

Social Media können auch bei Investor Relations Mehrwert schaffen

Zürich, 27. Okt. 2010 – Im Rahmen der Unternehmenskommunikation steigt die Bedeutung von Social-Media-Kanälen beständig. Gezielt eingesetzt und auf die spezifische Situation des Unternehmens abgestimmt, können solche Instrumente die herkömmliche Informationsverbreitung ergänzen und auch für die Investor Relations Mehrwert schaffen.

Wie weit ist der Einsatz von Social Media im Investor-Relations-Alltag relevant, möglich und sinnvoll? Welches Know-how und welche Ressourcen bedingen diese Instrumente und Kanäle in der Praxis und welche Strategien sind angesagt? Die Informationsveranstaltung „Investor Relations und Social Media – Möglichkeiten und Grenzen in der Praxis“ von Sensus Investor & Public Relations und news aktuell beleuchtete diesen Themenkomplex aus verschiedenen Perspektiven.

Laut Lars Müller, Produktmanager IR Services von news aktuell, sind Social-Media-Aktivitäten in den USA bei Unternehmen aller Grössen Standard für die Ansprache ihrer IR-Zielgruppen wie aktuelle oder potenzielle Investoren, Analysten oder Journalisten. Faktisch alle der relevanten Tools und Kanäle seien auch in den Vereinigten Staaten entwickelt worden. Europa und damit vor allem auch der deutschsprachige Raum würden dieser Entwicklung zwar deutlich hinterher hinken. Trotz einer Reihe von Bedenken seien allerdings IR-Verantwortliche auch in der Schweiz gut beraten, sich früher und nicht später intensiver mit der Materie auseinanderzusetzen und eine auf die spezifische Situation ihres Unternehmens abgestimmte Strategie zu entwickeln.

Für Marco Metzler, Wirtschaftsredaktor bei NZZ Online, ist der Mehrwert im journalistischen Alltag ein zentrales Thema. Dieser sei bis anhin in den wenigsten Fällen gegeben und es sei unklar, welche Rolle Social Media auch künftig spielen würden. Immerhin bestünden bei den neuen Kanälen und Kommunikationsformen sozusagen alle Möglichkeiten, aber noch kaum Grenzen. Für Metzler werden Social Media andere Kanäle nicht ersetzen, sondern nur ergänzen, und essenziell sei die Auswahl der richtigen Plattform für die jeweilige Zielgruppe. Grösste Chancen hätte seiner Meinung nach ein fokussiertes Social Network, wo Firmen auf Investoren treffen.

Auch Carla Bänziger, Finanzanalystin der Bank Vontobel, wies darauf hin, dass die herkömmliche Informationsverbreitung für professionelle Anleger und Analysten vorläufig weiter bestehen werde. Sie geht aber davon aus, dass Unternehmen künftig vermehrt auf soziale Netzwerke zugreifen werden, wobei dies für die Kundeninformation weiterhin wichtiger sein werde als die für die Information von privaten Anlegern. Auch sie bestätigte die Lücke zu den USA: Rund die Hälfte der Unternehmen des S&P-Indexes setzen Social Media auch für Investor Relations ein, während in der Schweiz selbst bei den SMI-Firmen nur vereinzelt Ansätze ersichtlich sind. Es bleibe daher Raum für ‚Early Adopters‘, um sich als modernes Unternehmen zu profilieren und die Vorteile von Social Media zu nutzen.

Für Peter Kuster, Partner bei Sensus Investor & Public Relations, war erfreulich, dass mit der Veranstaltung offensichtlich Impulse vermittelt werden konnten: „Die Darstellung von Social Media mit all ihren Vor- und Nachteilen scheint viele der teilnehmenden IR-Fachleute inspiriert zu haben, für ihr Unternehmen möglichst schnell eine spezifische Standortbestimmung vorzunehmen. Auf dieser Grundlage lassen sich Konzept und Massnahmen ableiten, die einen Return on Investment versprechen.“

Über sensus

Die sensus Kompetenzzentren Strategie & Beratung, Financial & Investor Relations, Corporate Communications sowie Corporate Publishing vereinen umfassendes Kommunikations- und Branchen-Know-how für wirkungsorientierte Kommunikationsstrategien und -massnahmen. sensus ist für nationale und internationale Unternehmen unterschiedlicher Grösse und aus verschiedenen Branchen tätig. Das vielsprachige Team setzt sich aus erfahrenen und ausgewiesenen Kommunikationsprofis zusammen.

www.sensus.ch

Über news aktuell

news aktuell verbreitet digitale Informationen von Unternehmen, Organisationen und Behörden an Medien und Öffentlichkeit. Rund 1'000 Schweizer Kunden erreichen über die Kanäle von news aktuell alle massgeblichen Redaktionen, Finanzmärkte sowie Interessierte aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Kultur. Börsennotierte Unternehmen nutzen die Investor Relations-Services von news aktuell, um mit ihren Ad hoc-Meldungen Medien, Analysten und Investoren zu informieren.

www.newsaktuell.ch

Kontakt:

Peter Kuster

043 366 55 11

pkuster@sensus.ch

presseportal.ch