unternehmenskommunikation
Jens Petersen
Telefon: 040/4113 - 2843
Fax: 040/4113 - 2855
petersen@newsaktuell.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100571021> abgerufen werden.