

IR AUF LINKEDIN

Wie Social Media für Investor Relations funktionieren kann und worauf man achten muss

Lena Paula Grießer

9. Juni 2022





» Wir sind die führende
Versicherungsgruppe
in Zentral- und
Osteuropa. «

Rund
50
Versicherungsgesellschaften

In
30
Ländern tätig

Kooperation mit

Erste Group

größte Retailbank in CEE

Mehr als
25.000
Mitarbeiter:innen

Mehr als
22 Mio.
Kund:innen

VIG-Aktie seit

1994

an der Wiener Börse

VIG-Aktie an der Wiener & Prager

BÖRSE

notiert

Standard & Poor's Rating

A+

mit stabilem Ausblick

IN 30 LÄNDERN ZUHAUSE



WIR SIND **NUMMER 1**
IN ZENTRAL- UND OSTEUROPA.

VIG
VIENNA INSURANCE GROUP
Schützen, was zählt.

KAPITALMARKT – FAKTEN ZUR VIG-AKTIE



HAUPTAKTIONÄR

~72%

Wiener Städtische
Versicherungsverein

DIVIDENDENPOLITIK

1,25 Euro

Dividende 2021

5,0 %

Dividendenrendite für 2021

Dividendenpolitik:

Diese sieht eine Ausschüttung in einer Bandbreite von 30 bis 50 % des Gewinns nach Steuern und nicht beherrschenden Anteilen vor. Ziel ist es, die Dividende pro Aktie weiterhin an der Entwicklung des Unternehmenserfolgs auszurichten. Die Ausschüttungsquote 2021 beträgt 42,6 %.

STREUBESITZ

~28%

Die VIG-Aktie ist im ATX,
dem Leitindex der Wiener
Börse, und an der Prager
Börse gelistet.

AKTIENKENNZAHLEN

132,89 Mio.

Grundkapital (EUR)

128 Mio.

Stammaktien (STK.)

~3,19 Mrd.

Marktkapitalisierung

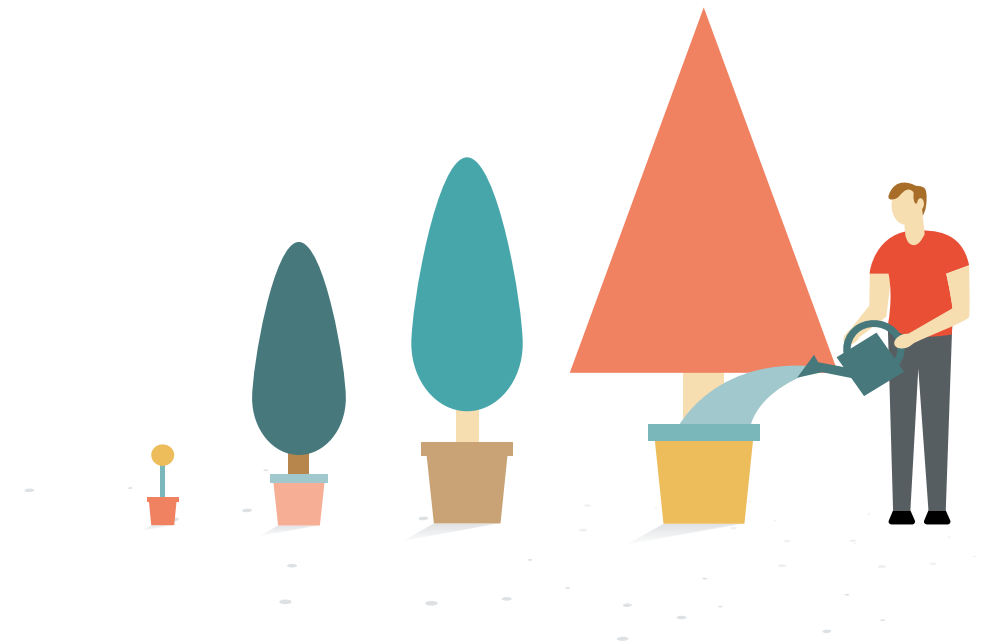
Stand: 31. Dezember 2021

(EUR)

STANDARD & POOR'S

A+

Rating mit
stabilem Ausblick



LENA PAULA GRIESSER



Lena Paula Griesser

Investor Relations

Seit 2021 VIG Investor Relations

Kontakt

Telefon: +43 (0)50 390-2216

Mobil: +43 664 60139 22126

E-Mail: lena.paula.griesser@vig.com

Tätigkeitsschwerpunkte

- Social Media
- IR-seitige Koordinationsaufgaben für die Hauptversammlung
- Berichte
- Präsentationen

Ausbildung

- Bachelorstudium „Medienmanagement“ (FH St. Pölten)
- Masterstudium „Wirtschafts- und Finanzkommunikation“ (FH St. Pölten)



SOCIAL MEDIA IN DER IR-KOMMUNIKATION

Eine Studie von Greenwich Associates zeigt, dass **fast 80 % der institutionellen Anleger:innen** soziale Medien als **Teil ihres regulären Arbeitsablaufs** nutzen, und etwa 30 % dieser Anleger:innen geben an, dass Informationen, die sie über soziale Medien erhalten haben, direkt eine Anlageempfehlung oder -entscheidung beeinflusst haben.

Laut deutschem Aktieninstitut stellen die unter **30-Jährigen die am schnellsten wachsende Gruppe von Anleger:innen** dar. Dabei sind laut CNBC Soziale Medien die beliebteste Art und Weise, wie junge Anleger:innen ihre Investitionsideen recherchieren.

SOCIAL MEDIA IN DER IR-KOMMUNIKATION

Social Media Survey 2021 (DVFA):

- **91 %** erwarten eine weiter **steigende Bedeutung** von Social-Media-Kanälen
- Für **49 %** der Teilnehmer:innen haben soziale Medien und Blogs als Informationsquelle **an Bedeutung gewonnen**.
- **44 %** der Teilnehmer:innen sprechen Social-Media-Kanälen mindestens eine **gleichwertige Bedeutung** im Vergleich zu klassischen Informationsquellen zu
- Acht von zehn (**78 %**) Anlageexpert:innen würden es **begrüßen, wenn Unternehmen beginnen soziale Medien zu nutzen**, um mit der Investment-Community in Kontakt zu treten.



WARUM LINKEDIN ALS IR-KANAL?

- Business Netzwerk mit professioneller Kommunikation und Klarnamen
- Großteils professionelle Kommunikation und geringe Kommentierungsraten
- Große Bandbreite an Formaten
- Zielgruppe und Stakeholder sind bereits stark präsent auf LinkedIn
- Aktive User:innengenerierung
- Stark wachsendes Netzwerk: Weltweit gesehen ist LinkedIn das größte, aber auch ein schnell wachsendes Businessnetzwerk. Allein in der DACH-Region hat LinkedIn bereits über 18 Millionen User:innen. Weltweit liegen es bei über 830 Millionen User:innen.



WELCHER CONTENT EIGNET SICH?

Formate

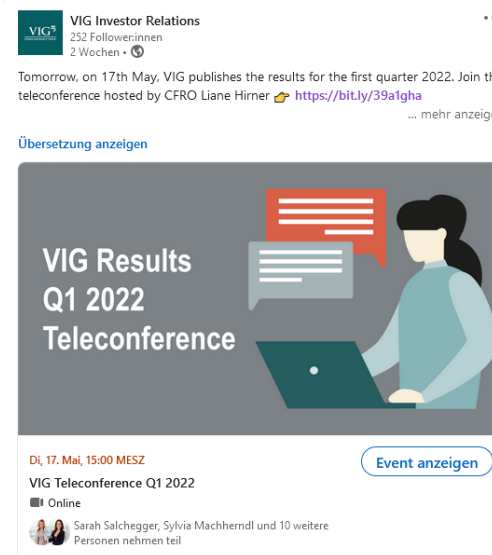
- Videos und Videoausschnitte
- (Kennzahlen-)Slider
- Artikel bzw.. Blogbeiträge
- Events
- Infografiken

Inhalte

- Links zu Veröffentlichungen und Publikationen
- LinkedIn-Event zu IR-relevanten Terminen und Veranstaltungen
- Ergebniskommunikation
- Kapitalmarktrelevante Zitate und Videos
- Hintergrundinformationen z.B. zur Hauptversammlung
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Soft-News (z. B. Vorstellung des IR-Teams)
- ...

USE-CASE: VIG INVESTOR RELATIONS AUF LINKEDIN

- Go-Live: Mitte April 2022
- Follower:innen: 267 (Stand: 7. Juni 2022)
- Sprache: Englisch
- Postingfrequenz: ungefähr 2 Beiträge pro Woche
- Link: <https://www.linkedin.com/showcase/vig-investor-relations>





ZIELE

- Erhöhung der Sichtbarkeit der VIG als Investitionsmöglichkeit
- Erreichen von mehr Stakeholdern durch den Austausch von IR-Inhalten mit Mehrwert
- Steigerung des Traffics auf digitalen IR-Kanälen (z.B. IR-Website, Online-Bericht)
- Positionierung des Managements (z.B. CFO) und des IR-Teams als Ansprechpersonen
- Cross- und Wiederverwendung von IR-Inhalten (z.B. Videos, Grafiken, Präsentationen)
- Teilnahme an IR-Veranstaltungen (z.B. Telefonkonferenzen) forcieren
- Unsere Arbeit bereichern

WORAUF MAN ACHTEN SOLLTE

Fallstricke

- Für jedes Posting sollte ein Bild vorhanden sein – bei vielen IR-Themen ist Bildmaterial nicht automatisch vorhanden
- Auch für Videos benötigt man immer ein extra Standbild
- Einladungen können nur an Kontakte aus dem persönlichen Profil der Administrator:innen versendet werden
- Sprache muss für LinkedIn angepasst werden: kurze, prägnante Beiträge

Erfolgsmomente

- Personalisierung: Content, der Personen im Mittelpunkt hat (z.B. Video mit Head of IR oder CEO), führt zu mehr Interaktion
- Bewegtbild funktioniert sehr gut
- Zusätzliche Inhalte liefern Mehrwert – unser bisher erfolgreichster Beitrag: Interview mit CEO Prof. Elisabeth Stadler aus dem Börse Express

VIG 

VIENNA INSURANCE GROUP

Schützen, was zählt.