

## Schranken bei Social Media im Investor-Relations-Alltag sind überwindbar

**Zürich, 28. Sept. 2011 – Social-Media-Kanäle und -Plattformen können im Rahmen der Investor Relations eingesetzt werden, ohne dass damit unverhältnismässig grosse Ressourcen beansprucht werden. Wenn die bestehenden Bestimmungen der Ad-hoc-Publizität berücksichtigt werden, spricht auch aus regulatorischer Sicht nichts gegen den Einsatz von Social Media im Investor-Relations-Alltag. Diese Kernaussagen der Informationsveranstaltung „Social Media im Investor-Relations-Alltag“ von Sensus Investor & Public Relations und news aktuell zeigen auf, dass trotz verbreiteter Skepsis die Eintrittshürden selbst für kotierte Small und Mid Caps tief sind.**

Grundsätzlich haben die Social Media in fast allen Bereichen der Kommunikation markant an Bedeutung gewonnen. Im Bereich der Kapitalmarktkommunikation verläuft die Entwicklung hingegen zögerlich. Die Informationsveranstaltung von Sensus Investor & Public Relations und news aktuell unter dem Titel „Social Media im Investor-Relations-Alltag“ lieferte Erkenntnisse, wie vermeintliche Schranken überwunden werden können und die Wirkung der Kommunikation durch gezielte Massnahmen erhöht werden kann.

Unternehmen und Profis seien noch zögerlich beim Einsatz von Social Media in der Kapitalmarktkommunikation, hielt auch Patrick Kiss fest, Head of Investor & Public Relations bei der Deutsche EuroShop AG, einem MDAX-kotierten Unternehmen mit Sitz in Hamburg. Er selbst zeigt hingegen anschaulich auf, wie auch ein kleineres Unternehmen mit begrenzten personellen Ressourcen eine effektive und kostengünstige Social-Media-Präsenz aufbauen kann, die sich erfolgreich verschiedener Kanäle und Plattformen bedient. „IR-Manager werden schnell feststellen, dass die Grundsätze erfolgreicher Investor Relations ausnahmslos auf den Dialog via Social Media übertragbar sind“, lautet dabei sein Credo. Er wies aber darauf hin, dass die Dialogorientierung der IR-Zielgruppen noch nicht ausgeprägt sei und somit sein zeitlicher Aufwand für diese Funktionen noch überschaubar bleibe.

Auch Dr. Oliver Staffelbach, Rechtsanwalt bei Wenger & Vieli AG, konnte häufig geäusserte Befürchtungen ausräumen, mit Social Media im IR-Umfeld würden rechtliche und vor allem regulatorische Bestimmungen, z.B. hinsichtlich Ad-hoc-Publizität, in Frage gestellt. „Potentiell kursrelevante Inhalte dürfen unter Beachtung der bestehenden Regelungen auch über Social Media verbreitet werden. Social Media begünstigen sogar den Grundsatz, dass Ad-hoc-Mitteilungen möglichst breit zu streuen sind“, hielt er fest. Allerdings solle der Umgang mit Social Media unternehmensweit im Rahmen von Social Media Guidelines klar geregelt werden.

Die Präsentationen sind abrufbar unter [http://www.sensus.ch/index.php?TPL=113&x270\\_id=123](http://www.sensus.ch/index.php?TPL=113&x270_id=123)

### Kontakt

Sensus Investor & Public Relations  
Peter Kuster  
043 366 55 11  
pkuster@sensus.ch

### 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.

### 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. Börsenkotierte Unternehmen nutzen die Investor Relations-Services von news aktuell, um mit ihren Ad hoc-Meldungen Medien, Analysten und Investoren zu informieren. [www.newsaktuell.ch](http://www.newsaktuell.ch)