

VERANSTALTUNGEN



Start der Small Cap Initiative: 1st SCF_ Forum und Symposium

Ein Symposium eröffnete die neu gestartete Small-Cap-Initiative der DVFA, die Investments in dieser „Anlageklasse“ zu mehr Aufmerksamkeit verhelfen soll. „Die so genannten ‚Small Caps‘ sind ein vernachlässigtes Marktsegment. Eine oftmals hohe Spezialisierung kleinerer Aktiengesellschaften mit einer Marktkapitalisierung von weniger als 100 Mio. Euro bietet aber auch Chancen.“ Ralf Frank, Geschäftsführer der DVFA GmbH, zeigte sich von der Bedeutung mittelständischer Unternehmen überzeugt.

Ralf Frank führte in das Thema ein. Petra Oetken referierte über „Small Caps in Deutschland – Annäherung an einen Untersuchungsgegenstand.“ Das Interesse beim Publikum und den Pressevertretern war entsprechend groß, weil Petra Oetken zu dem Thema mit ihren Ausführungen eine wissenschaftliche Pionierarbeit erbracht hat.

An den Vortrag schlossen zwei Paneldiskussionen an:

Paneldiskussion I - Buy-side

Sind Small Caps lohnende Investments? Perspektiven vor, in und nach der Finanzkrise. (Panellisten: Ralph Bieneck (Shareholder Value Beteiligungen AG), Prof. Max Otte (FH Worms und Value Investor), Jochen Mathée (Fortis Investments)).

Paneldiskussion II - Sell-side

Coverage - gottgegeben oder steuerbar? Was tun, wenn die Coverage durch Sell-side-Analysten für eine institutionelle Reichweite nicht (mehr) ausreicht? (Panellisten: Peter-Thilo Hasler (Viscardi AG), Roger Peeters (CBS Research AG), Michael Vara (Vara Research GmbH))



Ralf Frank moderierte beide Diskussionsrunden. Der erste Teil der Paneldiskussion entzündete sich unter anderem an der Frage, wie Small Caps zu einer effektiveren Finanzkommunikation gebracht werden können, - bemängelt wurden veraltete Zahlen bei der Berichterstattung oder auch der ernsthafte Wille,

legitime Bedürfnisse von Kapitalmarktteilnehmern zu sondieren. Das zweite Podium beleuchtete Sell-Side-Fragen. Ist Kauf-Research ehrenrührig oder ein legi-

VERANSTALTUNGEN

times Instrument, um Coverage herzustellen? Wie kommt es, dass 90% gekaufter Studien zur Marktbewertung „strong-buy“ gelangen? Roger Peeters von der CBS Research GmbH brachte es auf den Punkt: „Caritas bietet kein Research an.“ Michael Vara kritisierte, dass Auftrags-Research oftmals „als kurzfristiges Werbemittel“ gesehen wird.

Am 2. Veranstaltungstag veröffentlichten die teilnehmenden aktiennotierten Häuser aktuelle Unternehmenszahlen und -prognosen und gaben einen ersten Ausblick auf das Geschäftsjahr 2009 auf Basis der Zahlen des ersten Quartals. Die Veranstaltung richtete sich gezielt an Investoren und Finanzanalysten (Buy- und Sell-Side). Unternehmenspräsentationen und die Möglichkeit, Vorstände in Einzelgesprächen treffen zu können, waren an allen drei Tagen möglich.