

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	XI

## I. Einleitung

Konzeptionelle Einführung in die Investor Relations am Neuen Markt <i>Ann-Kristin Achleitner / Alexander Bassen</i> .....	3
--	---

## II. Grundlagen

1. Empirische Studien zu Investor Relations in Deutschland. Eine kritische Analyse und Auswertung des Forschungsstandes <i>Ann-Kristin Achleitner / Alexander Bassen / Luisa Pietzsch</i> .....	23
2. Bewertung von Wachstumsunternehmen <i>Bernhard Schwetzler</i> .....	61
3. Messung des Erfolgs von Investor Relations <i>Manfred Steiner / Christoph Hesselmann</i> .....	97
4. Investor Relations am Neuen Markt im Urteil der Finanzanalysten. Eine empirische Untersuchung <i>Otto Loistl / Sascha Mohamed-Bakry</i> .....	119
5. Investor Relations aus der Perspektive des Behavioral Finance <i>Rüdiger von Nitzsch / Christian Friedrich / Susan Pulham</i> .....	143
6. Organisatorische Einbindung von Investor Relations <i>Jean-Paul Thommen / Nicola Struß</i> .....	159

## III. Neuer Markt als Börsensegment

1. Europäische Integration der Kapitalmärkte <i>Joachim Voth</i> .....	181
2. Internationale Kapitalmarktbedingungen als Basis für ein Börsensegment <i>Rainer Riess / Jan Altmann</i> .....	195
3. Segmentberichterstattung <i>Peter Wollmert / Sabine Hellig</i> .....	211

4. Zur Bedeutung der Kapital- und Aktionärsstruktur beim Going Public am Neuen Markt <i>Wolfgang Bessler / Andreas Kurth / Stefan Thies</i> .....	225
5. Performance von Neuemissionen <i>Hans-Dieter Klein / Bernd Meyer</i> .....	265
6. Dividendenpolitik von Wachstumsunternehmen <i>Wolfgang Bessler</i> .....	291
7. Chancen und Risiken einer internationalen Doppelnotierung <i>Wolfgang Schwerdtle</i> .....	319

#### **IV. Rechtliche Rahmenbedingungen**

1. Gesellschaftsrechtliche Aspekte des Börsengangs <i>Ulrich Noack</i> .....	335
2. Investor Relations als Insiderproblem <i>Uwe H. Schneider / Ulrich Burgard</i> .....	353
3. Ge- und Missbrauch der Ad-hoc-Publizität <i>Georg Dreyling</i> .....	365
4. Verbesserung der Investor Relations durch Namensaktien <i>Herbert Harrer / Astrid Mölling</i> .....	381

#### **V. Zielgruppen der Investor-Relations-Arbeit**

1. Investmentanalysten <i>Ulrike Diehl</i> .....	397
2. Wertschöpfung auf dem Prüfstand: Der Anspruch der institutionellen Investoren an die Investor-Relations-Arbeit <i>Udo Behrenwaldt</i> .....	421
3. Venture-Capital-Gesellschaften <i>Holger Frommann</i> .....	435
4. Investor Relations aus Sicht der Privatanleger <i>Ulrich Hocker</i> .....	453
5. Ratingagenturen <i>Oliver Everling</i> .....	463
6. Internationale Investor Relations – erfolgreiche Investorenansprache im Ausland <i>Janos Gönczöl / Herbert Stoffels</i> .....	479

## VI. Instrumente der Investor Relations

1. Geschäftsbericht <i>Christoph Hütten / Karlheinz Küting</i> .....	489
2. Unterjährige Berichterstattung <i>Jörg Baetge / Andrea Rolvering</i> .....	509
3. Einsatz des Internet für die Investor Relations <i>Rüdiger von Rosen</i> .....	529
4. A communicative perspective for Investor Relations: users' information needs and CEO Presentation <i>Priscilla S. Rogers</i> .....	543
5. Bedeutung von persönlichen Kontakten zu Investoren und Analysten bei der Ausgestaltung einer erfolgreichen Investor-Relations-Arbeit <i>Michael Janßen</i> .....	565
6. Hauptversammlung <i>Bernhard Orlik / Markus Graf</i> .....	577

## VII. Kommunikationsinhalte

1. Equity-Story <i>Ulrich Hommel / Robert Vollrath</i> .....	597
2. Management von Kapitalmarkterwartungen <i>Ralf Brammer</i> .....	613
3. Corporate Governance für Neue-Markt-Unternehmen <i>Christian Strenger</i> .....	625
4. Value Reporting <i>Alfred Kötzle / Markus Niggemann</i> .....	633
5. Risikokommunikation am Neuen Markt <i>Hans-Joachim Böcking / Christian Orth</i> .....	653
6. Stock-Option-Programme als Gegenstand von Investor Relations bei Wachstumsunternehmen <i>Ann-Kristin Achleitner / Alexander Bassen</i> .....	677
7. Investor Relations für Corporate Bonds <i>Sebastian Klein</i> .....	693

## VIII. Phasenbezogene Investor Relations

1. Investor Relations vor dem Börsengang am Beispiel einer Privatplatzierung <i>Christian von Tümpling</i> .....	705
---	-----

2. Die Bedeutung von Investor Relations beim Börsengang <i>Petra Bassen / Mirko Scherer</i> .....	719
3. Investor Relations bei Mergers & Acquisitions am Neuen Markt <i>Günter Müller-Stewens / Steffen Mezger</i> .....	733
4. Investor Relations in der Unternehmenskrise <i>Jörg Peters</i> .....	745
5. Corporate Restructuring <i>Ann-Kristin Achleitner / Michel Charifzadeh</i> .....	753

## **IX. Unterstützung von Investor Relations**

1. Mehrwert durch Venture-Capital-Geber <i>Lothar Späth / Sabine Ahlers</i> .....	773
2. Unterstützung von Investor Relations durch Investmentbanken <i>Jörg Janke</i> .....	785
3. Die Bedeutung einer Agentur für Investor Relations <i>Klaus Rainer Kirchoff</i> .....	799
4. Die Rolle der Betreuer im Neuen Markt <i>Dieter Pfundt / Siegfried Piel</i> .....	813

## **X. Anhang**

A. Berufsgrundsätze des DIRK .....	821
B. Ständesrichtlinien der DVFA .....	825
C. DVFA Reporting Standards® .....	833
D. DVFA Standards für Researchberichte am Neuen Markt® .....	839
Autorenverzeichnis .....	845
Stichwortverzeichnis .....	857