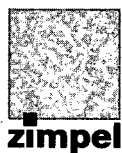


Thomas Schnorrenberg

# Investor Relations Management

Praxisleitfaden für erfolgreiche  
Finanzkommunikation



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
<b>1. Was ist Investor Relations?.....</b>	<b>11</b>
1.1 Gründe für einen Börsengang.....	12
1.2 Begriff, Bedeutung und Ziele der Investor Relations.....	13
1.3 Berufsbild und Aufgaben.....	14
1.4 Kommunikationskalender eines IR-Managers.....	16
<b>2. Rechtlicher Rahmen der Investor Relations.....</b>	<b>19</b>
2.1 Gesetzliche Grundlagen.....	19
Aktiengesetz (AktG).....	19
Wertpapierprospektgesetz (WpPG).....	20
Wertpapierhandelsgesetz (WpHG).....	20
Transparenzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (TUG) und Gesetz über das elektronische Handelsregister und Genossenschaftsregister sowie das Unternehmensregister (EHUG).....	21
Wertpapierübernahmegesetz (WpÜG).....	22
Zusammenfassung.....	22
2.2 Börsenordnung.....	23
2.3 Corporate Governance Kodex.....	24
2.4 Teilbereiche der Börsensegmente und ihre spezifischen Anforderungen.....	25
<b>3. Totale Transparenz: Zulassungsfolgepflichten.....</b>	<b>29</b>
3.1 Ad-hoc-Mitteilungen – Die Königsdisziplin der Pflichtpublizität.....	29

Typische Fälle, die eine Ad-hoc-Pflicht hervorrufen.....	33
Mehrstufige Entscheidungsprozesse .....	37
Erstellung von Ad-hoc-Mitteilungen.....	38
Sanktionen bei Pflichtverletzungen .....	39
3.2 Directors' Dealings.....	40
3.3 Stimmrechtsmitteilungen.....	43
3.4 Jährliches Dokument .....	45
3.5 Insiderverzeichnis.....	47
<b>4. Unternehmensphasen und ihre Besonderheiten .....</b>	<b>53</b>
4.1 Der Börsengang.....	54
4.2 Kapitalmaßnahmen.....	58
Kapitalherabsetzung .....	58
Kapitalerhöhung .....	59
Muster für die Eintragung neuer Aktien beim Handelsregister .....	61
4.3 Kommunikation in der Übernahme .....	66
4.4 Krisenkommunikation .....	71
<b>5. Das 1x1 der Investor Relations.....</b>	<b>75</b>
5.1 Stetiger Dialog.....	75
5.2 Investor Relations im Internet .....	77
5.3 Exkurs: Agenturbriefing .....	82
5.4 Geschäftsbericht .....	86
Offenlegungspflichten .....	87
Die Vorbereitungs- und Konzeptionsphase .....	88
Berichtsstrukturierung .....	92
Vorschriften zur Erstellung des Lageberichts .....	93
5.5 Zwischenberichte.....	97
5.6 Muster für den Bilanzzeit .....	99

5.7	Direkte Investorenansprache .....	100
5.8	Analystenveranstaltung .....	103
5.9	Exkurs: Organisation einer Analystenkonferenz .....	104
5.10	Fact Book .....	109
<b>6.</b>	<b>Alle Jahre wieder: Die Hauptversammlung.....</b>	<b>111</b>
6.1	Gesetzliche Grundlagen und Kompetenzen der Hauptversammlung .....	112
6.2	Einberufung der Hauptversammlung.....	114
6.3	Behandlung von Gegenanträgen.....	116
6.4	Das Backoffice – Die unsichtbaren Helfer .....	117
6.5	Ihre wichtigste Informationsfundgrube: Das Anmeldeverzeichnis .....	118
6.6	Umgang mit Berufsoponenten.....	119
6.7	Die Aufgabe des Versammlungsleiters .....	122
6.8	Musterleitfaden für die Hauptversammlung.....	125
6.9	Organisation der Hauptversammlung .....	132
	Timing: Wann ist der richtige Zeitpunkt?.....	132
	Die Einladung zur HV – Weniger kann auch mehr sein.....	134
	Das angemessene Catering: Sekt oder Selters? .....	135
	Ohne Technik geht es nicht.....	136
	Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft .....	137
	Service ist alles: Die Aktionäre begeistern .....	137
6.10	Potenzielle HV-Locations in Deutschlands Metropolen.....	138
<b>7.</b>	<b>Zielgruppen und ihre Anforderungen an die Investor Relations .....</b>	<b>141</b>
7.1	Investmentanalysten .....	141
7.2	Finanzjournalisten .....	142
7.3	Institutionelle Anleger .....	143
7.4	Kleinanleger .....	144

<b>8. Dienstleister und ihre Bedeutung.....</b>	<b>147</b>
8.1 Emissionsberater .....	147
8.2 IR-Agentur.....	148
8.3 Wirtschaftsjuristen.....	150
8.4 Designated Sponsor .....	151
8.5 ERS und Versand von Pflichtmitteilungen .....	152
<b>9. Kleines Börsenlexikon.....</b>	<b>153</b>
Adressen .....	165
Weiterführende Literatur .....	169
Stichwortverzeichnis .....	171
Der Autor .....	174