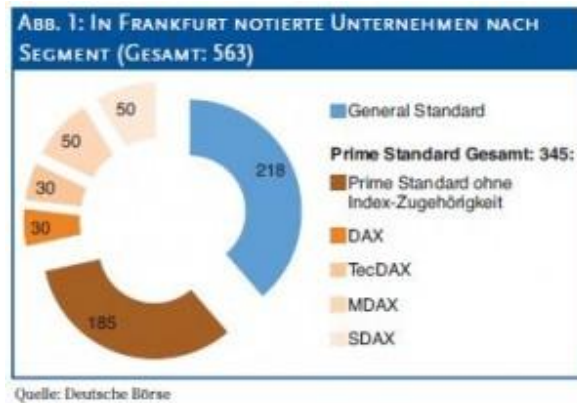


Going Public, April 2014

Karriere in der Nische – Investor Relations als Arbeitsmarkt

Der Beruf des Investor Relations Managers ist spannend und vielseitig. Die Zahl der Stellen ist jedoch begrenzt. Zunehmend ist das Tätigkeitsfeld auch für Finanzanalysten attraktiv.



Während die Anzahl der PR-Stellen in Deutschland irgendwo im mittleren fünfstelligen Bereich geschätzt wird, ist die Zahl der Investor-Relations-Positionen eng an die der Börsennotierungen geknüpft. Insgesamt sind an der Frankfurter Wertpapierbörse 739 deutsche Unternehmen gelistet, davon 480 im regulierten Markt und 259 im Freiverkehr. Dazu kommen im regulierten Markt weitere 83 ausländische Emittenten, die jedoch weniger als potenzieller Arbeitgeber, sondern eher als Kunden für IR-Agenturen interessant sein dürften.

Börsensegment entscheidend für Intensität von IR

Je prestigeträchtiger das Börsensegment, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass sich das Unternehmen für eine umfassende IR-Strategie mit entsprechender personeller Besetzung entscheidet. Dabei ist der Börsengang in den Augen der Deutschen Börse für jedes Unternehmen ein Meilenstein, denn danach steht es in viel stärkerem Maße als vorher im Licht der Öffentlichkeit. „Den hieraus resultierenden enormen Chancen für die Finanzierung des Unternehmens stehen aber auch neue Pflichten gegenüber. Das Unternehmen muss fortlaufend bestimmte Informationspflichten gegenüber Investoren erfüllen, zum Beispiel regelmäßige Finanzberichte und die regelmäßige Veröffentlichung von wesentlichen Unternehmensmeldungen“, so Dr. Cord Gebhardt, Leiter des Primärmarktgeschäfts bei der Deutschen Börse.

Auch die Größe der Investor-Relations-Abteilung hängt vom Börsensegment ab. Die meisten Unternehmen beschäftigen ein bis zwei Mitarbeiter. Bernhard Wolf, Head of Investor Relations bei der GfK SE und lange Jahre Präsident und

Vorstandsmitglied des Deutschen Investor Relations Verbands (DIRK), erklärt dazu: „Unser DIRKStimmungsbarometer zeigt an, dass knapp zwei Drittel aller Investor-Relations-Abteilungen von DIRK-Mitgliedern aus ein bis zwei Personen bestehen. Knapp ein Drittel aller Befragten gab die Beschäftigung von mehr als zwei Mitarbeitern in diesem Bereich an. Das ist für ein so hoch spezialisiertes Tätigkeitsprofil gar kein schlechtes Ergebnis. Die Anzahl der Stellen für Führungskräfte ist dagegen eher begrenzt. Sobald der IPO-Markt wieder in Schwung kommt, wird sich das ändern.“

Etwa 10% der Stellen neu zu besetzen



Quelle: Statistik und Schätzungen cometis/IR Club (nur einzelne Stellenangebote, keine „permanenten Ausschreibungen“; kein Anspruch auf Vollständigkeit)

Michael Diegelmann, Vorstand der cometis AG, hat die öffentlich ausgeschriebenen IR-Stellen für das Jahr 2013 ausgewertet. Dabei hat er auch Angebote von Agenturen und Dienstleistern einbezogen. Sieht man von den Praktikantenstellen ab, die etwas weniger als die Hälfte aller Ausschreibungen ausmachen, so gab es im vergangenen Jahr ca. 70 Neubesetzungen für Junior und Senior Manager. „Diesen 70 Stellenangeboten stehen unserer Einschätzung nach etwa 700 Investor-Relations-Arbeitsplätze gegenüber. Das heißt, es ist ein relativ enger Markt, in den auch immer wieder neue Akteure eintreten. Dazu kommt, dass ein Anziehen bei den Börsengängen, aus dem sich neue IR-Stellen ergeben würden, derzeit nur rudimentär vorhanden ist.“

Die relativ knappe Zahl an einschlägigen Stellenangeboten geht einher mit immer festeren Vorstellungen, die künftige Arbeitgeber von ihren Wunschkandidaten haben. „Die Entwicklungen der letzten Jahre zeigen sehr deutlich, dass Unternehmen immer konkreter werden bei der Definition des Kandidatenprofils“, **konstatiert Patrick Riske, geschäftsführender Gesellschafter bei Fricke Finance & Legal**. Er ist auf die Vermittlung von Bankpersonal und Investor Relations spezialisiert. „Es wird nicht allgemein ein guter Mitarbeiter gesucht, sondern ein Mitarbeiter, der ganz bestimmte Erfahrungen vorweisen kann, beziehungsweise der ein ganz bestimmtes Anforderungsprofil erfüllt. Das engt die Möglichkeiten eines

Personalberaters, bei der Besetzung einer Position ‚kreativ‘ zu werden und den Kandidaten als Person in den Vordergrund zu stellen, erheblich ein.“

Trend zu Kapitalmarkt-Spezialisten erkennbar

Auch stellt Riske fest, dass sich das Anforderungsprofil des IR-Managers im Hinblick auf die Kapitalmarktkommunikation gewandelt hat: „Früher lag der Schwerpunkt eher auf der Kommunikation, neuerdings wird er immer mehr auf Kapitalmarkt gelegt.“ Das hat zur Folge, dass hinsichtlich der Ausbildung ein betriebswirtschaftlicher Hintergrund und hinsichtlich der beruflichen Tätigkeit die Kapitalmarkterfahrung immer mehr an Bedeutung gewinnen. „In der jüngeren Vergangenheit konnte man sehen, wie Aktienanalysten – sicherlich auch bedingt durch den Jobabbau in der klassischen Analyse – immer mehr in den Bereich IR wechseln“, so Riske.

Diesen Wechsel hat Ralf Dibbern, Vice President Investor Relations/Public Relations bei der alstria office REIT-AG, vollzogen, nachdem er zuvor über zehn Jahre als Aktienanalyst tätig war. Er findet, dass die Erfahrung als Analyst eine sehr gute Grundlage für einen IR-Manager ist, denn der Kapitalmarkt habe seine eigene Sprache und seine eigenen Denkmuster. „Wenn man diese beherrscht, erleichtert dies natürlich die Verständigung“, erklärt Dibbern. „Ich versuche zudem, das eigene Unternehmen stets durch die Brille eines externen Analysten zu sehen. Denn wenn sich das Unternehmen nicht mit den öffentlich verfügbaren Informationen modellieren lässt, muss man als Unternehmen seine Informationsqualität verbessern.“

IR-Profil muss zum Unternehmen passen

Auch in den Augen der Deutschen Börse spielt laut Gebhardt die Qualität der Kommunikation eine besondere Rolle: „Mit dem Börsengang hat ein Unternehmen ein weiteres neues Produkt im Angebot: die eigene Aktie.“ Entsprechend sorgfältig und professionell sollte der Emittent seiner Ansicht nach mit den Transparenzanforderungen gegenüber Investoren umgehen.

Offensichtlich gibt es kein Patentrezept dafür, wie dieses strategische Ziel am besten zu erreichen ist. Während die einen Emittenten auf die hohe Spezialisierung ihrer IR-Mitarbeiter setzen, legen andere diese Schlüsselaufgabe bewusst in die Hände von Generalisten. „Das Berufsfeld ändert sich schnell, da sollte man sich nicht zu eng aufstellen“, erläutert Wolf die Bandbreite in seinem Team bei der GfK. „Eine bunte Mischung an Erfahrungshintergründen bringt viele neue Ideen und Blickwinkel ins Spiel, auf die ich in meinem Team nicht verzichten möchte. Dadurch geben wir gerade bei der Analysten- und Investorenbetreuung neue Impulse, die von der Zielgruppe sehr geschätzt werden.“



Auch für Dibbern gibt es Aufgaben, auf die ihn seine vorherige Tätigkeit nicht vorbereitet hat. „Wenn man in eine Branche einsteigt, die man vorher schon gecovered hat, bringt man natürlich viel Fachwissen und Erfahrung mit.“ Neu seien für einen Umsteiger üblicherweise Themen wie das Kapitalmarktrecht. „Ansonsten muss man sich tief in das Unternehmen einarbeiten, denn Investoren und Analysten erwarten bei Fragen schnelle, verbindliche und verständliche Antworten.“

Fazit

Es ist ein schmaler Grat zwischen spannendem Aufgabengebiet und eingeschränktem Stellenangebot, auf dem sich die IR bewegt. Aus Beratersicht schätzt Diegelmann die Lage folgendermaßen ein: „Es reicht für einen etablierten Investor Relations Manager oder Berater nicht aus, sich auf seinen Lorbeeren auszuruhen. Beide sollten ihre Expertise und Netzwerk ständig weiter ausbauen und über den eigenen Tellerrand hinausschauen. Nur so bleibt man für potenzielle Arbeitgeber – auch in benachbarten Disziplinen – interessant.“