

Trends in (digitaler) Finanzkommunikation – Welche Entwicklungen Sie im Auge behalten sollten

5. Symposium Wirtschafts- und Finanzkommunikation
Department Medien & Wirtschaft

6. Juni 2019
Wiener Börse



Programm #fincom2019

09:30 – 12:00 WORKSHOP: ‚XBRL erfolgreich implementieren‘

Sabine Prodan (MDD, XBRL Schweiz) und Dennis Knochenwefel (Reportix)

Ab 13:00 Einlass | Meet & Greet

13:30 | Eröffnung des Symposiums & Begrüßung

Christoph Boschan, CEO Wiener Börse

Gabriela Fernandes & Gernot Kohl, Geschäftsführung der FH St. Pölten

Monika Kovarova-Simecek, Studiengangsleiterin Wirtschafts- und Finanzkommunikation (MA)

14:00 | Digital Reporting: Warum Geschäftsberichte digital gedacht werden sollten. Möglichkeiten von Online-Berichten und Best-Practice-Beispiele.

Eloy Barrantes, Projekt Manager, nexxar – digital reporting evolved

14:30 | Finanzkommunikation aus Analystensicht: Was sich Analysten wirklich wünschen.

Stefan Maxian, Finanzanalyst bei der Raiffeisen Centrobank AG, Vizepräsident der ÖVFA

15:00 | Instant Snapshot: Von der Veröffentlichung zur Analyse unter 5 Sekunden

Matthias Wabl, Senior Editor bei Bloomberg News

15:30 – 16:00 PAUSE

16:00 | XBRL – eine erfolgreiche Umsetzung: Best Practice der XBRL Implementation eines internationalen Pharma Konzerns

Sabine Prodan, Head of Business Development MDD Schweiz, Co-Präsidentin XBRL Schweiz

16:30 | Big Data und Künstliche Intelligenz in der Finanzanalyse: Wie der Einsatz von alternativen Daten, Robotics und NLP die analytische Arbeit, die Veröffentlichung von Nachrichten und die Organisation von Unternehmen dauerhaft verändern.

Werner Weingraber, Head of Research Sales and Operations der Raiffeisen Bank International AG

17:00 | „Coin Eater“ – Automatisierte Erkennung von Krypto-Mining im Webbrowser: Wie können Sie ungewolltes Kryptomining auf Ihrem Rechner blockieren?

Sebastian Schrittwieser, Leiter des Instituts Institut für IT Sicherheitsforschung, Leiter des Josef Ressel Zentrums TARGET, Department Informatik & Security der FH St. Pölten

17:30 – 19:00 GET TOGETHER

Die Vortragenden



Sabine Prodan | Head of Business Development MDD Schweiz, Co-Präsidentin XBRL Schweiz

Sabine Prodan ist XBRL Expertin und Head of Business Development der MDD (Management Digital Data AG). Ihre Kernkompetenzen liegen in der Optimierung der Reportingprozesse durch den Einsatz von XBRL. Seit Juni 2018 ist sie Co-Präsidentin des Vereins XBRL CH. Davor war sie als Geschäftsführerin und Investment Consultant tätig. Sie hat Betriebswirtschaft an der FHNW mit dem Schwerpunkt Consulting und Controlling studiert.



Dennis Münkle | Reportix

Dennis Münkle ist Co-Founder und Geschäftsführer bei Reportix GmbH, wo er sich unter anderem den Themen Business Intelligence und Financial Reporting annimmt. Als Member of XBRL Standards Board (XSB) bei XBRL International, Inc. weist Dennis Münkle fundierte XBRL-Expertise auf. Zuvor war er acht Jahre lang als Director of Business Solutions bei 28msec tätig.



Eloy Barrantes | Projekt Manager, nexxar – digital reporting evolved

Eloy Barrantes ist Geschäftsführer von nexxar, einer Agentur für (digitale) Unternehmensberichte. nexxar betreut u.a. die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte von Konzernen wie BASF, Bayer, HUGO BOSS, Merck, Solvay, Shell und UNIQA. Bevor er 2012 zu nexxar kam, sammelte er Erfahrung bei Agenturen für Finanzkommunikation in Hamburg und Köln. Er studierte Kommunikationsmanagement und promovierte an der Universität Wien.



Stefan Maxian | Finanzanalyst bei der Raiffeisen Centrobank AG, Vizepräsident der ÖVFA

Stefan Maxian graduierte 1997 an der WU Wien. Von 1997 bis 2002 war er in der RZB im CEE Credit Risk Management tätig. Seit 2002 ist er in der Raiffeisen Centrobank als Analyst für verschiedene österreichische Titel und für die Coverage von CEE Banken zuständig, 2012 bis 2017 war er Leiter der Abteilung Company Research, seit 2017 ist er Senior Financial Analyst und Vizepräsident der ÖVFA.



Matthias Wabl | Senior Editor bei Bloomberg News

Matthias Wabl studierte Wirtschaft und Rechtswissenschaften an der Universität Graz, der Sciences Po in Paris und der Columbia University in New York City. 2002 begann er seine Karriere als Intern bei Bloomberg in New York. Von 2009 bis 2013 leitete Wabl das 17-köpfige Schweizer Bloomberg-Büro, bevor er 2013 als Senior Editor nach Wien wechselte, wo er seit dem tätig ist.



Werner Weingraber | Head of Research Sales and Operations Raiffeisen Bank International AG

Werner Weingraber ist Head of Research Sales und Operations der Raiffeisen Bank International AG. Er verantwortet den Vertrieb, die Vermarktung und Innovationsbemühungen der RBI im Bereich Investment Research. Werner Weingraber war zuvor als Country Manager bei einem Marktdaten- und Softwareunternehmen und als Unternehmensberater in Amerika und Europa tätig. Nach dem Studium der Betriebswirtschaft hat er einen MBA in Banking und Insurance abgeschlossen, ist Chartered Financial Analyst und Scrum Master und Design Thinker.



Sebastian Schrittwieser | Leiter des Instituts für IT Sicherheitsforschung und des Josef Ressel Zentrums, Department Informatik & Security der FH St. Pölten

Sebastian Schrittwieser hat Wirtschaftsinformatik an der TU Wien studiert, bevor er als wissenschaftlicher Mitarbeiter bei SBA Research tätig war. Im Zuge seines Doktoratstudiums war er Projektassistent an der TU Wien. Seit 2013 ist er FH-Dozent am Department IR-Security der FH St. Pölten tätig. Seit 2014 leitet er das Josef Ressel Zentrum für die konsolidierte Erkennung gezielter Angriffe der FH St. Pölten.

„Financial Information Is Beautiful“

Eine Visualization-Vernissage der Studierenden des Master Studiengangs Wirtschafts- und Finanzkommunikation im Rahmen der Lehrveranstaltung Visualisation of Financial Data

ATX-Rendite-Dreieck beweist: „Investieren ist ein Marathon, kein Sprint.“



Madeleine Serlath



Kathrin Daxböck

Tagtäglich ist man am Kapitalmarkt mit riesigen Datenmengen konfrontiert. Um sich in diesem Zahlenwirrwarr zurecht zu finden, spielt die Visualisierung von Daten eine immer wichtigere Rolle. Das ATX-Rendite-Dreieck zeigt, dass sich langer Atem und Ausdauer am Kapitalmarkt auszahlen. Mit breit gestreutem und langfristigem Sparen sind Verluste mit österr. Aktien kaum möglich. Wer beispielsweise Ende 1991 in einen ATX-ETF investiert hätte, dann die Krise im Jahr 2008 durchgestanden hat und weiterhin bis Ende 2018 investiert geblieben wäre, hätte sich am Jahresende

über eine Rendite von über 210 % freuen können. Die Darstellung des Rendite-Dreiecks stellt zwar keine Gewähr für die Zukunft dar, aber zeigt eindeutig wie beeindruckend sich langfristige Investments entwickelt haben. Die Interaktivität in der Grafik ermöglicht zusätzlich ein schnelles Erfassen der jeweiligen Werte für den gewünschten Bereich.

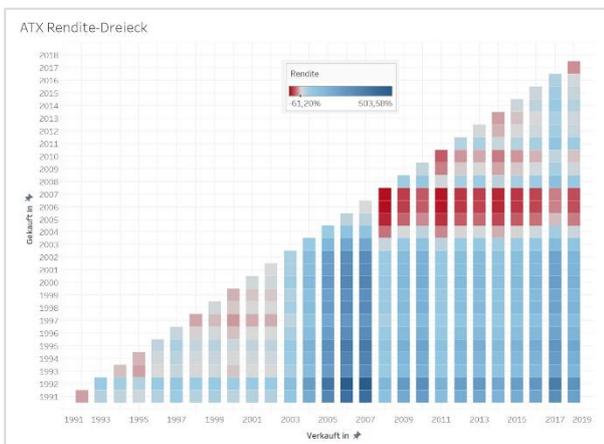


Abbildung 1

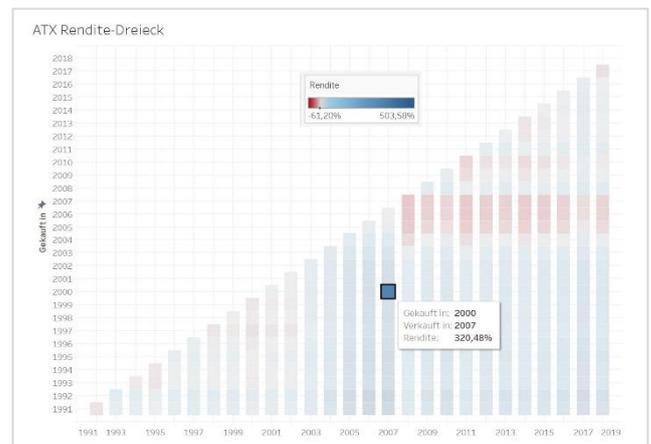


Abbildung 2

Der Abgasskandal: Ein Blick auf die VW-Aktie

Wie beeinflusst die mediale Berichterstattung den Aktienkurs eines Unternehmens? Auf der Suche nach Antworten haben wir uns den Aktienkurs der Volkswagen AG näher angesehen.

Im Herbst 2015 wurde bekannt, dass Volkswagen mit Hilfe einer Betrugssoftware die Abgaswerte manipulierte. Seitdem ist der Abgasskandal regelmäßig Gegenstand der medialen Berichterstattung. Immer wieder werden neue Informationen über die Vorgehensweise des Autobauers bekannt. Am Beispiel von VW wird für den Zeitraum von 1.1.2014 bis 24.3.2019 gezeigt, wie die Berichterstattung und der Aktienkurs zusammenhängen. Die Basis dafür war die wöchentliche Kursveränderung der VW-Aktie (blaue Linie). Für eine bessere Einordnung wird auch der DAX (graue Linie) abgebildet. Entlang des Aktienkurses können Meldungen eingesehen werden, welche Meldungen die Stimmung zum jeweiligen Zeitpunkt geprägt haben. Um den Kontext besser zu verstehen werden auch Informationen zum VW-Konzern (Aktionärsstruktur, KPIs und Absatzmärkte) visualisiert.



Viktoria Scheibböck



Julia Kindermann



Lena Grießer

Haben Sie gewusst, dass 2014 VW mehr Wurstwaren (7,8 Mio. Stk.) - davon 6,3 Mio. Currywürste, als Neuwagen (6,1 Mio. Stk.) verkauft hat?



Abbildung 3

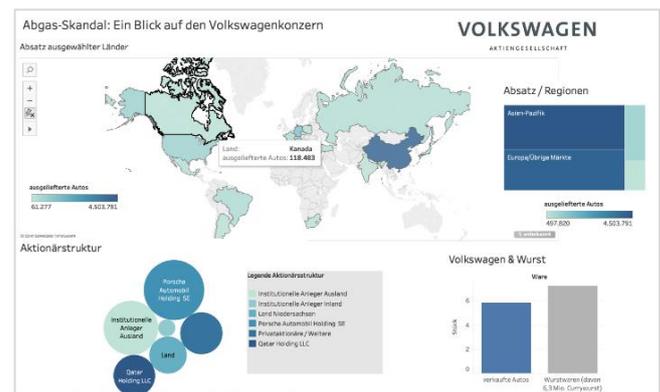


Abbildung 4

IR Website Elements used by listed Austrian Companies

Die Grafik (Abbildung 5) stellt einen Teil der Studienergebnisse von Kovarova-Simecek, Aubram & Milgotin (2019) dar, welche die IR-Websites der österreichischen börsennotierten Unternehmen analysiert. Die Visualisierung zeigt ausgewählte Elemente, die bei der Gestaltung der IR-Websites zur Anwendung kommen und ein Differenzierungsmerkmal darstellen: Gesetzlich vorgesehene und darüber hinausgehende Informationen über das Unternehmen, eingesetzte Gestaltungs- und Interaktionsformate, Social Media sowie Kontaktmöglichkeiten zu IR. Jede "Bubble" repräsentiert ein solches Element. Die Größe variiert je nach Auftrittshäufigkeit auf den analysierten IR-Websites. Mittels "Mouseover" können detailliertere Informationen über jedes einzelne Element eingesehen werden.



Eva Milgotin



Kristina Kern



Uljana Figura

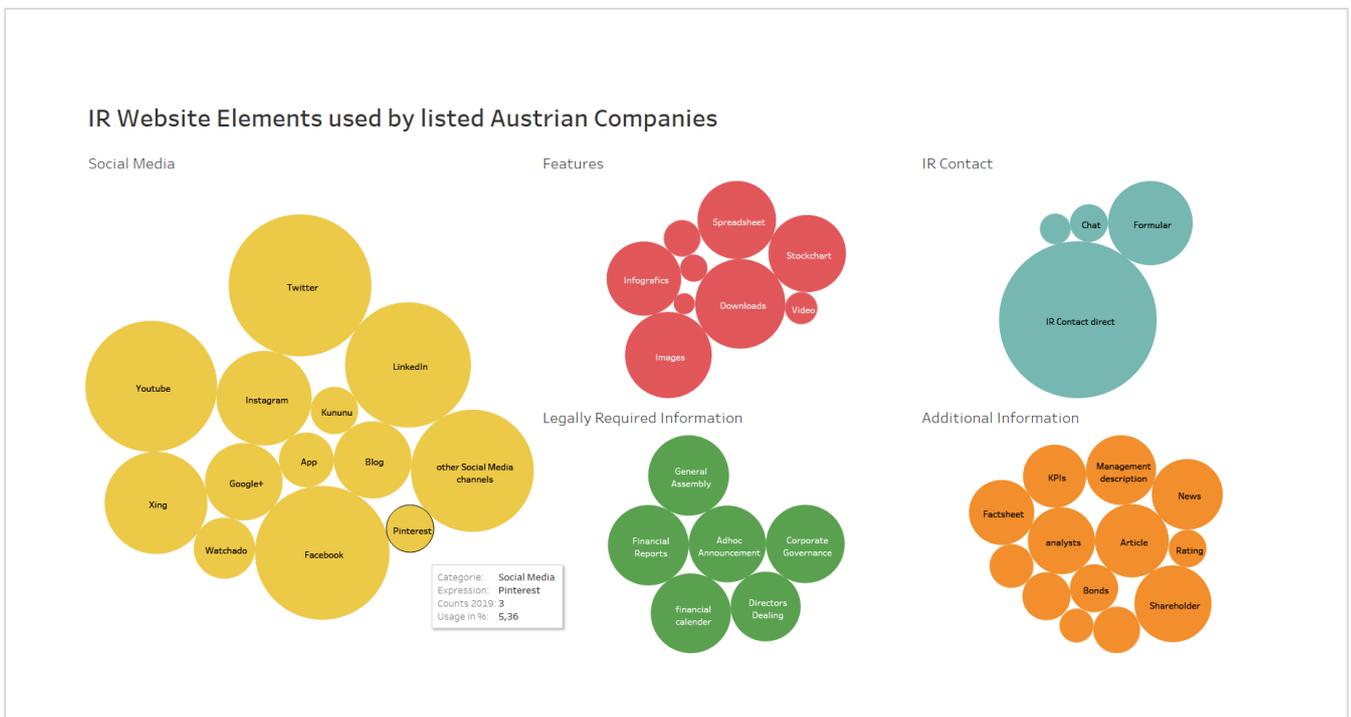
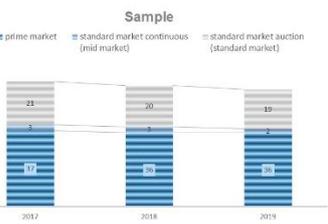
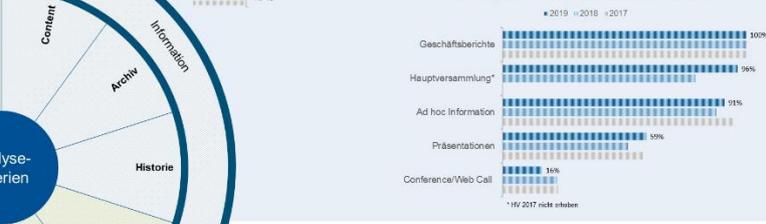
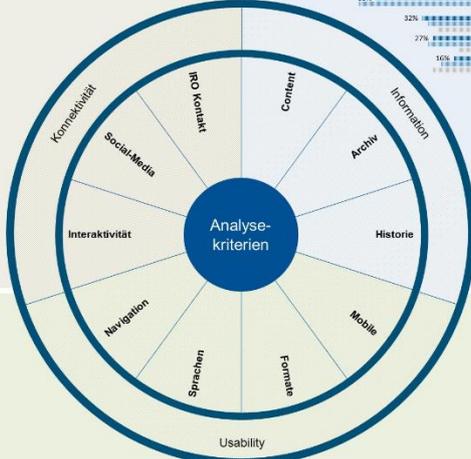
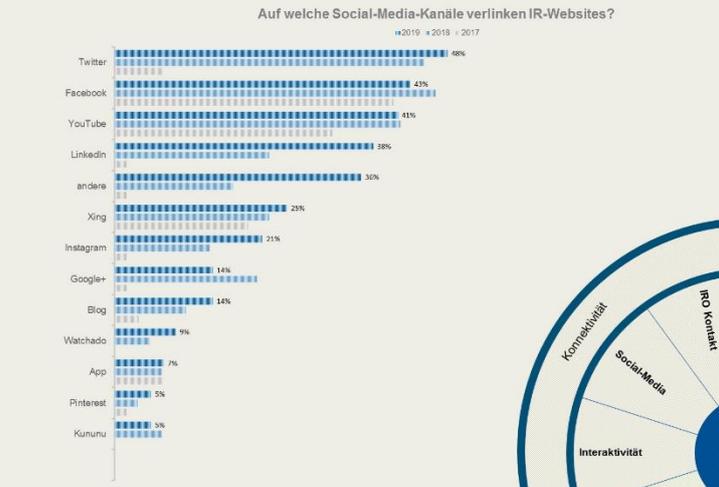
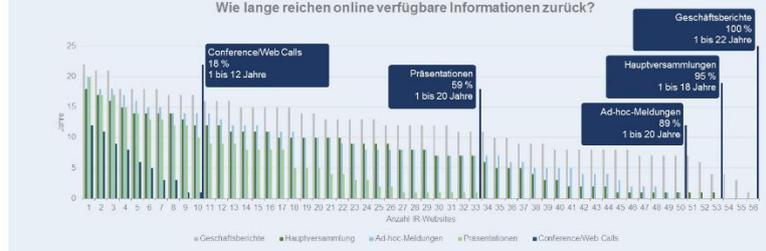
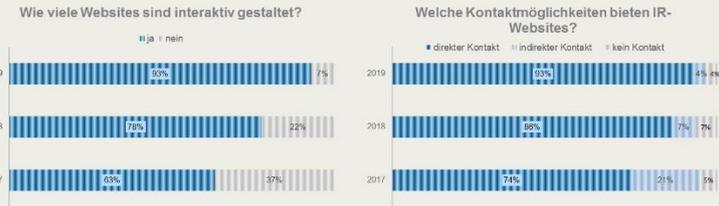


Abbildung 5

Onlinekommunikation in Investor Relations - Eine Analyse der IR-Websites österreichischer börsennotierter Unternehmen

Monika Kovarova-Simecek¹, Tatjana Aubram², Eva Milgotin³

¹monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at, ²tatjana.aubram@fhstp.ac.at, ³mwf181508@fhstp.ac.at



Experteninterviews

Monika Kovarova-Simecek (MK), Studiengangsleiterin des Master Studiengangs Wirtschafts- und Finanzkommunikation, hat Expertinnen und Experten aus der Finanzwelt zu aktuellen Entwicklungen befragt:



Nachhaltigkeit in der Finanzwelt

Susanne Lederer-Pabst (CEO bei dragonfly finance und gerichtlich beidete Sachverständige für das Geld-, Bank- und Börsenwesen)

Wichtigkeit der Eigenvorsorge

MK: Was müsste in der Finanzkommunikation geschehen, damit sich Menschen mehr mit Finanzthemen wie der Eigenvorsorge beschäftigen?

Susanne Lederer-Pabst: Das Thema müsste „sexy“ sein. Sexy im Sinne von trendy, cool und spannend und dazu natürlich sachlich fundiert – das ist Grundvoraussetzung. Eine Freundin, die beruflich in der Bildungsforschung beheimatet ist, hat mir mit ihrem Kommentar zu unserer neuen Website die Augen geöffnet: „Ihr habt es geschafft, dass ich das Thema Finanzen plötzlich mega sexy finde.“ Und genau das ist es. Eigenvorsorge muss als Thema „neu“ gedacht, spannend und trendy gebracht werden. Denn Eigenvorsorge ist essentiell für jeden, der seinen Lebensstandard im Alter aufrecht halten will und dies wiederum ist die Basis für eine „gesunde“, funktionierende und lebenswerte Gesellschaftsordnung. Es geht um Klarheit und Ehrlichkeit in der (Finanz-) Kommunikation.

Profitorientierung und soziales, ökologisches Bewusstsein

MK: Das Thema Nachhaltigkeit hat auch die Finanzwelt erreicht. Green Bonds, ESG-Ratings oder Nachhaltigkeitsindices sind aktuell heiß diskutierte Themen. Ein Marketingtrick oder sind Ihrer Meinung nach soziales und ökologisches Bewusstsein mit Profitorientierung vereinbar?

Susanne Lederer-Pabst: Absolut und unbedingt! Das ist die Richtung, in die wir alle gehen müssen. Wir haben meiner Meinung nach gar keine andere Wahl, wollen wir unseren Lebensraum nachhaltig erhalten. Das gelingt ja nur, wenn wir unser Tun auch im Wirtschafts- und Finanzbereich in Einklang bringen mit Mutter Natur und all den Lebewesen, die mit ihr verbunden sind. Das Schöne ist, dass die Berücksichtigung von ESG Faktoren nicht nur mit Profitorientierung vereinbar ist, sondern vielmehr noch, nachhaltigen Profit garantiert. Nur Manager, die sich auch der ökologischen, sozialen und governance Aspekte ihrer Aktivitäten bewusst sind, werden langfristig erfolgreich sein. Für Investoren gilt es dennoch genau hinter die Kulissen zu blicken, denn im Moment springen viele Akteure auf den Trend auf, ohne sich in der Tiefe mit ESG

auseinander zu setzen und diesbezüglich Mehrwert zu liefern.

Kriterien nachhaltiger Investitionen

MK: Als CEO von dragonfly finance ist nachhaltiges Investieren für Sie ein zentrales Thema. Welche Kriterien müssen investitionswürdige Unternehmen oder Projekte für Sie erfüllen?

Susanne Lederer-Pabst: Einfach gesagt: Sie müssen das Ziel haben, unsere Welt zu einem lebenswerteren, besseren Ort zu entwickeln. „Impact“ – also der Anspruch, Veränderungen zum Besseren zu bewirken, ist mir dabei sehr wichtig. Bevor ich als Unternehmerin oder Business Angel investiere wird also geprüft, ob deren Verständnis von „Sustainability“ und „Social Impact“ mit meinem übereinstimmt.

Beitrag zu einer gesamtgesellschaftlich positiven Veränderung

MK: Wie können die Studierenden des Master Studiengangs Wirtschafts- & Finanzkommunikation in ihrer künftigen Tätigkeit zu einer gesamtgesellschaftlich positiven Veränderungen beitragen?

Susanne Lederer-Pabst: Ich glaube die jungen Menschen tun das automatisch, wenn sie ihrem eigenen, authentischen Weg folgen. Und das ist auch mein wichtigster Tipp. Die eigene Richtung kommt tief aus dem Herzen und ist somit immer spannend und eben „sexy“ – auch für andere. Die heutige Jugend ist auch wirklich eine andere, eine neue, Generation – sie lässt sich viel weniger verbiegen und manipulieren als die Generationen davor und geht mit mutigem Beispiel voran. Es gibt bereits einige von ihnen, die mit sehr jungen Jahren enorme Wirkung erzeugen und am gesellschaftlichen Firmament aufblitzen. Mit ihrer unkonventionellen Art packen sie die „heißen Eisen“ an, die es zu verändern gilt.

Susanne Lederer-Pabst lehrt im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation „Cultural Finance“. Ihre Lehrveranstaltungen können als #openlecture besucht werden. Anmeldung bei monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at.

Fotocredits: dragonfly finance



Gemeinsamkeiten von Finanzmarkt & Boxing?

Leopold Quell (Fondsmanager bei Raiffeisen Capital Management und Experte für chinesische Börsenmärkte)

Parallelen zwischen Boxsport und der Finanzwelt

MK: Sie sind ein leidenschaftlicher Boxer, haben auch einen eigenen Boxverein. Gibt es Parallelen zwischen dem Boxsport und Ihrem Beruf in der Finanzwelt?

Leopold Quell: Im Ring wie auch auf den Märkten muss man sich exponieren, um zu Erfolg kommen zu können. An exponierter Stelle kassiert man jedoch mitunter harte (Rück-)Schläge. Diese gehören zum Geschäft und lehren Demut. Sie zu verdauen und die richtigen Rückschlüsse aus ihnen zu ziehen, sind die vielleicht wichtigsten Fähigkeiten in beiden Sparten.

Börsen in China, Europa und den USA

MK: Der Fokus Ihrer Tätigkeit liegt auf den chinesischen Märkten. Sind die Börsen in China anders als in Europa oder in den USA?

Leopold Quell: Die Hongkonger Börse ist den führenden Märkten in den USA und Europa grundsätzlich sehr ähnlich. Jene am Festland (in Shanghai und Shenzhen) folgen vielfach aber noch anderen Gesetzen und Kräften, die es zu beachten gilt.

„In den Schuhen des Fondsmanagers“

MK: Welche Qualifikationen brauchen Absolventinnen und Absolventen des Masterstudiums Wirtschafts- und Finanzkommunikation, um Finanzinformationen für Fondsmanager gut zu kommunizieren?

Leopold Quell: Aus meiner Sicht brauchen sie neben dem theoretischen Unterbau vor allem praktische Erfahrung. Sie sollen in den Schuhen des Fondsmanagers, der Investorin stecken und sich genau jenen Fragen und Problemen stellen, mit denen sich die genannten befassen. Das ist auch der Grund warum ich meine Lehrveranstaltung sehr praxisnah führe.

User-Interaktion bei Wirtschafts- & Finanznachrichten

MK: Wie wichtig ist Wirtschafts- und Finanzkommunikation?

Leopold Quell: Machen Sie folgenden Test: Rufen Sie eine Onlinetageszeitung Ihrer Wahl auf und prüfen Sie die Anzahl der Leserkommentare unter den verschiedenen Artikeln. Meine Erfahrung ist, dass Themen wie Politik oder Sport die meisten Clicks und Reaktionen nach sich ziehen. Aber auch die Vorstellung eines neuen Handys oder die Aussage eines Prominenten können unter Umständen viele Userkommentaren „erzeugen“.

Wirtschafts- oder Finanznachrichten sind hingegen zu meist Ladenhüter. Der Wissensstand über das Finanzsystem erscheint mir in weiten Teilen der Bevölkerung viel zu niedrig. Ich halte das aus verschiedenen Gründen für bedenklich. Gleichzeitig ist es ein Auftrag an die zukünftigen AbsolventInnen dieses Studiengangs.

Leopold Quell lehrt im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation „Kapital- und Börsenmärkte II“. Seine Lehrveranstaltungen können als #openlecture besucht werden. Anmeldung bei monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at.

Fotocredits: Peter Podera



Geschichten, die der Algorithmus schrieb

Alexander Fanta (EU-Korrespondent für netzpolitik.org)

Faszination Finanzjournalismus

MK: Sie haben sich in Ihrer Karriere als Journalist schon vielen Themenbereichen gewidmet. Wann und wodurch entwickelten Sie Ihr Interesse für den Finanzjournalismus?

Alexander Fanta: Als ich meine Laufbahn als Journalist im Jahr 2009 begann, stand alles im Zeichen der Finanzkrise. Selbst politische Krisen, über die ich berichtete, wie jene in Griechenland 2012 und 2015, standen im Zeichen der Macht der Märkte. Nicht zuletzt deswegen finde ich Finanzjournalismus ein faszinierendes Feld.

Zukunft des Finanzjournalismus

MK: Ein Thema, das Sie journalistisch wie wissenschaftlich beschäftigt, ist Roboterjournalismus. Welche Bedeutung hat Roboterjournalismus im Wirtschafts- & Finanzjournalismus? Müssen wir um den Berufsstand der Finanzjournalisten fürchten?

Alexander Fanta: Automatisierte Texte erlauben es, die Arbeit von menschlichen Journalisten zu unterstützen und zu skalieren. Bisher war das Schreiben von journalistischen Texten reine Handarbeit, aber nun kann man durch Vorlagen und Text-Algorithmen viele Aufgaben im großen Stil umsetzen. Finanzjournalismus, der von Zahlen geprägt ist, eignet sich dafür besonders gut. Das heißt aber nicht, dass der Beruf des Journalisten durch Software ersetzbar geworden ist. Software kann zwar schnell Zahlen in Text umsetzen und Korrelationen aufzeigen, aber wir sind noch weit entfernt von einer Künstlichen Intelligenz, die auch Kausalitäten erkennen und Analyse und Einschätzung von Daten bieten kann. Das wird wohl noch auf lange Frist die Domäne menschlicher Journalisten bleiben.

Voraussetzungen für automatisierter Texte

MK: Mit welchen Schwierigkeiten geht die Erstellung von automatisierten Texten derzeit einher? Was braucht es, um technische Standardisierung und Automatisierung in der Wirtschafts- und Finanzkommunikation allgemein voranzutreiben?

Alexander Fanta: Die größte Herausforderung für automatisierte Texte sind immer die Verfügbarkeit von Daten und ihre Aufbereitung. Heutzutage werden Pflichtveröffentlichungen vielerorts noch gerne in Form eines Fließtextes gemacht, wo die relevanten Zahlen erst noch herausgepickt werden müssen. Neue Standards wie XBRL liefern eine äußerst wichtige Grundlage, um Daten für die Automatisierung verfügbar zu machen.

Verbreitung von Roboterjournalismus

MK: Wie bewerten Sie als international tätiger & multilingualer Journalist die Lage im internationalen Vergleich – Sind uns andere Länder in Sachen digitale Wirtschafts- und Finanzkommunikation voraus?

Alexander Fanta: An einigen Orten wird die Automatisierung im Journalismus vehement vorangetrieben, etwa bei großen Nachrichtenagenturen mit Wirtschafts- und Finanzschwerpunkt wie Bloomberg und Reuters, die solche Technologie laufend im Alltag einsetzen. Auch in kleinen Ländern wie Norwegen gibt es innovative Automatisierungsprojekte, die bereits serienmäßig laufen. In Österreich gibt es spannende Ansätze zur Innovation bei einigen Medien, noch sind aber meines Wissens keine Roboterjournalisten hierzulande im Alltags-Einsatz.

„Automatisierung und Datenjournalismus keine Hexerei“

MK: Bedeutet Roboterjournalismus nun, dass der Finanzjournalist von morgen ‚coden‘ können muss? Welche Tipps haben Sie für StudentInnen, die in Ihre Fußstapfen folgen möchten?

Alexander Fanta: Meine wichtigste Empfehlung für Anfänger: Keine Angst haben. Nichts am Thema Automatisierung und Datenjournalismus ist Hexerei. Coden muss man nicht können, ich kann es auch nicht und habe auch kein tieferes technisches Wissen. Es reicht, sich zu interessieren und bereit zu sein, sich in unvertraute Materien einzulesen. Es hilft natürlich, wenn man für das Programmieren und statistische Aufgaben Hilfe bekommt, aber zum Verständnis ist es nicht notwendig und mittlerweile gibt es viele Gratis-Tools und Tutorials im Netz.

Umgang mit Hassposting in Social Media

MK: Für Ihre Arbeit zu Hasspostings in Social Media wurden Sie für den Karl-Renner-Preis für Publizistik nominiert. Wie stark sind Unternehmen von Hasspostings betroffen & wie können Unternehmen damit richtig umgehen?

Alexander Fanta: Ich glaube, die Frage des Umgangs mit aggressiven Kommentaren in sozialen Medien beschäftigt mittlerweile jede Organisation, die sich im Internet präsentiert. Eine einfache Lösung gibt es für das Problem nicht. Wichtig finde ich bei Organisationen, dass sie den

eigenen Umgang mit dem Thema möglichst offen kommunizieren. Also am besten eine Netiquette für die eigenen Kommentarseiten schaffen und transparent machen, wie man Foren moderiert und warum.

Fotocredits: Alexander Fanta



Finanzkommunikation kein trockenes Spezialgebiet

Ute Greutter (Selbständige Finanzkommunikationsberaterin & zertifizierte Aufsichtsratsexpertin, UKcom Finance)

Faszination Finanzkommunikation

MK: Sie sind Betriebswirtin und Kommunikationsexpertin, haben sich auf den Bereich Finanzkommunikation spezialisiert und begleiten als Beraterin heute namhafte Unternehmen. Wie hat die Finanzkommunikation Ihr Interesse erweckt?

Ute Greutter: Die Leitung des Kommunikationsbereichs von zwei börsennotierten Immobiliengesellschaften vor rund 14 Jahren habe ich als extrem spannend empfunden. In dieser Funktion habe ich bereits eng mit dem Investor Relations-Bereich zusammengearbeitet bzw. haben wir zahlreiche Projekte am Finanzmarkt inklusive Kapitalmarkttransaktionen gemeinsam umgesetzt.

Seit mehr als zehn Jahren bin ich nun auf der Beraterseite für namhafte österreichische Unternehmen am Finanzmarkt tätig und die Transaktionen wie auch die Regelpublizität erfüllen mich in meinem Aufgabengebiet sehr.

Relevanz von Wirtschafts- und Finanzkommunikation

MK: Warum ist gerade die Wirtschafts- und Finanzkommunikation so wichtig für Unternehmen und welchen gesellschaftlichen Stellenwert hat sie?

Ute Greutter: Die direkte Kommunikation mit Investoren, Analysten und Aufsichtsbehörden hat in den vergangenen Jahren immer mehr zugenommen und wird von den einzelnen Stakeholdergruppen auch immer mehr gefordert. Nur wenn man zeitnahe und transparent mit diesen Gruppen kommuniziert und sämtliche gesetzlichen Vorschriften erfüllt bzw. übererfüllt, wird man als Unternehmen auch an der Börse erfolgreich sein.

Gesellschaftlich hat die Investor Relations- bzw. Finanzkommunikations-Arbeit in den letzten Jahren stark an Ansehen dazugewonnen.

Neue Medienformate in der Finanzkommunikation

MK: Durch das Aufkommen neuer Medienformate und Kommunikationsinstrumente hat sich das Informations-

verhalten der Gesellschaft verändert. Welche Hürden oder auch Chancen ergeben sich dadurch für die Finanzkommunikation?

Ute Greutter: Die ad hoc-Publizität schreckt viele börsennotierte Unternehmen in Österreich noch immer davon ab, auf Social Media mit mehr als den offiziellen Pressemitteilungen aktiv zu sein. Die Angst ist aus meiner Sicht jedoch nur teilweise begründet, denn es gibt und gäbe eine Menge an Stories, die auch Unternehmen am Finanzmarkt über Social Media und eigene Apps streuen könnten. Investoren fordern neue Medienformate wie Kurzvideos zur Ergebnisveröffentlichung oder Audio-Files von Investoren-Calls sowie Hauptversammlungen, zu welchen sie auch den Zugang über neue Kanäle wünschen.

Trend hin zur Integrierte Kommunikationsarbeit

MK: Ihrer Arbeit konzentriert sich auch stark auf die Synergien zwischen PR und IR. Durch welche Herausforderungen ist die Zusammenarbeit dieser beiden Bereiche gekennzeichnet und welche Trends in der Zusammenarbeit zeichnen sich ab?

Ute Greutter: Eine Herausforderung liegt sicherlich in der strukturellen Ansiedlung der beiden Bereiche in Unternehmen begründet. Sind beide Themenbereiche bei einem Vorstand (meist dem CEO) angesiedelt, wird der integrierte Kommunikationsansatz oft erfolgreicher gelebt, als bei der Zuordnung zu unterschiedlichen Vorstandsresorts (CEO und CFO). Die Kernaussagen und Botschaften nach außen sollten immer dieselben sein und nur im Wording an die jeweiligen Stakeholdergruppen angepasst werden. Integrierte Kommunikationsarbeit wird jedoch bereits immer mehr gelebt und das Verständnis dafür ist vorhanden bzw. wird stetig größer.

Arbeitskreis Finanzkommunikation

MK: Sie haben vor vier Jahren den Arbeitskreis für Finanzkommunikation ins Leben gerufen, der auch als eine gemeinsame Initiative des PRVA und CIRA ist. An wen richtet sich der Arbeitskreis und welche Ziele verfolgt er?

Ute Greutter: Der Arbeitskreis Finanzkommunikation richtet sich vor allem an die Mitglieder des PRVA und der CIRA. Nichtmitglieder sind jedoch ebenfalls herzlich willkommen. Es geht uns bei diesem Arbeitskreis darum, neu aufkommende Themen in der Finanzkommunikation wie NaDiVeG, Datenschutzgrundverordnung oder auch XBRL näher zu beleuchten und ein gemeinsames Verständnis für die Anforderungen im täglichen Arbeiten sowohl im IR- als auch im PR-Bereich zu erarbeiten.

Kernkompetenzen in der Finanzkommunikation

MK: Welche Tipps geben Sie StudentInnen, die ebenfalls eine Karriere in der Wirtschafts- und Finanzkommunikation anstreben, mit auf den Weg?

Ute Greutter: Die rechtlichen Rahmenbedingungen der Finanzkommunikation zu kennen und Bilanzen sowie Gewinn- und Verlustrechnungen lesen und interpretieren zu können, dies zählt zu den Kernwerkzeugen der Finanzkommunikation. Sehr gute Englisch-Kenntnisse inkl. des Fachvokabulars gehören ebenfalls dazu. Vor allem geht

es jedoch darum, die Kommunikationsregeln am Finanzmarkt zu kennen, ein Verständnis für Corporate Communications als Ganzes zu haben und kommunikative Fähigkeiten mitzubringen.

Finanzkommunikation ist kein trockenes Spezialgebiet, sondern kann eine Menge Spaß machen! Denn: Die professionelle Finanzkommunikation führt zu einer guten Positionierung von Unternehmen am Finanzmarkt, was in steigenden Aktienkursen und erfolgreich platzierten Kapitalmarkttransaktionen sichtbar wird!

Ute Greutter lehrt im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation „Corporate Communications“ und „Investor Relations“. Ihre Lehrveranstaltungen können als #openlecture besucht werden. Anmeldung bei monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at.

Fotocredits: Ute Greutter



FinanzanalystInnen im Netz

Monika Rosen-Philipp (Chefanalystin, Bank Austria)

Berufsleben in einer Bank

MK: Sie arbeiten jetzt seit 19 Jahren als Finanzanalystin, haben sich zuvor aber eher mit der Sprache beschäftigt. Wann und wie haben Sie erkannt, dass Ihre berufliche Zukunft in der Finanzwirtschaft liegt?

Monika Rosen-Philipp: 1989 bin ich nach Abschluss meines US Studiums nach Österreich zurückgekehrt. Nach einer einwöchigen Erholungspause habe ich die Zeitung aufgeschlagen und das Job-Inserat einer kanadischen Bank gesehen – man suchte MitarbeiterInnen mit ausgezeichneten Englisch-Kenntnissen. Ich habe mich beworben und die haben mich genommen. Ich arbeite also schon mein ganzes Berufsleben in einer Bank, seit Anfang 1999 als Chefanalystin in der Bank Austria, also in meiner aktuellen Funktion.

Herausforderungen in der Finanzkommunikation

MK: Zu Ihren Tätigkeiten gehören zusätzlich zur Analyse der Finanzmärkte auch die anschließende Kommunikation. Doch gerade an der scheint es oft zu „happern“. Was ist scheinbar so schwierig daran, Finanzinformationen an Mann und Frau zu bringen?

Monika Rosen-Philipp: Ich glaube, die Materie ist eher trocken und sie erzeugt Schwellenangst. Erst wenn man sich ein bisschen damit beschäftigt, erkennt man, dass es tatsächlich stimmt: nichts ist spannender als Wirtschaft. Die Schwierigkeit für ExpertInnen liegt darin, so weit wie möglich die Fachtermini zu vermeiden oder zu erklären – daran muss man sich immer wieder erinnern.

Rüstzeug für FinanzanalystInnen

MK: Welche Kompetenzen müssen Nachwuchs-FinanzanalystInnen aus Ihrer Sicht mitbringen?

Monika Rosen-Philipp: In Wirklichkeit die vorhin genannten – sie müssen sich für das Thema, also die Märkte, interessieren. Und sie müssen kommunizieren wollen. Wenn sie kommunikativ sind, werden sie auch gut kommunizieren. Den Rest kann man sicher lernen.

Social Media & Finanzmärkte

MK: Kylie Jenner twittert und die Snapchat-Aktie erlebt einen Einbruch. Welche Rolle spielen aus Ihrer Sicht Social Media in der Welt der Finanzmärkte?

Monika Rosen-Philipp: Die Rolle der sozialen Netze ist sicher nicht zu unterschätzen. Generell ist die Kommunikation in allen Bereichen schneller geworden, daher auch im Bereich der Märkte. Und die Märkte waren ja nie langsam.

Gerade Twitter, das kurz und knapp Informationen verbreitet, ist für die Finanzmärkte quasi „wie gemacht“. Dass man in diesem Zusammenhang aber auch Verantwortung trägt, zeigt das Beispiel von Elon Musk (der eine Privatisierung von Tesla via Tweet angekündigte und dann zurücknehmen musste).

Twitter-Geheimnis

MK: Es haben kaum Analysten so viele Follower wie Sie. Was ist Ihr Geheimnis?

Monika Rosen-Philipp: Wie ich sagte – man muss etwas gern tun, um es gut zu tun. Ich liebe die Kommunikation, und ich hoffe, dass das in meinen Tweets spürbar ist.

Monika Rosen-Philipp lehrt im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation „Financial & Legal English“. Ihre Lehrveranstaltungen können als #openlecture besucht werden. Anmeldung bei monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at.

Fotocredits: Monika Rosen-Philipp



Finanznachrichten als Schmieröl für die Wirtschaft

Matthias Wabl (Senior Editor for Breaking News, Bloomberg News)

Interdisziplinäre Ausbildung

MK: Was hat Sie nach einer juristischen Ausbildung dazu bewogen, einen Master für Wirtschaft, Recht und Journalismus zu machen?

Matthias Wabl: Recht ist nur ein bestimmender Faktor, wenn man die Welt verstehen will. Die anderen sind Wirtschaft, Politik und Medien. Ich wollte einfach einen möglichst großen Überblick haben, um diese Entscheidungsprozesse zu verstehen.

Vom Praktikant zum Senior Editor

MK: Wie sind Sie letztendlich beim wahrscheinlich wichtigsten Informationsdienstleistungsunternehmen für Finanzen gelandet?

Matthias Wabl: Während meines letzten Studienjahres habe ich an der Columbia Journalism School Kurse über „Financial Journalism“ gemacht, meine Professorin hat mich dann für ein Praktikum im Bloomberg Newsroom in New York empfohlen. Als „Intern“ habe ich dann zuerst über Kakaobohnen und den Handel mit Orangen geschrieben.

Tipps für zukünftige FinanzjournalistInnen

MK: Welche Tipps können Sie Studierenden des Master Studienganges Wirtschafts- und Finanzkommunikation geben, die später selbst im Finanzjournalismus arbeiten möchten?

Matthias Wabl: „Build your instinct to follow the money and find the story behind.“ Dazu auch breites Allgemeinwissen und grundlegendes Fachwissen, klare Sprache, Interesse an Menschen und Zahlen, Ausdauer.

Rolle von Nachrichtenprovider

MK: Welche Rolle spielen Nachrichtenprovider wie Bloomberg im globalen Wirtschaftsgeschehen?

Matthias Wabl: Neuigkeiten sind das Schmieröl für Wirtschaft, Politik und Finanzmärkte. Was vor 150 Jahren eine Brieftaube an Neuigkeiten von einem Schlachtfeld überbrachte, dauert heute weniger als eine Sekunde. Bloomberg ist eines von zwei globalen Medienunternehmen, das praktisch in jedem Land einen Korrespondenten hat. Ein Satz beim Opec-Treffen in Wien kann Sekunden später die Ölpreise in New York abstürzen lassen.

Der Alltag im Finanzjournalismus

MK: Wie würden Sie Ihre Tätigkeit bei Bloomberg kurz beschreiben? Was ist es, was Sie doch schon lange bei Bloomberg hält?

Matthias Wabl: Interviews führen, Bilanzen lesen, Kontakte pflegen, Dokumente analysieren, Pressekonferenzen besuchen, Augen offenhalten. Jeder Tag ist anders, ich empfinde es als Privileg, als Journalist Zugang zu unterschiedlichsten Themen und Menschen zu bekommen.

Digitale Kompetenzen sind Grundkompetenz

MK: Der Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation hat eine starke digitale Komponente. Wie wichtig sind diese Kompetenzen aus Ihrer Erfahrung heraus auch für Wirtschafts- und Finanzjournalisten?

Matthias Wabl: Information, Daten, Fotos und Videos digital und anschaulich zu verknüpfen, wird zu einer Grundkompetenz. Jenen Personen, die dann noch interessante Inhalte aufbereiten anstatt Twitter abzuschreiben, steht die Welt offen.

Fotocredits: Matthias Wabl



Was macht guten Wirtschaftsjournalismus aus?

Andras Szigetvari (Wirtschaftsredakteur DerStandard)

Von der Außenpolitik- in die Wirtschaftsredaktion

MK: Herr Szigetvari, Sie sind von der Ausbildung her studierter Jurist und Politikwissenschaftler. Heute zählen Sie zu den bekanntesten Wirtschaftsredakteuren Österreichs. Was hat Sie dazu bewogen, Wirtschaftsjournalist zu werden?

Andreas Szigetvari: Es war ein glücklicher Zufall. Mein Lehrvertrag in der Außenpolitik-Redaktion der Tageszeitung DerStandard endete exakt am Höhepunkt der Wirtschaftskrise 2009. Jobs für Journalistinnen und Journalisten waren damals natürlich rar. Ich wurde gefragt, ob ich nicht in die Wirtschaft wechseln will, dort könne man eine Stelle schaffen. Ich sagte zu. Bankenpleiten, Staatenpleiten, Eurokrise: Es ging turbulent, aber umso aufregender los. Jede Woche eine Dienstreise in ein anderes Krisenland, es hätte schlimmer sein können.

Kompetenzanforderungen im Wirtschafts- und Finanzjournalismus

MK: Welche Kompetenzen müssen Wirtschafts- und Finanzjournalistinnen und -journalisten heute haben? Was müssen wir im Master Wirtschafts- und Finanzkommunikation aus Ihrer Sicht unbedingt im Curriculum berücksichtigen?

Andreas Szigetvari: Neben dem Einmaleins des Faches, also der Kenntnis journalistischen Grundregeln zur Recherche zum Beispiel, erscheinen mir zwei Dinge wichtig. Einerseits sollten Kolleginnen und Kollegen Freude an Experimenten mit neuen Technologien mitnehmen. Sie sollten in diesem sich ständig entwickelnden Feld die Fähigkeit haben, selbständig dazulernen zu können. Andererseits ist ein grundlegendes Verständnis für wirtschaftliche Zusammenhänge essentiell. Ob nun Unternehmen Kennzahlen präsentieren oder eine Debatte über öffentliche Ausgaben läuft, es ist wichtig, den Konnex zu kennen. Wer vertritt welche Interessen – und warum?

Digitalisierung im Wirtschafts- und Finanzjournalismus

MK: Welchen Stellenwert hat Digitalisierung in der Wirtschafts- und Finanzkommunikation und speziell im Wirtschafts- und Finanzjournalismus?

Andreas Szigetvari: In der tagesaktuellen Arbeit spielt Digitalisierung allein schon deshalb eine immer wichtigere Rolle, weil Medienhäuser ihr Wachstumspotenzial aktuell Online sehen. Dabei wird die Aufbereitung von Geschichten mit Grafiken, Video- und Audioinhalten zusehends wichtiger. Aber: Auch hier ist entscheidend zu wissen, wo

ich diese Inhalte einsetzen kann um Information zu vermitteln und wo es reine Spielerei ist.

Big Data und Datenanalyse

MK: Stichwort Big Data – welche Rolle spielen Daten und Datenanalyse in der medialen Wirtschafts- und Finanzberichterstattung?

Andreas Szigetvari: Datenanalyse ist derzeit noch auf Themen fokussiert, die für ein breites Publikum leicht und sofort verständlich sind. Wirtschaftsberichterstattung steht also nicht an erster Stelle. Aber: In bestimmten Bereichen wird die Datenanalyse auch hier immer wichtiger. Man denke etwa nur an die zunehmende Bedeutung von Debatten über die wachsende Ungleichheit in vielen Ländern. Ohne Datenauswertungen zu Einkommen, Vermögen etc. lassen sich solche Geschichten heute gar nicht mehr erzählen.

„Leser müssen abgeholt werden“

MK: Das Interesse der breiten Bevölkerung in Wirtschafts- und Finanzthemen ist generell eher verhalten. Was macht gute Wirtschafts- und Finanzkommunikation aus und wie können Menschen zur Rezeption von Wirtschaftsnachrichten motiviert werden?

Andreas Szigetvari: Wichtig ist es, Geschichten einfach zu erzählen. Das bedeutet nicht komplexe Sachverhalte auszusparen, im Gegenteil. Aber: die Leserinnen und Leser müssen abgeholt werden, das heißt, komplexe Fachbegriffe und Zusammenhänge müssen erklärt werden. Schritt für Schritt. Eine Geschichte muss auch die Frage beantworten, warum sie relevant sein soll für Menschen. Betrifft es mich, mein Umfeld oder ist die Sache relevant, weil sich grundlegende Fragen von Gerechtigkeit stellen?

Trends in der Wirtschafts- und Finanzkommunikation

MK: Zum Abschluss: Welche Entwicklungstrends orten Sie in der Wirtschafts- und Finanzkommunikation?

Andreas Szigetvari: Einerseits gibt es den Trend dazu, Geschichten schneller zu produzieren. Andererseits wächst gerade in Zeiten von Debatten über Fake-News das Bedürfnis danach, verlässliche Informationen zu bekommen. Das bedeutet: Journalistinnen und Journalisten sowie Kommunikationsexpertinnen und -experten werden sich Themen künftig noch intensiver widmen müssen, um Fehler zu vermeiden. Wo sie passieren, wird ein transparenter Umgang gefragt sein. Spannend wird, welche Rolle die Kommunikation mit Leserinnen und Lesern und Userinnen und Usern künftig haben wird.

Andreas Szigetvari lehrt im Master Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation „Economics (VWL)“. Seine Lehrveranstaltungen können als #openlecture besucht werden. Anmeldung bei monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at.

Fotocredits: Astrid Just

#fincom2019

Das Symposium Wirtschafts- und Finanzkommunikation wurde im Juni 2015 als eine Austausch- und Diskussionsplattform zwischen Praxis, Forschung und Lehre zu Themen der Finanzkommunikation ins Leben gerufen und findet seit dem jährlich statt. Mit dem Symposium möchten wir aber auch die gesellschaftliche und politische Relevanz des Themas Wirtschafts- und Finanzkommunikation aufzeigen. Wirtschafts- und Finanzkommunikation betrifft nicht nur die Financial Community rund um Unternehmen und Finanzmärkte, sondern in ihrer Wirkung breite Bevölkerungsschichten und letztlich jeden Einzelnen. Wir möchten auf die Vielfalt der Wirtschafts- und Finanzkommunikation aufmerksam machen. Unsere Themen reichen von Corporate Communications über Investor Relations und Financial Journalismus bis zu FinTech. Dabei soll auch das interdisziplinäre Verständnis hervorgehoben werden, das für gute Wirtschafts- und Finanzkommunikation unserer Ansicht nach erforderlich ist. Ebenso ist es uns ein Anliegen, die Wirtschafts- und Finanzkommunikation in ihrer historischen Entwicklung zu skizzieren, um neue Entwicklungen besser verstehen und richtig einschätzen zu können. 2019 treffen Expertinnen und Experten der Finanzkommunikation zum 5. Mal einander, um Herausforderungen und Entwicklungen in Investor Relations, Financial Reporting, Controlling, aber auch in Wirtschafts- und Datenjournalismus zu diskutieren.

„Mit Hilfe der Digitalisierung könnten wir Finanzkommunikation deutlich effektiver und effizienter gestalten. Dafür müssen wir allerdings beginnen, digitale Finanzkommunikation als eine gänzlich neue Kulturtechnik zu begreifen und eine gesamtheitliche Sicht entwickeln. Das verlangt viel mehr als den Einsatz neuer, digitaler Tools, nämlich eine enge Zusammenarbeit über die eigenen institutionellen Grenzen hinweg.“, sagt Monika Kovarova-Simecek, Leiterin des Masterstudiengangs Wirtschafts- und Finanzkommunikation und Organisatorin des Symposiums.



FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek leitet den Studiengang Wirtschafts- und Finanzkommunikation am Department Medien und Wirtschaft der FH St. Pölten. Sie ist Vortragende an internationalen Fachhochschulen und Universitäten und Autorin von Studien, Buch- und Fachbeiträgen zu Financial Communications und Financial Literacy. Monika Kovarova-Simecek ist Initiatorin des Symposiums Wirtschafts- und Finanzkommunikation. Zuvor war sie Finance Director bei Ketchum Publico und Head of Controlling & Reporting der FH Wien der WKW. Als Autorin und fachliche Redakteurin hat sie die Fachzeitschrift *CFOaktuell* mehrere Jahre mitgeprägt.

Kontaktdaten:

FH-Prof. Mag. Monika Kovarova-Simecek
Studiengangsleiterin Wirtschafts- und Finanzkommunikation (MA)
Department Medien und Wirtschaft
Fachhochschule St. Pölten GmbH
Matthias Corvinus-Straße 15, A-3100 St. Pölten
T: +43 676 847 228 427
monika.kovarova-simecek@fhstp.ac.at
<https://financial-communications.fhstp.ac.at>
www.fhstp.ac.at