

# NEWSLETTER

NEUIGKEITEN UND THEMEN IM ZWEITEN HALBJAHR 2022 / AUSGABE 4 / DEZEMBER 2022



## Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser!

Mit den Temperaturen sinken auch die Erwartungen auf den Kapitalmärkten. Investor\*innen blicken mit Ungewissheit und vielen Fragen in das Jahr 2023. Dies war auch auf der diesjährigen CIRA-Jahreskonferenz 2022 am 12. Oktober spürbar.

In dieser vierten Ausgabe unseres Newsletters befassen wir uns mit jenen Themen, welche aktuell den Investor Relations Bereich prägen und greifen im Zuge dessen auch Themen der Konferenz auf. Wir starten mit einem Ausblick in das Jahr 2023 und den Herausforderungen, welche auf uns zukommen werden.

Anschließend widmen wir uns der Generation Z und deren Einfluss auf die Investor Relations. Danach gibt es einen Rückblick auf eine spannende Podiumsdiskussion des wissenschaftlichen Senats zum Thema Diversity im Bankenbereich.

Zu guter Letzt betrachten wir die Agenden der EU im Bereich Nachhaltigkeitspolitik und der CSRD.

Wir wünschen Ihnen ein spannendes Lesevergnügen!

Ihr UKcom Finance Team



© Wiener Börse

## Herausforderungen im Hinblick auf die Veranlagung im Inflationsumfeld: 2023 das Jahr der Stock Picker?



verfasst von Vincent Plot, UKcom Finance

Die Zeiten der Niedriginflation sind wohl fürs Erste vorbei. Dieser Meinung waren auch die Expert\*innen der diesjährigen CIRA-Konferenz. Hohe Energiekosten, eine immer älter werdende Bevölkerung und ein Trend zur Re-Globalisierung – das sind die großen Themen, die die Wirtschaft in Europa in den nächsten Jahren stark beeinflussen werden. Auch kurzfristig sprechen viele bereits von einer drohenden Rezession.

### Die Herausforderungen 2023

Pandemie, Krieg in der Ukraine, Energiekrise und hohe Inflation, derzeit folgt eine Krise der nächsten. Dies ist auch auf den

Kapitalmärkten spürbar. Das Umfeld der Anleger\*innen ist durch große Unsicherheit geprägt, was auch eine große Herausforderung an die Finanzkommunikation darstellt. Das ECO Austria Institut für Wirtschaftsforschung sieht folgende Trends als die größten wirtschaftlichen Herausforderungen in Europa:

### Energiewende & Ökologisierung

Im Zuge der Energiewende wird die EU mit enormen wirtschaftlichen Kosten konfrontiert werden. Hier kann sich gleichzeitig eine Chance für Investitionen in nachhaltige Unternehmensaktivitäten bilden.

### Überalterung der Bevölkerung

Die immer älter werdende Bevölkerung wirkt sich hierzulande nicht nur negativ

auf die Inflation aus, sondern auch auf den Arbeitsmarkt und die soziale Sicherheit. Die Statistik Austria schätzt, dass bis zum Jahr 2080 der nichterwerbsfähige Bevölkerungsanteil um 1 Mio. Menschen wachsen wird. Das heißt, wir werden 1 Mio. Menschen mehr haben, welche dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung stehen.

#### Innovationsverlust in der EU

Betrachtet man die Bruttoinvestitionen in Forschung & Entwicklung in Europa, erkennt man hier einen starken Rückgang. Momentan liegt der Anteil der Bruttoinvestitionen in der EU bei 15 %. Im globalen Vergleich liegen wir damit hinter den USA mit 20 % und China mit 29 %. Die ersten Konsequenzen aus diesem Rückgang zeichnen sich jetzt schon ab. Die Anzahl der Patente in der EU fällt seit Jahren stetig zurück, was sich auch negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit auswirkt.

#### **2023 das Jahr der Stock Picker?**

In Zeiten von hohen Unsicherheiten an den Märkten sind Investor\*innen besonders gefordert, qualitative und quantitativ die richtigen Investmententscheidungen zu tätigen. Hier bietet sich das Stock Picking als eine immer beliebter werdende Anlagemethode an.

Stock Picking hilft dabei, eine qualitative Investmententscheidung zu treffen. Dieser Ansicht waren auch die Expert\*innen am Podium auf der diesjährigen CIRA-Jahreskonferenz. So gab Peter Kirkow in Aussicht, dass das Jahr 2023 die Zeit sein wird, in der Stock Picker einsteigen, die langfristig orientiert agieren werden.

Der/die Stock Picker\*in geht hierbei sehr systematisch vor. Dieser/diese nutzt nicht nur verschiedene Analysemethoden, sondern überlegt sich schon im Vorfeld, in welche Aktienart er/sie investieren wird. Hier gibt es grundsätzlich zwei Herangehensweisen. Diese werden von Investor\*innen als „Bottom-up“ oder Top-down“ bezeichnet. Die Bottom-up-

Analyse betrachtet zuerst eine einzelne Aktie und setzt sich dann mit der Branche sowie dem Marktumfeld auseinander. In anderen Worten wählt der/die Investor\*in gezielt eine Aktie aus und analysiert im Anschluss die ökonomischen sowie unternehmensbezogenen Umstände. Bei der Top-down-Analyse wird entgegengesetzt agiert. Der/die Investor\*in wählt zuerst eine rentable Branche aus und arbeitet sich zur Aktie vor.

#### **Warum sich Top-down gegenüber Bottom-up durchsetzt**

Das Problem bei der Bottom-up-Analyse besteht darin, dass der/die Investor\*in dazu neigt, seine/ihre Wahl durch weitere Analysen zu rechtfertigen. Dazu tendieren auch Personen, die sich selbst als unvoreingenommen und rational denkend einschätzen. Es liegt in der Natur des Menschen, sich auf die Dinge zu konzentrieren, die unsere Ansicht unterstützen und nicht auf das, was sie infrage stellt.

Eine Top-down-Analyse hat den großen Vorteil, dass Emotionen nicht im Vordergrund stehen. Gerade in Zeiten großer Unsicherheit und dem Bevorstehen einer Rezession ist es wichtig, sich nicht von seinen Emotionen treiben zu lassen. Wer die kommende Krise überstehen möchte, ist mit einer langfristigen Strategie besser gewappnet. Allerdings sollte sich jeder Investor/jede Investorin bewusst sein, dass es für Stock Picking keine Abkürzungen gibt. Es braucht ein hohes Maß an Arbeit, Recherche sowie Analyse. Denn ohne Fleiß, kein Preis. Schlussendlich lohnt sich die Mühe aber, wenn die verfolgte Strategie Erfolg zeigt. Für die Finanzkommunikation bedeutet dies allerdings auch, einen stärkeren Fokus auf qualitative Informationen zu legen, um den erhöhten Ansprüchen eines/einer Stock Picker\*in gerecht zu werden.

## Generation Z: Wie verändert die Generation Z die IR-Branche



verfasst von Vincent Plot, UKcom Finance

Jung, modern und nachhaltig, mit diesen Attributen wird die junge Generation Z beschrieben. Diese zieht es immer stärker an die Aktienmärkte. Hierbei sind Unternehmen gefragt, neue Schwerpunkte zu setzen, um so die jungen Anleger\*innen anzusprechen. Sowohl private als auch institutionelle Anleger\*innen verlangen immer mehr transparente Informationen und setzen sich vermehrt für eine nachhaltige Zukunft ein. Die Art der Informationsbeschaffung erfolgt für die Generation Z schnell und digital. Gerade im Bereich der sozialen Medien ist die Investor Relations gefragt, einen stärkeren Fokus innerhalb der Finanzkommunikation zu setzen. Doch was genau treibt diese Generation und welche Motive hat sie? Wir werfen einen genauen Blick auf die Generation „Aktie“. Die Basis bildet hier eine Studie der Handelshochschule Leipzig von Prof. Dr. Henning Zülch/Prof. Dr. Christian P. Hoffman und deren Ergebnisse, welche im Rahmen einer Diskussion von Henning Zülch auf der CIRA-Jahreskonferenz präsentiert wurden.

#### **Anlageverhalten der Generation Z**

Betrachtet man das Anlageverhalten und die Anlagemotive der Generation „Aktie“, dann unterscheiden sich diese nicht besonders von älteren Generationen. Die jungen Anleger\*innen fokussieren sich meistens auf wenige Aktien und investieren gerne in ETFs und Fonds. Bei der Auswahl von Aktien sind die Kursentwicklung und die Unternehmenskennzahlen besonders wichtig. Der langfristige Vermögensaufbau steht bei den Anleger\*innen im Vordergrund. Die Generation Z investiert regelmäßig, meistens monatlich, durch das Verwenden von Sparplänen.

## **Finfluencer vs. Investor Relations: Wie sieht die Konkurrenz der IR in den sozialen Medien aus?**

Größere Unterschiede zeigen sich vor allem bei der Art der Informationsbeschaffung. Gerade Soziale Medien und Podcasts spielen eine immer wichtigere Rolle. Die Generation Z setzt auf Finanzportale, Foren und YouTube, dabei werden Video- und Audioformaten erhöhte Aufmerksamkeit geschenkt. Auf diesen Plattformen bekommen auch Influencer, welche gezielt Informationen über den Kapitalmarkt berichten, einen immer größeren Zulauf an Followern. Diese sogenannten Finfluencer tragen maßgeblich zu den Anlageentscheidungen der Generation „Aktie“ bei. Sie genießen ein besonders großes Vertrauen bei ihren Followern und vermitteln Informationen meistens audiovisuell.

Die Expert\*innen der diesjährigen CIRA-Jahreskonferenz waren sich diesbezüglich

auch einig, dass es im Hinblick auf die IR-Arbeit deutlich mehr Präsenz in den sozialen Medien braucht. Unternehmen nützen soziale Medien nicht ausgiebig genug und stehen in direkter Konkurrenz mit den Finfluencern. IR ist oftmals immer noch zu textlastig, Inhalte werden selten und zu wenig grafisch aufbereitet. Unternehmen müssen erkennen, dass soziale Medien als Informationsquelle in der Finanzkommunikation eine wichtige Rolle spielen. Durch diese mediale Präsenz können Unternehmen bei den jungen Stakeholdern ein erhöhtes Maß an Vertrauen schaffen und so für mehr Transparenz sorgen.

Die Finanzkommunikation befindet sich in einer Zeitwende. IR Communication entwickelt sich hierbei immer mehr zu Social IR Communication. Unternehmen haben diesen Trend schon erkannt, allerdings besteht weiterhin erhöhter Handlungsbedarf. Soziale Medien müssen

aktiv mit Investor Relation Content bespielt werden. Viele Unternehmen betreiben einen Corporate Channel, nur wenige hingegen einen eigenen IR Channel. Hier wird das Informationsangebot gegenüber dieser Generation nicht gerecht. Junge Stakeholder sehen sich zu oft mit einer Informationsflut konfrontiert. Finfluencer genießen gerade deswegen auch einen hohen Zulauf, weil sie es schaffen, aus dieser Informationsflut die qualitativ wichtigste Information aufzubereiten und auf eine leicht verständliche Art zu übermitteln. Für die Finanzkommunikation bedeutet dies, sich dem digitalen Informationskonsum junger Anleger\*innen anzupassen. Diese Veränderung ist notwendig, um aus dem Schatten der Finfluencer zu treten und eine neue Basis des Vertrauens zur Generation Z zu schaffen.



## Podiumsdiskussion und Sammelbandpräsentation des Wissenschaftlichen Senats



verfasst von Ute Greutter, UKcom Finance

Christoph Neumayer, Generalsekretär der Industriellenvereinigung und Präsident des Wissenschaftlichen Senats, und Ute Greutter, in Ihrer Funktion als Geschäftsführerin des Wissenschaftlichen Senats, luden anlässlich der Veröffentlichung des ersten Sammelbands mit den Gewinnerarbeiten aus der diesjährigen Wissenschaftspreisverleihung am 14. November 2022 zu einer Veranstaltung im APA-Presseservicezentrum.

Im Mittelpunkt des Abends stand eine Podiumsdiskussion zum Thema „Diversity in der internen und externen Kommunikationsarbeit“. Grundlage der Diskussion waren die Ergebnisse einer prämierten Masterarbeit mit Fokus auf dem Thema Diversity Management in der Banken-PR. Das Podium war namhaft besetzt mit Prof. Dr. Sabine Einwiller (Universität

Wien), Prof. Dr. Jens Seiffert-Brockmann, (Wirtschaftsuniversität Wien), Mag. Michaela Rammel MBA, (Raiffeisenlandesbank NÖ/Wien), Dr. Melanie Eckl-Kerber, MA (Industriellenvereinigung), Janine Klammer, MSc (Erste Group Bank AG) unter der Moderation von Ute Greutter.

Auch wenn der Weg zur gelebten Diversity noch ein sehr breiter ist, gibt es bereits viele tolle Best-Practice-Beispiele auf Unternehmensseite, die es vor den Vorhang zu holen gilt – so die Conclusio der Podiumsdiskutant\*innen. Die Verankerung des Themas Diversity im Bereich Corporate Communications findet auch gerade erst statt, getrieben wird das Thema derzeit vor allem seitens Human Resources. Die rund 45 Teilnehmer\*innen freuten sich über einen spannenden Diskurs und die anschließende Möglichkeit zum Netzwerken und der Mitnahme eines Sammelbands.



v.l.n.r.: Dr. Melanie Eckl-Kerber, MA (Industriellenvereinigung), Mag. Christoph Neumayer, Generalsekretär der Industriellenvereinigung, Janine Klammer, MSc (Erste Group Bank AG), Mag. Michaela Rammel, MBA (Raiffeisenlandesbank NÖ/Wien), Dr. Ute Greutter, Moderatorin, Prof. Dr. Sabine Einwiller (Universität Wien), Prof. Dr. Jens Seiffert-Brockmann (Wirtschaftsuniversität Wien)

## CSRD – Awareness: Die Eckpunkte und das Timing



verfasst von Ute Greutter, UKcom Finance  
in Zusammenarbeit mit Karl Resel, denkstatt

Die EU setzt mit der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) einen neuen Standard für die Berichterstattung. Für zahlreiche Unternehmen bedeutet diese Richtlinie in den kommenden Jahren eine große Umstellung. Ab dem Geschäftsjahr 2024 sind Unternehmen, die bereits dem NaDiVeG unterliegen, zu gewissen Nachhaltigkeitsaspekten verpflichtet, eine Berichtslegung zu führen. Für das Geschäftsjahr 2025 wird dies für alle neu verpflichteten Unternehmen gelten. Im Zuge dieser Umstellung haben Karl Resel von denkstatt und Ute Greutter von UKcom Finance über den Public Relations Verband Austria einen Workshop gehalten. Wir haben im Folgenden ein paar Schwerpunkte der neuen CSRD für Sie zusammengefasst.

### Was ist die CSRD?

Aktuell gilt in Österreich das sogenannte Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG). Dieses verpflichtet im Zuge der NFI-Richtlinie ca. 140–150 Unternehmen zur Offenlegung nicht-finanzieller Informationen. Die EU möchte nun mit der CSRD auf europäischer Ebene einen einheitlichen Standard zur Veröffentlichung dieser nicht-finanziellen Nachhaltigkeitsinformationen einführen und mehr Unternehmen dazu verpflichten, diese Informationen darzulegen. Grund dafür ist unter anderem der ambitionierte Plan der EU, bis zum Jahr 2050 klimaneutral zu werden. Durch die CSRD soll es leichter werden, Investitionen in Richtung nachhaltiger Unternehmensaktivitäten zu lenken, was zu einer Reduktion von Treibhausgasen führt.

### Welche Unternehmen müssen sich an die CSRD halten?

Um von der CSRD-Pflicht betroffen zu sein, müssen Unternehmen zwei der drei folgenden Kriterien erfüllen:

- +250 Mitarbeiter\*innen durchschnittlich pro Jahr
- +20 Mio. EUR Bilanzsumme
- +40 Mio. EUR Umsatzerlöse

Zusätzlich müssen sich börsennotierte Unternehmen an die CSRD halten. Für KMUs wird ein eigener Standard entwickelt. Dieser soll allerdings erst drei Jahre später verpflichtend eingeführt werden. Ab dem Berichtsjahr 2025 müssen dann in Österreich knapp 2.000 und in der EU um die 49.000 Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen.

### Was sind die geforderten Themenbereiche der CSRD?

Inhaltlich richtet sich die CSRD an dem ESG-Modell aus. Für Unternehmen bedeutet dies, Kennzahlen aus den Bereichen Environment, Social und Governance zu publizieren.

Hierzu werden zukünftig von der EU eigene Berichtsstandards veröffentlicht, welche im Sinne der doppelten Wesentlichkeitsanalyse angewendet werden. Die Methodik der doppelten Wesentlichkeit stellt sicher, dass Unternehmen über die Auswirkungen der ökonomischen Aktivität auf Menschen und Umwelt sowie über die Auswirkungen der veränderten Umweltaktivitäten auf das unternehmerische Handeln berichten.

### Wann gilt die CSRD?

Der zeitliche Fahrplan zur CSRD wurde im November 2022 vom EU-Rat beschlossen und wird noch heuer im EU-Amtsblatt publiziert, worauf eine bindende Umsetzung in nationales Recht binnen 2 Jahren zu erfolgen hat. Ebenso wurden die Entwürfe der Berichtsstandards im November an die EU-Kommission übergeben.



## Ausblick auf kommende Termine

18. Jänner 2023

### CIRA-Akademie IR-Grundlagen

Am 18. Jänner 2023 hält Ute Greutter wieder einen ganztägigen Workshop bei der CIRA. Darin werden die Grundlagen der IR-Arbeit im gesamten IR-Jahr erläutert und mit zahlreichen Praxisbeispielen untermauert. Lesen Sie mehr dazu auf der CIRA-Website unter <https://cira.at/veranstaltungen/>

#### Kontakt

UKcom Finance  
Agentur und Beratung  
für Finanzkommunikation GmbH  
Tuchlauben 8/501  
1010 Wien  
T +43 / 1 / 394 1100  
M +43 / 676 / 445 6 995  
office@ukcom.at  
www.ukcom.at