

WEBINAR

Retail Shareholder Activation

Eine Studie des Masterstudiengangs Digital Business Communications
der USTP in Kooperation mit Embera Partners



Research Team



Sophie
Horcher



Sandra
Kortschak



Tanja
Maisenberger



Johanna
Neumann



Cornelia
Plott



Cornelia
Renner



Katharina
Woloch



University of
Applied Sciences
St. Pölten



Monika Kovarova-Simecek
University of Applied Sciences
St. Pölten



Andreas Posavac
Embera Partners



Michael Oplustil
Embera Partners

Unsere Panelist:innen



Christiane Hölz
Bundesgeschäftsführerin
Deutsche Schutzvereinigung für
Wertpapierbesitz



Sylvia Machherndl
Investor Relations Managerin
Vienna Insurance Group



Florian Beckermann
Geschäftsführender Vorstand
Interessensverband für Anleger



Alexander Kirschall
Vice President Retail Investors
DHL Group

Retail ist keine Randgruppe

22%



PORSCHE SE



Retail hat Impact

Einfluss auf Abstimmungen und Governance-Prozesse

Bloomberg

CA Immo-Aufsichtsrat wegen Instagram-Posts nicht wiedergewählt

Boris Groendahl

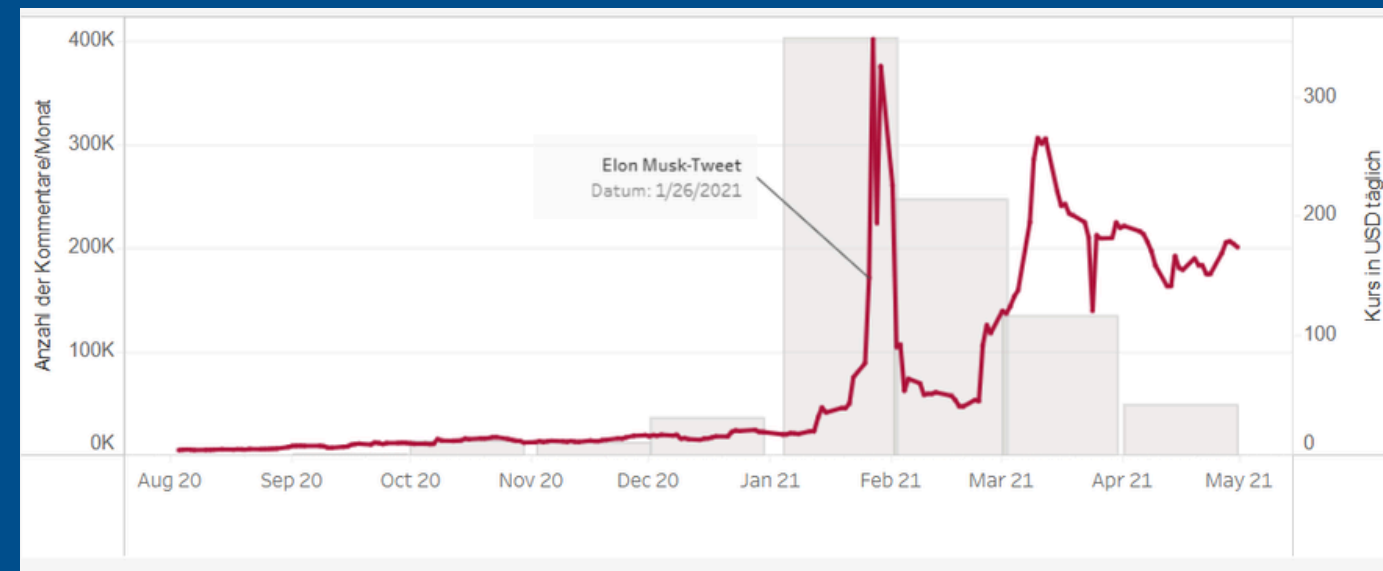
10. Mai 2021 • 1 Minuten Lesezeit

(Bloomberg) -- Die österreichische CA Immobilien Anlagen AG hat die Amtszeit eines ihrer Aufsichtsratsmitglieder abrupt beendet, nachdem sich ein Kleinaktionär auf der Hauptversammlung über seiner Ansicht nach diskriminierende Instagram-Postings beschwert hat.

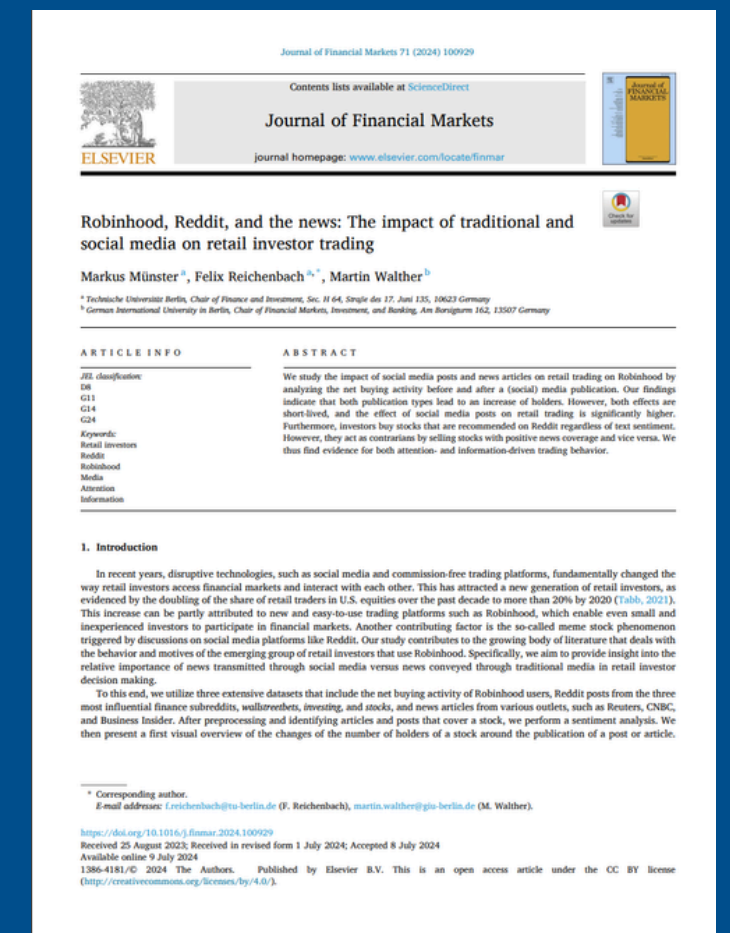
Florian Koschat, der im Hauptberuf die Finanzfirma Pallas Capital betreibt und seit 2016 im Kontrollgremium der CA Immo wirkt, sollte auf dem Aktionärstreffen am Donnerstag eigentlich wiedergewählt werden. Doch dann stellte der Universitätsassistent Josef Baumüller, ein häufiger Gast auf österreichischen Hauptversammlungen, in der virtuell abgehaltenen Veranstaltung die Frage, ob dessen Postings mit dem Verhaltenskodex der CA Immo vereinbar seien.

<https://de.finance.yahoo.com/nachrichten/ca-immo-aufsichtsrat-wegen-instagram-173031415.html>

Einfluss auf Wahrnehmung, Reputation und den Aktienkurs



<https://www.ustp.at/de/studium/digital-business-innovation/digital-business-communications/projekte/visualisierung-reddit-vs-wallstreet>



<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1386418124000478>

Retail wird mehr



2025 besaßen 14,1 Millionen Menschen in Deutschland Aktienfonds, ETFs oder Aktien. Das sind 2 Millionen mehr als 2024. Insgesamt investierte jede fünfte Person ab 14 Jahren direkt oder indirekt am Aktienmarkt. Der positive Trend der vergangenen 10 Jahre hat sich damit verstärkt.

DAI, 2026



Der Aktienmarkt wird immer jünger

4,9 Millionen Menschen unter 40 besitzen Aktienfonds, ETFs oder Aktien. Das sind 1,2 Millionen mehr als im Vorjahr und entspricht über 60 Prozent des Gesamtanstiegs.

Insgesamt bestätigt sich damit die Entwicklung der vergangenen Jahre: Seit Mitte der 2010-er Jahre hat sich die Zahl der jüngeren Menschen mit einem Aktieninvestment mehr als verdoppelt. Sie stellen mittlerweile die größte Gruppe. Jüngere Menschen haben zudem im Durchschnitt niedrigere Einkommen. Die Entwicklung zeigt also, dass langfristige und breit gestreute Aktienanlagen auch mit geringerem Einkommen möglich und sinnvoll sind. Die geplante Frühstart-Rente wird dieser Entwicklung voraussichtlich weiter Schub verleihen.

Verbreitung von Aktienanlagen nach Altersgruppen

5 in Millionen



Fehlende Sichtbarkeit von Retail Shareholdern

Trotz dieser Bedeutung werden sie in der Praxis **häufig nicht systematisch berücksichtigt.**

Etablierten IR-Praktiken richten sich an institutionelle Investoren und **greifen bei Retail Shareholdern oft nicht.**

Die zentrale Herausforderung liegt in der **fehlenden zielgruppenspezifischen Ansprache.**

80%



Zur Studie

- Retail Shareholder stellen eine **relevante, jedoch häufig unterschätzte Stakeholdergruppe** dar. Sie üben Einfluss auf Corporate Governance, Abstimmungen und die Wahrnehmung von Unternehmen aus.
- Gleichzeitig sind sie schwer erreichbar und werden in der Investor-Relations-Kommunikation **nur begrenzt gezielt adressiert.**



ZIEL UNSERER STUDIE

Verhalten und Motivation von Retail Shareholdern zu analysieren, zentrale Aktivierungshebel zu identifizieren und daraus konkrete IR-Strategien für den DACH-Raum abzuleiten.

Daher haben wir...

Strategien zur Aktivierung und Einbindung von Retail Shareholdern im DACH-Raum untersucht.

ein besseres **Verständnis** für Motivation, Verhalten und Präferenzen von Retail Shareholdern gewonnen.

Wege aufgezeigt, wie Unternehmen diesen wichtigen Anlegerkreis effektiver ansprechen und aktivieren können.



Wer sind (für uns) Retail Shareholder?

EINKOMMENSORIENTIERT



- Langfristige Anlageziele
- Stabile Dividenden
- Strukturierte und transparente Informationen zu Dividendenpolitik & Governance

EMOTIONAL- BZW. MARKENGETRIEBEN



- Identifikation mit Unternehmen, Marke und persönlichen Werten
- Bevorzugen nahbare, visuell ansprechende, verständliche Inhalte
- Investitionsentscheidungen oft symbolisch geprägt

Durchschnittsalter ~ 51 Jahre

Forschungsfokus

Im Zentrum der Untersuchung stehen folgende Fragen...

- Wie gut kennen Unternehmen ihre Retail Shareholder?
- Welche Strategien fördern aktive Teilnahme an Corporate Governance (Hauptversammlungen)?
- Welche Anliegen und Beteiligungsmuster zeigen Retail Shareholder?
- Über welche Kanäle können sie effektiv erreicht werden?
- Welche Rolle spielen Technologie, Banken und Intermediäre?

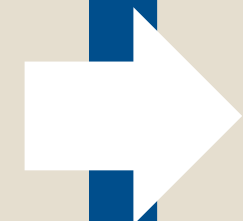


Research Design

Unternehmensanalyse DAX / SMI / ATX



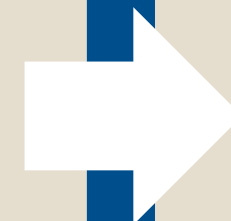
Oktober bis Dezember 2025



Qualitative Interviews mit IR-Verantwortlichen



Jänner bis Februar 2026



Quantitative Online- Umfrage mit Retail-Investor:innen



Februar bis März 2026

Let's get specific...

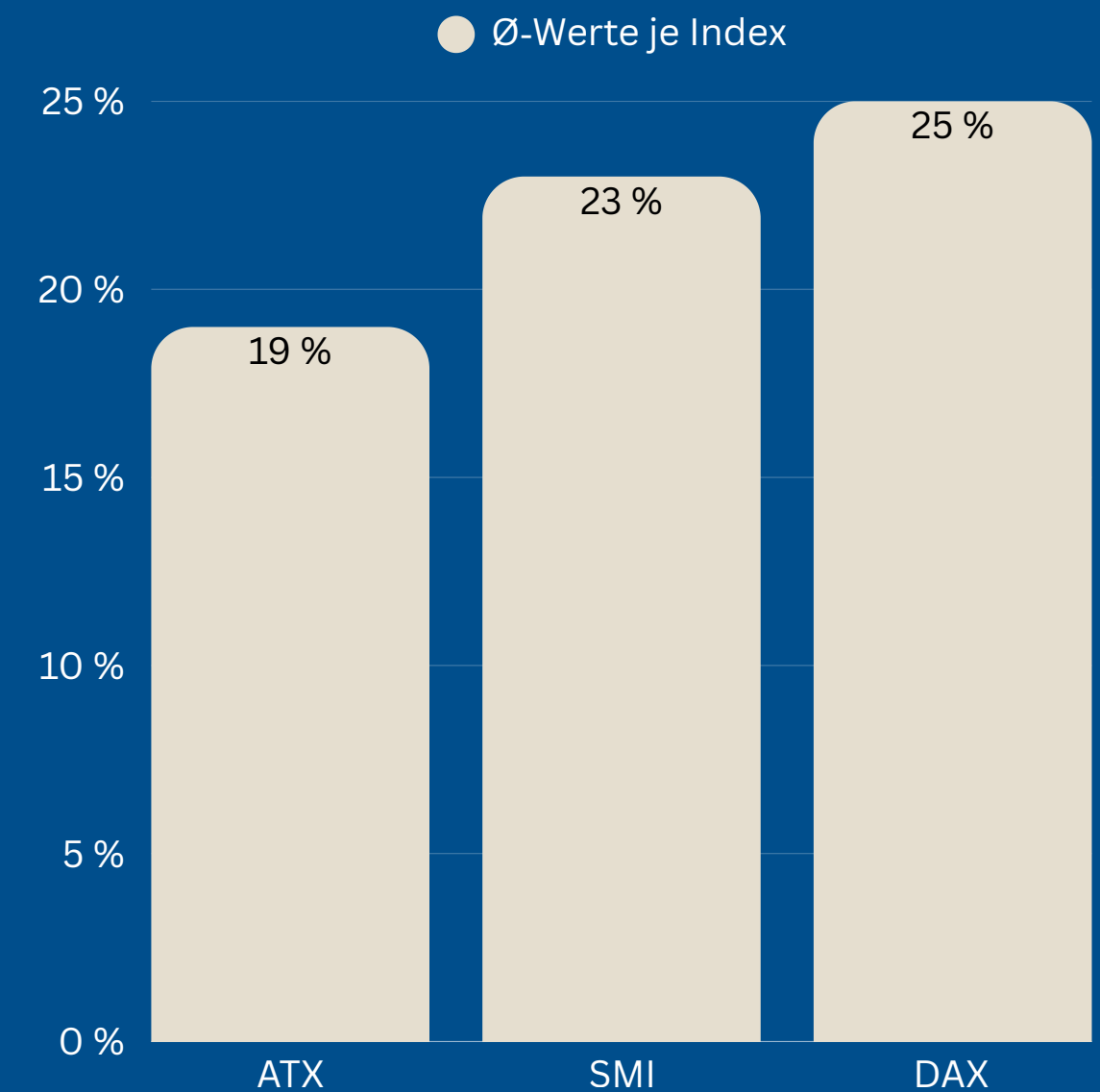
Status quo Retail Ownership



Höchster Retail-Anteil im DAX

Retail-Ownership im DACH-Raum ist strukturell relevant und nicht primär durch den Index bestimmt

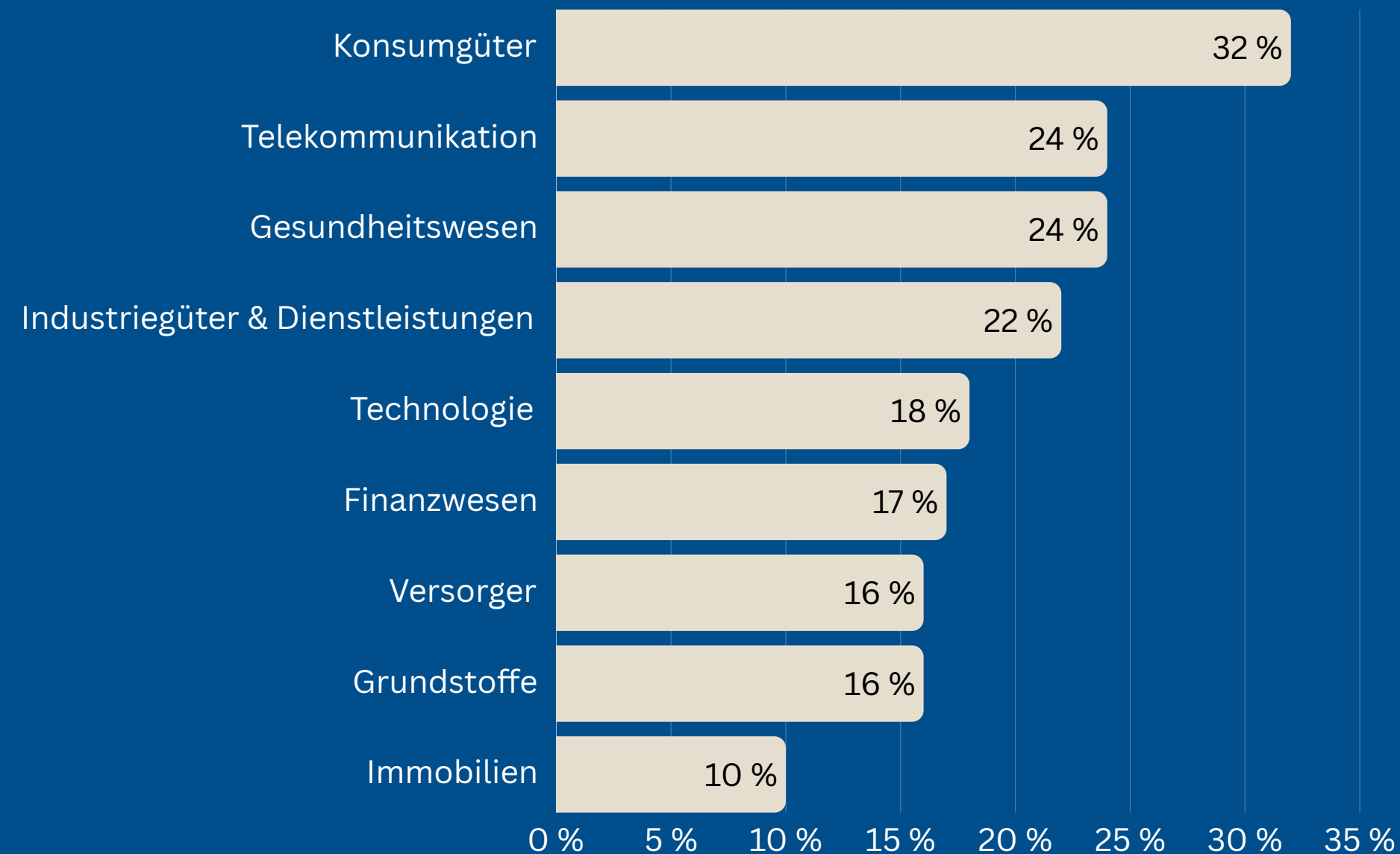
- 22 % durchschnittlicher Retail-Anteil (Median 20 %)
- DAX, ATX und SMI zeigen vergleichbare Retail-Anteile



Als Basis gilt eine Unternehmensanalyse von ATX, DAX, SMI

Retail-Anteile basieren auf öffentlich verfügbaren Angaben

Retail-Anteil variiert nach Branchen



Als Basis gilt eine Unternehmensanalyse von ATX, DAX, SMI

Retail Shareholder bleiben strukturell "unsichtbar" ...

- Namensaktien ermöglichen teilweise Einblick
- Inhaberaktien kaum transparent
- Unternehmen wissen oft, warum investiert wird – aber selten, wer konkret investiert

„Ein wichtiger Teil der Kommunikation mit Retail Shareholdern läuft bis heute via E-Mail, da diese Kontaktdaten Teil der Aktionärsstruktur sind.“



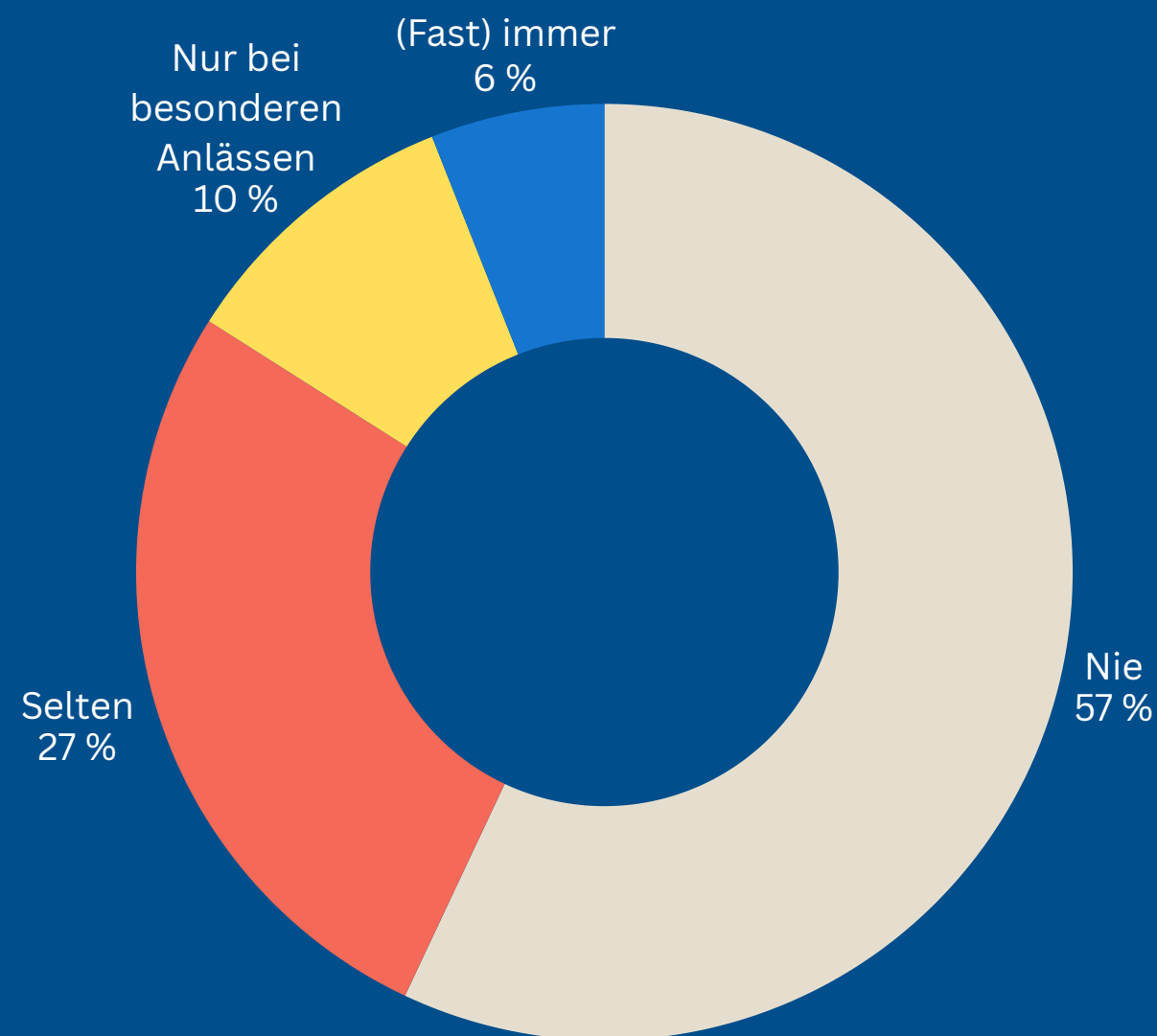
Investor
Relations
Managerin

Partizipation & Stimmrecht

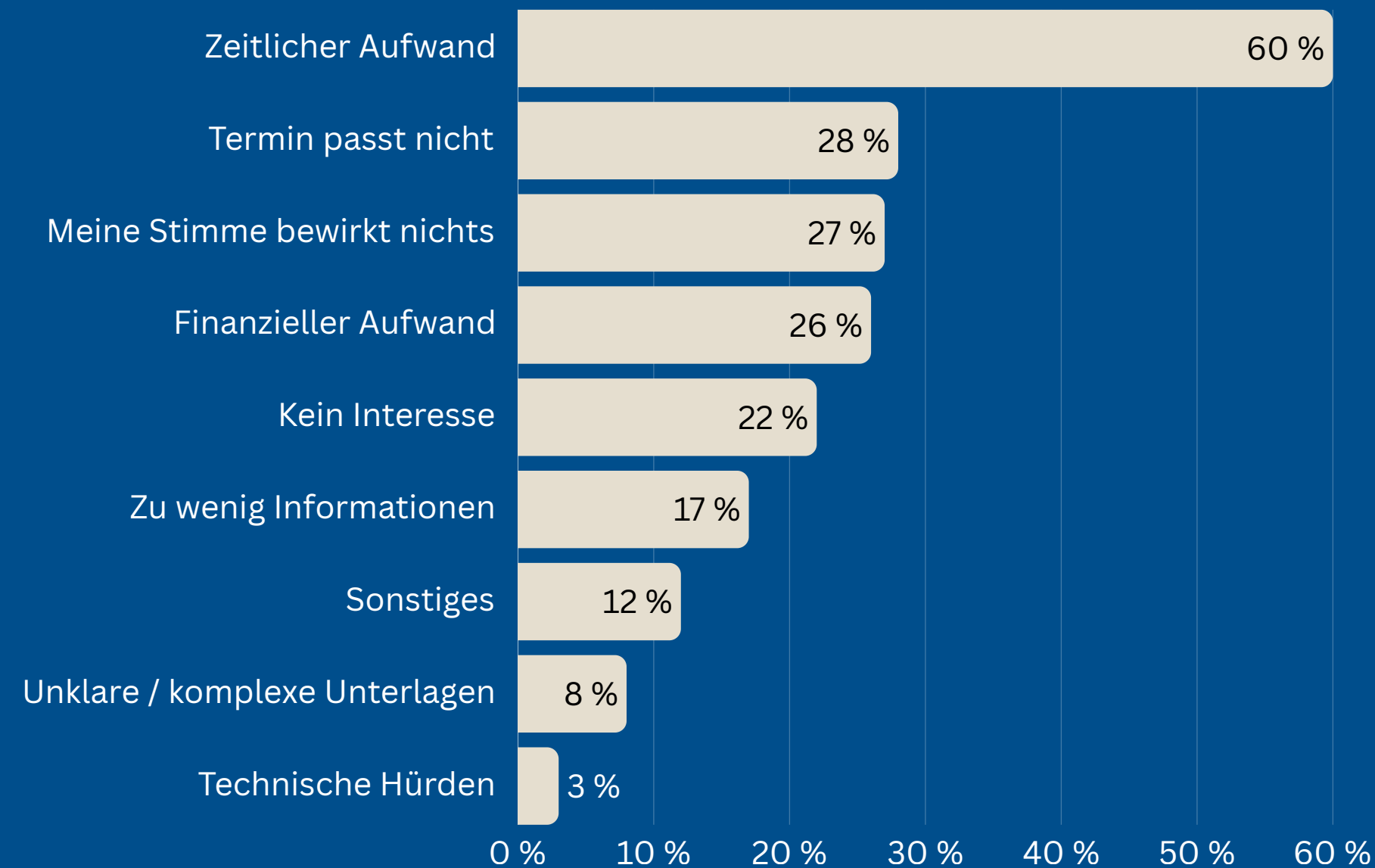


Teilnahme bei HV verhalten

Wie häufig nehmen Sie an Hauptversammlungen (HVs) von Unternehmen teil? (n = 181)

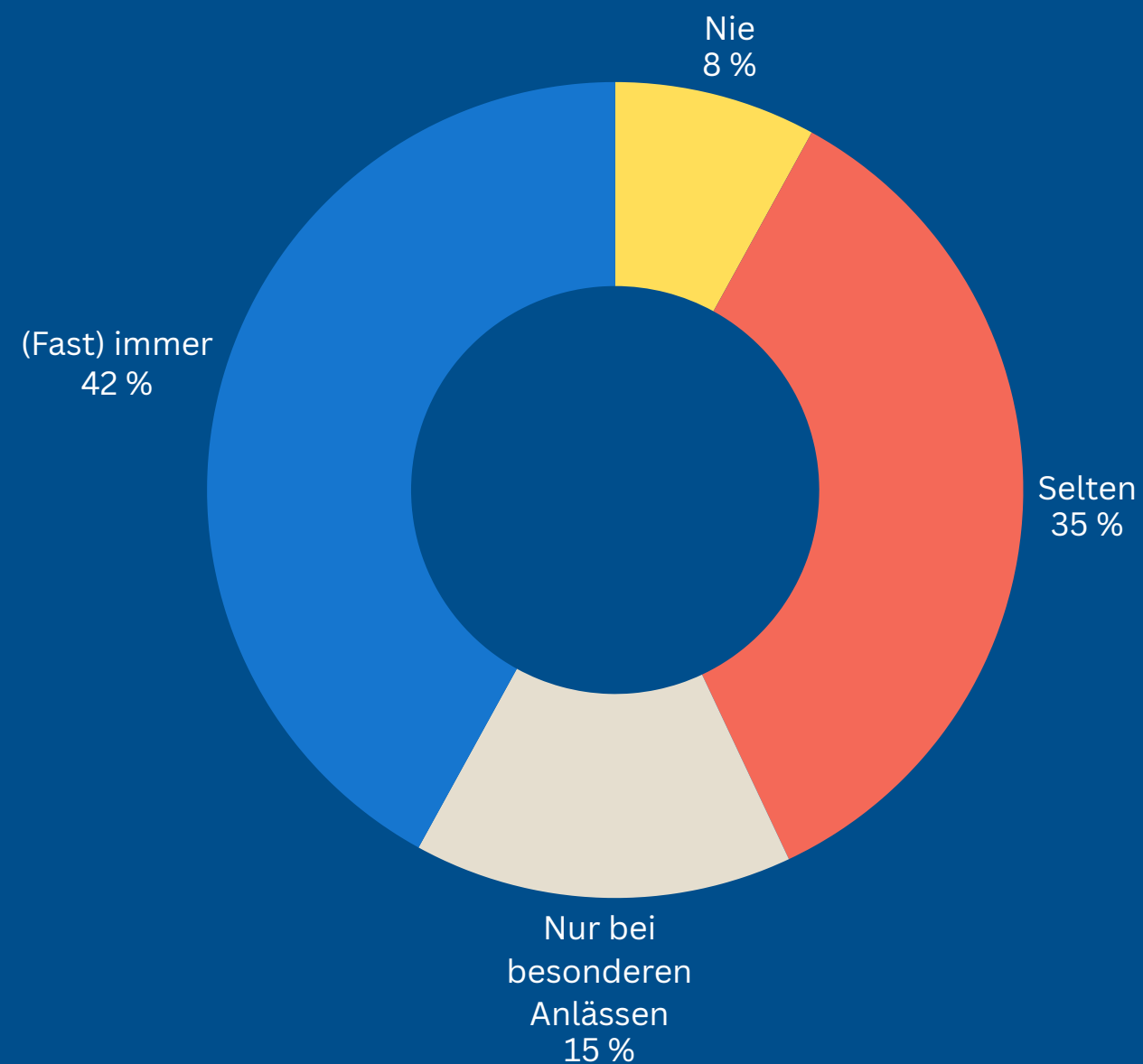


Was hindert Sie daran, häufiger an HVs teilzunehmen oder abzustimmen? (n = 145)

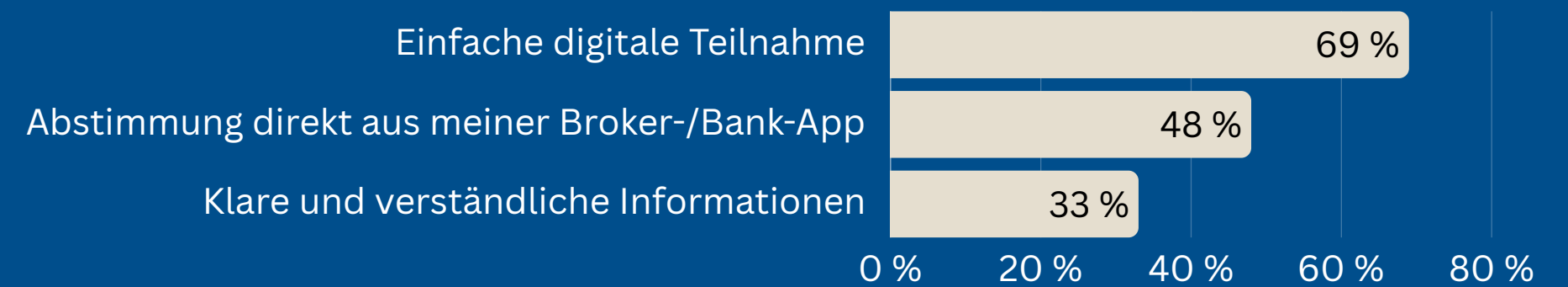


Engagement bei HVs

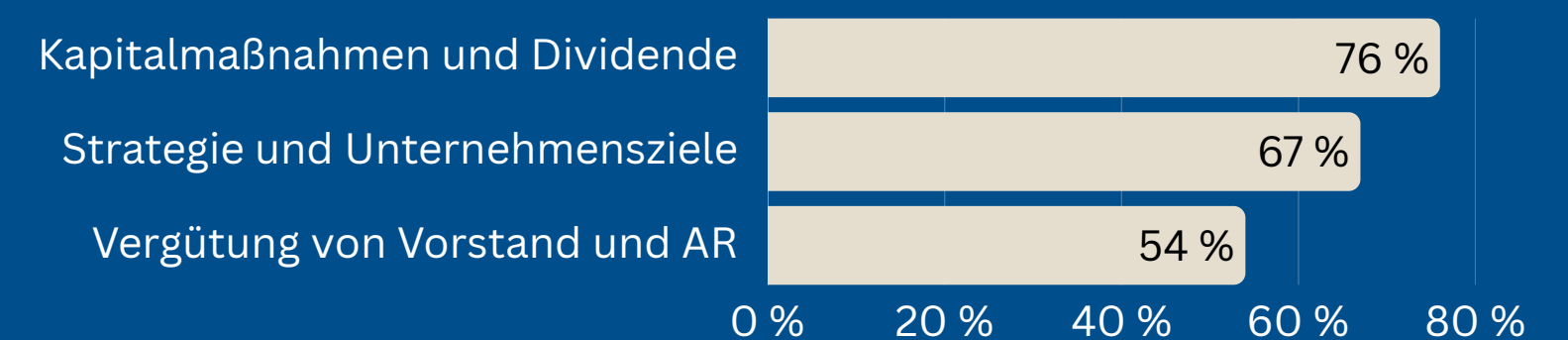
Wie häufig üben Sie Ihr
Stimmrecht bei HVs aus? (n = 80)



Was würde Sie motivieren, an HVs teilzunehmen oder
abzustimmen? (n = 141)



Über welche Themen stimmen Sie besonders gerne ab
oder können sich vorstellen, abzustimmen? (n = 169)

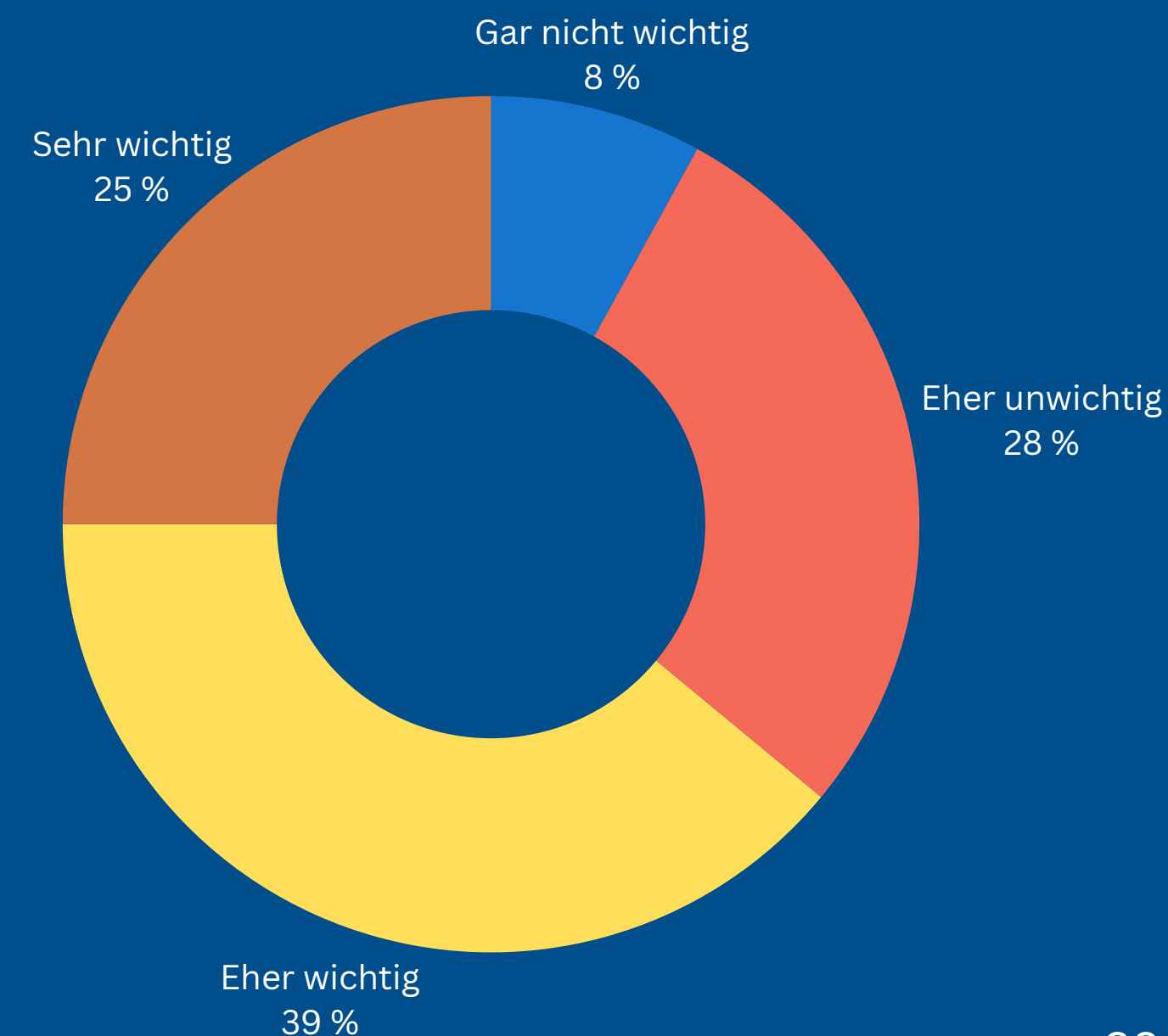


Digitalisierung als Aktivierungshebel?

Einfluss digitaler Möglichkeiten auf die Teilnahme an Aktionsaktivitäten (n = 169)

- 47 % berichten von erhöhter Teilnahme
- 37 % sehen keinen Effekt
- Digitale Zugänge senken nachweislich Barrieren

Wie wichtig sind für Sie digitale Partizipationsmöglichkeiten? (n = 173)



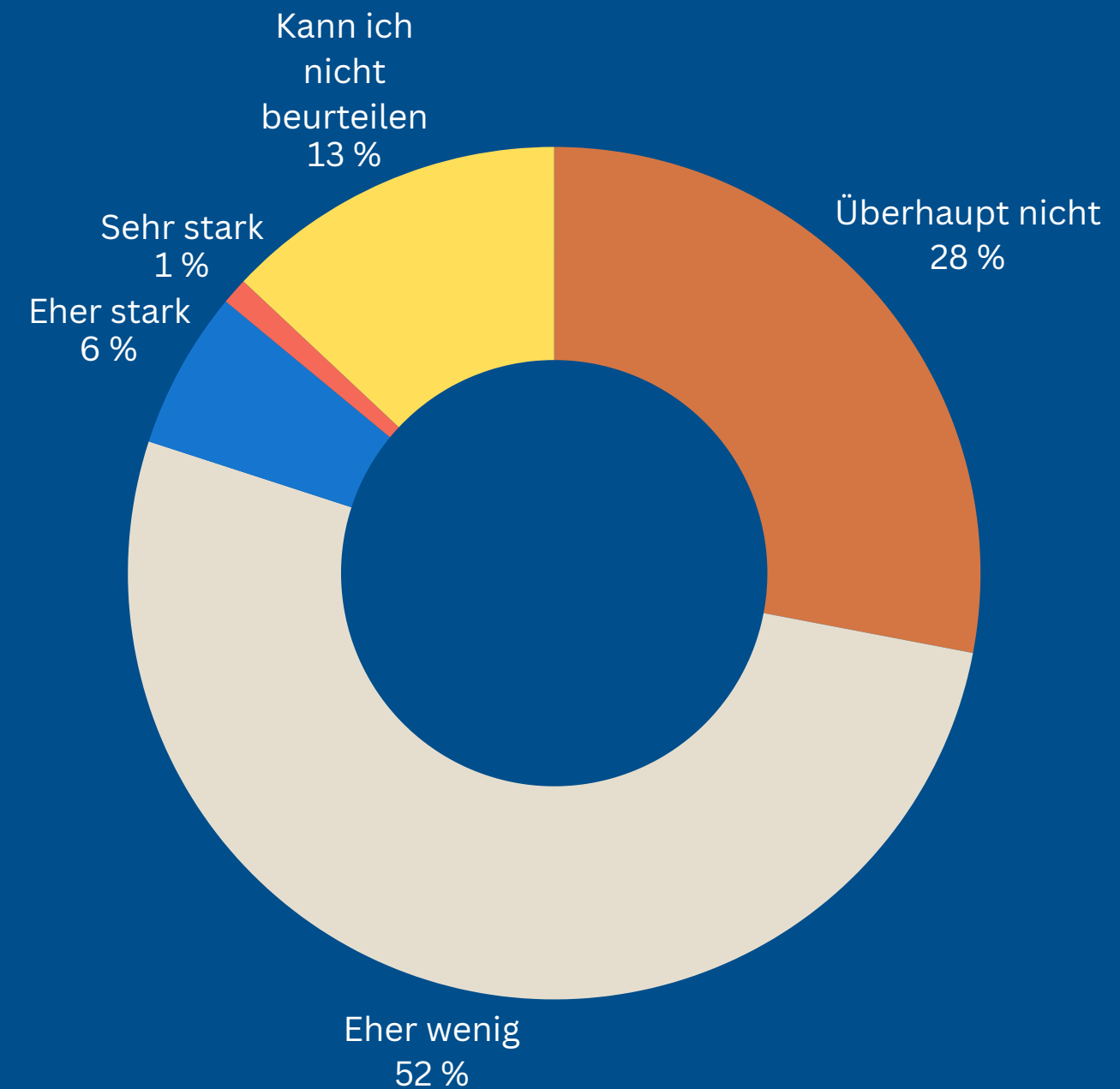
Wahrnehmung & **Kommunikation**



Wahrnehmung

- 80 % fühlen sich wenig oder gar nicht ernst genommen
- Nur 1 % fühlen sich stark angesprochen

Wie sehr haben Sie den Eindruck, dass Unternehmen Sie als Privatanleger:innen ernst nehmen und aktiv ansprechen (n = 174)



Kommunikation mit Retail Shareholdern

Knapp **22 %** der Unternehmen
haben eine:n
Retail-Manager:in



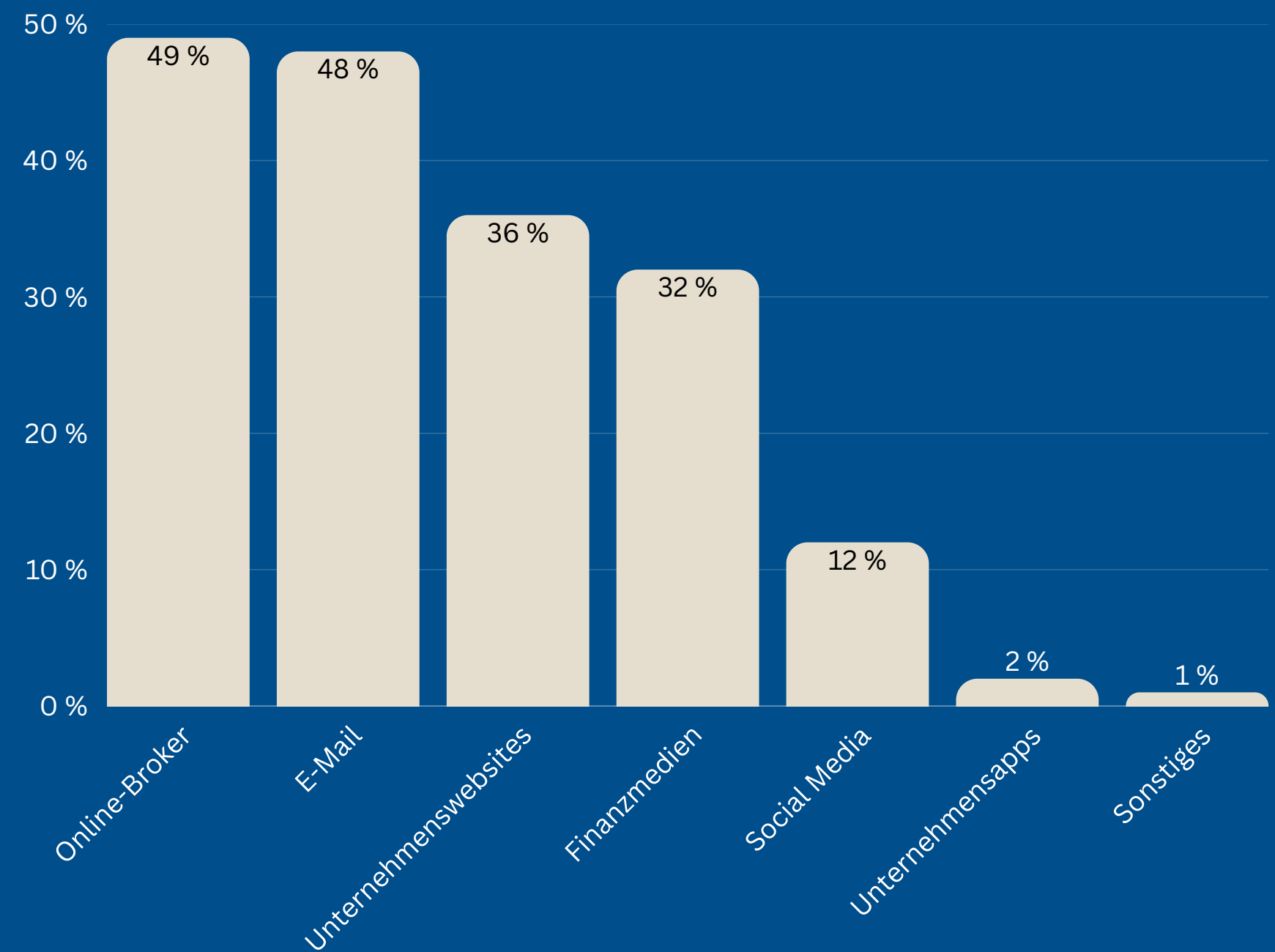
6 % der Unternehmen sprechen
Retail Shareholder explizit auf
der **Website** an

Nur **10 %** der Unternehmen haben eigenen
IR-Kanal auf Social Media
→ darunter LinkedIn, X, YouTube

Aktivierungs- & Kommunikationskanäle

ZENTRALE TOUCHPOINTS

- Broker (49 %)
- E-Mail (48 %)
- Website (36 %)



Nutzung durch Retail (n = 171)

Pain Points & Systemgrenzen



Systemgrenzen der Retail-Aktivierung

- **Begrenzte Transparenz** zu Retail Shareholdern
- **Abhängigkeit** von Banken und Intermediären
- Kaum **direkte Kontaktmöglichkeiten** für Emittenten
- Begrenzte personelle und zeitliche **Kapazitäten**



Pain Points der Retail-Aktivierung

- IR-Informationen häufig **nicht Retail-gerecht** aufbereitet
- **Geringe Verständlichkeit** für nicht-professionelle Anleger:innen
- **Inhaltliche Einstiegshürden**
- Retail-Ansprache meist **kein priorisiertes IR-Thema**
- Fokus weiterhin **auf institutionelle Investor:innen**



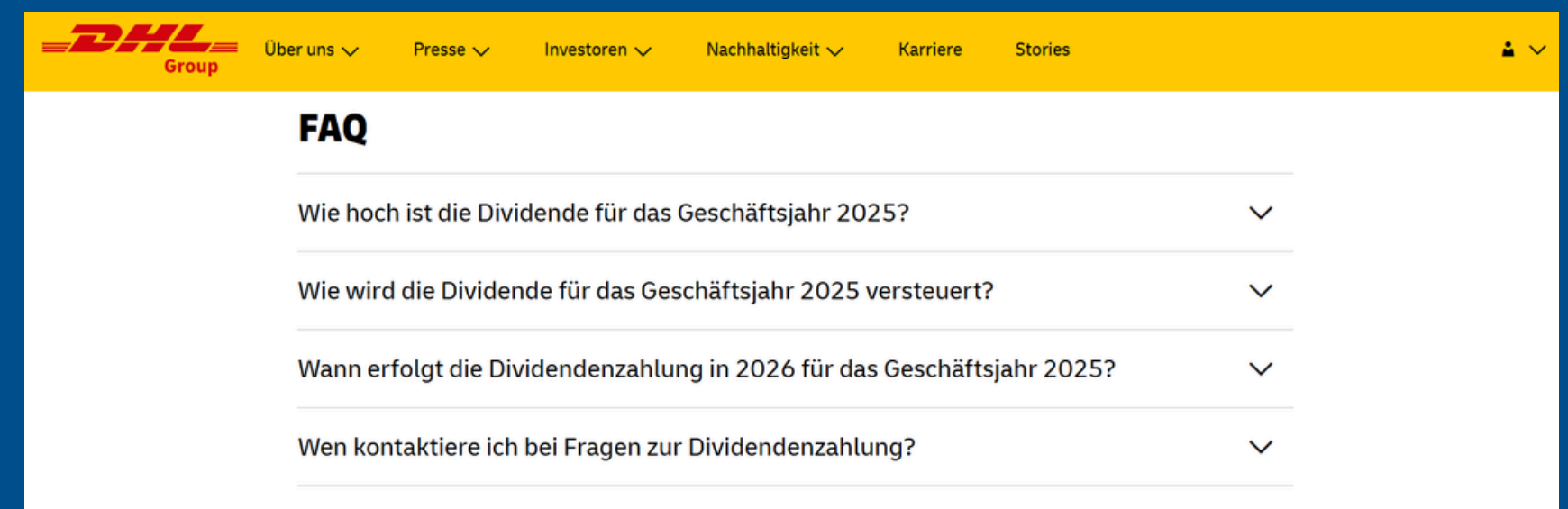
Best Practices



Best Practices & konkrete Formate

DIGITALE HV-TOOLBOX

- Erklärvideos zur Vorbereitung
- Klare Agenda
- Verständliche Q&A-Leitlinien
- On-Demand-Replay
- How-to-Vote-Seite
- Glossar zur Stimmrechtsausübung



Good Practices & konkrete Formate

ALWAYS-ON RETAIL KOMMUNIKATION

- FAQs in klarer Sprache
- Kurze 2-Minuten-Clips zu Strategie & Dividende
- Newsletter-Abo
- Terminkalender für Webcasts & Updates
- Regelmäßige Fragerunden

The screenshot displays the VIG investor relations website. At the top, there is a navigation bar with links for 'VIG INSIDE', 'INVESTOR RELATIONS', 'KARRIERE', and 'NACHHALTIGKEIT'. The main heading reads 'VIG hören, sehen und verstehen'. Below this, there is a section titled 'Unternehmensportait' featuring a video player with a red play button. The video thumbnail shows a computer monitor with the text 'WER IST DIE VIG' and a red heart icon. To the right of the video player is a smaller video thumbnail showing a man speaking. Below the video player, there is a section titled 'Wer ist die VIG?' with a short paragraph of text and a link to 'Erklärvideo Wer ist die VIG abspielen'. Below this, there is a section titled 'IR Research Assistant' which includes a search bar with the placeholder text 'Please type your question ...' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there is a checkbox with the text 'By sending my question I agree to the terms of use.' and a list of four frequently asked questions: 'Why should I invest in DHL Group?', 'How did TDI volumes develop in 2025?', 'What was the EBIT in FY 2025?', and 'How many employees does DHL Group have?'. The DHL Group logo is visible in the bottom right corner of the screenshot.

Good Practices & konkrete Formate

NIEDERSCHWELIGE FORMATE

- Privataktionärstag
- CEO/CFO-Q&A-Kurzformate
- IR-Video-Serie
- Offene LinkedIn-Q&As
- Podcast-Snippets



Investor Relations
Manager



„Ein Privataktionärstag ist ein lang ersehnter Wunsch von mir, weil er direkten Austausch und Zeit des Vorstands für die Aktionäre ermöglicht.“

Wie IR-Teams über die Zukunft von Retail denken...

- **HYBRIDE MODELLE ALS KÜNFTIGER STANDARD**
- **DIGITALE FORMATE FEST ETABLIEREN**

“ Digitale Formate sind gekommen, um zu bleiben – aber der persönliche Austausch wird dadurch nicht ersetzt.

“ Wir sehen keine Rückkehr zu rein physischen Formaten. Digitale Angebote sind heute ein selbstverständlicher Standard.

Erwartungen von Retail Shareholder

TEILAHME AN HAUPTVERSAMMLUNGEN

- 65 % bewerten digitale HV & Online-Voting als (sehr) wichtig
- 47 % berichten von erhöhter Teilnahme durch digitale Angebote

EINORDNUNG

- Digitale Angebote sind notwendig
- Kommunikation bleibt entscheidend
- Klarheit, Verständlichkeit und Zugänglichkeit weiterhin zentral



Man kann die besten digitalen Tools haben – ohne klare und verständliche Kommunikation bringen sie nichts.



Durch digitale Hauptversammlungen erreichen wir deutlich mehr Aktionär:innen als früher.

Panel Diskussion



Unsere Panelist:innen



Christiane Hölz
Bundesgeschäftsführerin
Deutsche Schutzvereinigung für
Wertpapierbesitz



Sylvia Machherndl
Investor Relations Managerin
Vienna Insurance Group



Florian Beckermann
Geschäftsführender Vorstand
Interessensverband für Anleger



Alexander Kirschall
Vice President Retail Investors
DHL Group



Vielen Dank an alle Projektunterstützer

Embera Partners

Circle of Investor Relations Austria (CIRA)

Deutscher Investor Relations Verband (DIRK)

Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz (DSW)

finanzenvorsteheren.at

Swiss IR Club

Interessensverband für Anleger (IVA)

Geldgeschichten (Podcast)

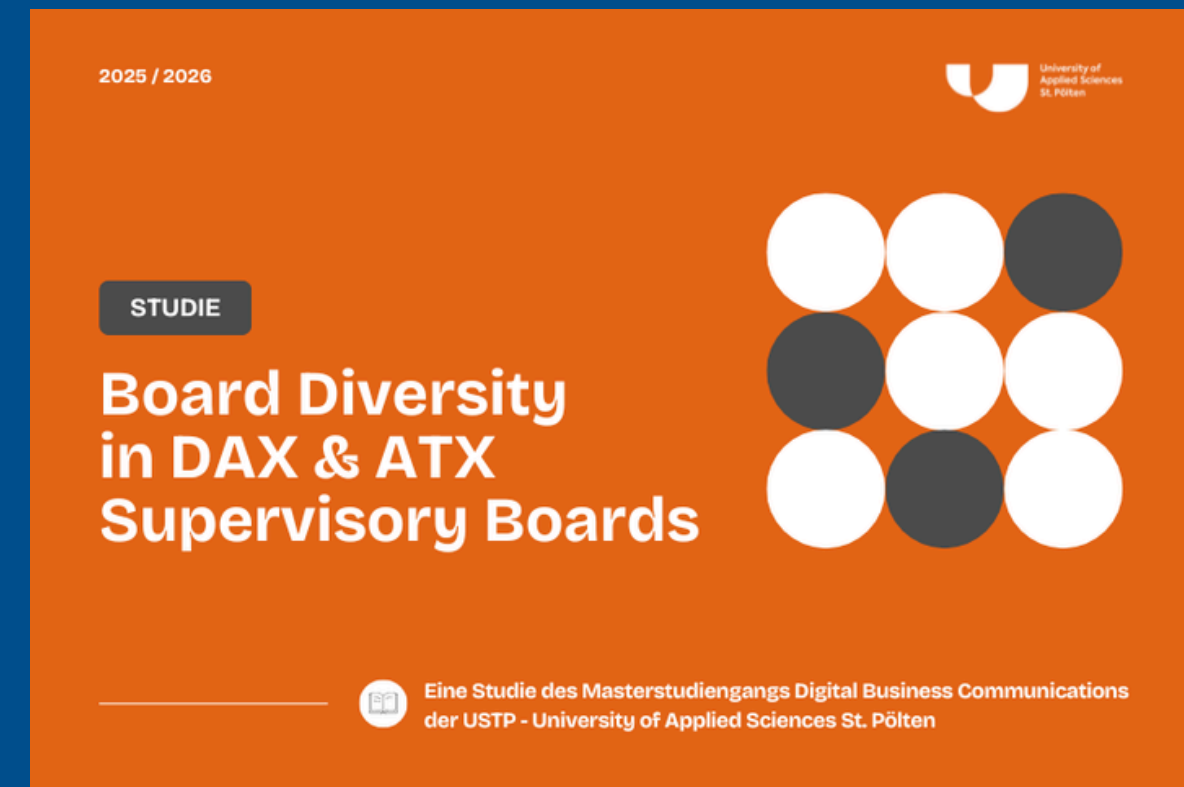
Vielen Dank an alle IR-Verantwortlichen und Retail-Shareholder,
die an unserer Studie teilgenommen haben.



Weitere Studien & Webinare



07. Mai
2026
10:00 Uhr



28. Mai
2026
10:00 Uhr