

A background image showing a group of business professionals in a meeting. One man in a suit is leaning over a table, looking at documents, while another man in a light blue shirt looks up at him. The scene is lit with warm, golden light from the top right.

CASE STUDY

# Zalando

Entwickeln einer

# IR-Strategie

---

---

Dr. Reuter Investor Relations



Die Entwicklung einer IR-Strategie stellt IR-Abteilungen vor Herausforderungen. Nicht immer ist genau abgegrenzt, welche Aufgaben die IR zu erfüllen hat, welches die Ziele der IR sind und wie die Ist-Situation von diesen Zielen abweicht.

Mit welchen IR-Instrumenten lassen sich die gesteckten IR-Ziele erreichen? In welchem Zeitraum und mit welchem Budget? Wie kann man das Erreichen von IR-Zielen messen? Mit diesen und ähnlichen Fragestellungen ist Zalando an Dr. Reuter Investor Relations herangetreten. Zalando – zum Zeitpunkt des Erstkontaktes noch im MDAX vertreten – wollte die Tätigkeiten seit dem Börsengang bewerten und Schwerpunkte für die kommenden Jahre festlegen und dies in einer IR Strategie (schriftlich) festhalten. Die Erfahrungen des IR-Teams von Zalando sollten mit in die IR-Strategie einfließen. Ein inhaltlicher Schwerpunkt lag u.a. auf der Shareholder Structure & dem Investor Targeting.

Die **Umsetzung des Projektes** begann mit Fragestellungen zum Aufgabenbereich und der Organisation der IR bei Zalando. Miteinbezogen wurden hier die derzeitigen Ansätze, Ziele, Messsysteme und KPIs. Dem schloss sich die Ausarbeitung der gewünschten Situation der IR in ein bis drei Jahren an. Ein zentraler Punkt war das Identifizieren von Defiziten. Daraus wiederum resultierte die Definition der erforderlichen Analyseschritte.

Es folgte eine umfangreiche Analyse der Ist-Situation von Zalando im Vergleich zu den (M)DAX-Unternehmen – mit folgenden Fragestellungen: Wie viele Konferenzen, Roadshows & Kapitalmarkttag hatte Zalando im Vergleich zu (M)DAX-Unternehmen abgehalten? Wie ist das Investor Targeting organisiert? Wer (CEO, CFO, IRO) nimmt bei Zalando daran teil und in welcher Häufigkeit? In welchen Ländern haben bislang Roadshows stattgefunden? Die dabei ermittelten Daten wurden mit der derzeitigen Praxis von (M)DAX-Unternehmen verglichen und daraus Ziele abgeleitet.

Des Weiteren verglichen wir die Investorenbasis von Zalando mit der von (M)DAX-Mitgliedern. Wie viele ESG-Fonds oder auch anderen Fondstypen wie Regionen- oder Wachstums- / Value-Fonds sind in (M)DAX-Unternehmen investiert und wie viele in Zalando? Eine entsprechende Wunsch-Ziel-Agenda wurde anschließend definiert.





Eine zentrale Rolle bei der Untersuchung spielte die Finanzmarkt-Kommunikation. Die vergangenen Perception Studies von Zalando wurden analysiert und daraus Optimierungsmaßnahmen – beispielsweise für das Management von Zukunftsaussagen – abgeleitet. Im Rahmen der Nachhaltigkeits-Kommunikation bewerteten wir alle verfügbaren Ratings. Die IR-Webseite von Zalando stellten wir denen von (M)DAX-Unternehmen gegenüber, ebenso die Social Media Aktivitäten. Es schlossen sich Analysen zu den IR-Krisenplänen, Corporate Disclosure Policy, Automation und Business Monitoring an.

Nach dieser sehr umfangreichen Analysephase wurden aus den offengelegten Diskrepanzen die künftigen IR-Ziele abgeleitet: Ein besonderer Schwerpunkt der ausgearbeiteten IR-Maßnahmen für die kommenden Jahre ist das Thema Investor Targeting – mit einem Schwerpunkt auf die USA sowie ESG. Im Zentrum der IR-Ziele stehen des Weiteren die Möglichkeiten IR Arbeiten weiter zu digitalisieren und zu messen.



**Und das meint Herr Kofler, Head of IR zur Entwicklung der IR-Strategie**



**Patrick Kofler**  
**Head of IR**  
**Zalando SE**

*„Am Anfang wusste ich nicht, wie dieses Dokument am Ende aussehen wird. Da war Ihre Herangehensweise sehr hilfreich. Die angedachte Struktur hat uns zu Beginn sehr geholfen und auch Ihre Denkansätze waren für die Entwicklung der IR-Strategie ausgesprochen hilfreich.“*

*„Sehr erfrischend fand ich, dass der Ansatz sich von bisherigen IR-weit bekannten Ansätzen unterscheidet. Gefallen haben uns auch Ihre über den Tellerrand hinausgehenden Analysen z.B. auf Fondsebene.“*