

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XIII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Symbolverzeichnis	XVII
1 Problemstellung	1
2 Investor Relations–Ziele	5
2.1 Pflicht – Die Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben	5
2.1.1 Aktiengesetz (AktG)	5
2.1.2 Handelsgesetzbuch (HGB)	7
2.1.3 Börsengesetze	9
2.1.4 Zweites Finanzmarktförderungsgesetz	11
2.2 Kür – Über gesetzliche Regelungen hinausgehende Informationen	13
2.2.1 Hauptziel: Schaffung von Shareholder Value	16
2.2.1.1 Das Shareholder Value–Konzept	17
2.2.1.2 Unzulänglichkeiten klassischer Kennzahlen zur Performance–Messung	21
2.2.1.2.1 Ausgewiesener Gewinn	21
2.2.1.2.2 Dividende	24
2.2.1.2.3 Return–On–Investment (ROI)	26
2.2.1.2.4 Eigenkapitalrentabilität bzw. Return On Equity (ROE)	29
2.2.1.2.5 Cash Flow	30
2.2.1.3 Neuere Modelle zur Performance–Messung	33
2.2.1.3.1 Das Discounted Cash Flow–Modell	33
2.2.1.3.2 Economic Value Added (EVA) und Market Value Added (MVA)	35
2.2.2 Nebenziel: Unternehmensimage	41
2.2.2.1 Corporate Identity	41
2.2.2.2 Aufbau von Vertrauen in die Unternehmung	44

3 Investor Relations–Maßnahmen	49
3.1 Maßnahmenplanung	50
3.1.1 Bestandsaufnahme des Produktes „Aktie“	50
3.1.1.1 Produktpolitik	50
3.1.1.2 Preispolitik	52
3.1.1.3 Distributionspolitik	53
3.1.1.4 Kommunikationspolitik	55
3.1.2. Identifizierung der Adressaten	56
3.1.2.1 Private Investoren	57
3.1.2.2 Institutionelle Investoren	59
3.1.1.3 Ausländische Investoren	62
3.1.2.4 Meinungsführer	63
3.1.3 Positionierung des Unternehmens und Implementierung des Investor Relations– Programms	64
3.2 Unpersönliche Investor Relations–Maßnahmen	66
3.2.1 Der Geschäftsbericht	67
3.2.2 Zwischenberichte	70
3.2.3 Aktionärsbriefe und Aktionärszeitungen	71
3.2.4 Finanzanzeigen und Pressemitteilungen	72
3.3 Persönliche Investor Relations–Maßnahmen	75
3.3.1 Jahreshauptversammlung	75
3.3.2 Analystentreffen	79
3.3.3 Investor Relations–Foren, Aktionärsversammlungen und Pressekonferenzen	81
4 Investor Relations–Ergebnis	85
4.1 Hauptziel: Schaffung von Shareholder Value	85
4.1.1 Messung des Shareholder Value der Euro Stoxx–Aktien mittels EVA und MVA bzw. mittels des Value Spread	87
4.1.2 Ermittlung des Investor Relations–Ergebnisses mittels Umfrage	99
4.1.3 Controlling im Bereich der Investor Relations	101

4.2 Nebenziel: Unternehmensimage	105
4.2.1 <i>Marketingforschung im Bereich Corporate Identity</i>	105
4.2.2 <i>Controlling im Bereich des Unternehmensimages</i>	106
5 Zusammenfassung und Ausblick	109
Literaturverzeichnis	113