

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Prof. Dr. Ansgar Zerfuß.....	V
Geleitwort des DIRK.....	IX
Vorwort.....	XI
Inhaltsverzeichnis .....	XIII
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Abbildungsverzeichnis .....	XXIII
Tabellenverzeichnis .....	XXV

<b>1</b>	<b>Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1	Investor Relations als Managementpraktik und Berufsfeld? .....	1
1.2	Zielsetzung und Relevanz des Forschungsprojekts.....	5
1.3	Gang der Untersuchung.....	9

<b>2</b>	<b>Die Institutionalisierung der Investor Relations:</b>	
	<b>Theoretisch-konzeptionelle Betrachtung.....</b>	<b>13</b>
2.1	Investor Relations als interdisziplinäres Forschungsfeld.....	15
2.1.1	Investor Relations in der PR- und Organisationskommunikationsforschung.....	19
2.1.2	Investor Relations aus finanzwirtschaftlicher Perspektive.....	38
2.1.3	Investor Relations aus marketingtheoretischer Perspektive.....	60
2.1.4	Der Status quo im interdisziplinären Forschungsfeld .....	68
2.2	Die neoinstitutionalistische Organisationstheorie als theoretischer Rahmen.....	70
2.2.1	Wissenschaftstheoretische Verortung und zentrale Konzepte .....	71
2.2.2	Der Prozess der Institutionalisierung.....	83
2.2.3	Investor Relations aus institutionalisierungstheoretischer Perspektive .....	98
2.2.4	Entwicklung eines Bezugsrahmens der Institutionalisierung von Investor Relations.....	113

<b>3</b>	<b>Investor Relations in Deutschland:</b>	
	<b>Deskription und Analyse des bisherigen Forschungsstands .....</b>	<b>119</b>
3.1	Der Kapitalmarkt als organisationales Feld der Investor Relations .....	120
3.1.1	Die Entwicklung des Kapitalmarkts: Von der „Deutschland AG“ zum Finanzplatz Deutschland .....	123
3.1.2	Die Entwicklung der Kapitalmarktgesetzgebung in Deutschland .....	148
3.2	Das Berufsfeld Investor Relations in Deutschland.....	154
3.2.1	Entstehung und frühe Entwicklung.....	154
3.2.2	Die Rolle des Berufsverbands im Institutionalisierungsprozess der Investor Relations.....	171
3.2.3	Erhebungen zu Investor Relations in Deutschland.....	184
3.2.4	Investor Relations als Managementpraktik und als Funktion im Unternehmen .....	187
3.3	Zusammenfassung des Forschungsstands zur Institutionalisierung der Investor Relations in Deutschland.....	194

<b>4</b>	<b>Die Institutionalisierung der Investor Relations in Deutschland:</b>	
	<b>Empirisch-analytische Betrachtung .....</b>	<b>201</b>
4.1	Beschreibung des empirisch-analytischen Vorgehens .....	202
4.1.1	Forschungsfragen und Untersuchungsdesign .....	202
4.1.2	Qualitative Experteninterviews als Erhebungsmethode .....	206
4.1.3	Sampling .....	208
4.1.4	Selbstreflexion und Qualitätssicherung .....	217
4.1.5	Fragebogenerstellung.....	218
4.1.6	Durchführung .....	220
4.1.7	Datenaufbereitung.....	221
4.2	Qualitativ-inhaltsanalytische Auswertung der Interviews .....	223
4.2.1	Ablauf der qualitativen Inhaltsanalyse .....	224
4.2.2	Kategorienbildung und Codierung.....	226
4.3	Qualitativ-typenbildende Auswertung der Interviews .....	233
<b>5</b>	<b>Die Institutionalisierung der Investor Relations in Deutschland:</b>	
	<b>Ergebnisdarstellung und -interpretation .....</b>	<b>236</b>
5.1	Typologie der Investor Relations in Deutschland .....	237
5.1.1	Systematik der Investor-Relations-Typen.....	238
5.1.2	Investor Relations als Informationspflicht.....	244
5.1.3	Investor Relations als Kommunikationsfunktion .....	251
5.1.4	Investor Relations als Marketingfunktion.....	265
5.1.5	Investor Relations als Finanzfunktion .....	276
5.1.6	Investor Relations als integrierte Funktion und Kapitalmarktorientierung .....	289
5.1.7	Typenübergreifende Ausprägungen von Investor Relations.....	304
5.2	Der Prozess der Institutionalisierung der Investor Relations in Deutschland ...	310
5.2.1	Systematik der Phaseneinteilung .....	310
5.2.2	Phase von 1950 bis 1985: „Vorläufer“ .....	312
5.2.3	Phase von 1985 bis 1990: „Innovatoren“ .....	317
5.2.4	Phase von 1991 bis 1995: „Habitualisierung“ .....	327
5.2.5	Phase von 1996 bis 2000: „Neuer Markt“ .....	332
5.2.6	Phase von 2001 bis 2007: „Professionalisierung“ .....	337
5.2.7	Phase ab 2008: „Ausdifferenzierung“ .....	341
5.3	Einflussfaktoren und Akteure bei der Institutionalisierung der Investor Relations .....	347
5.3.1	Gesamtgesellschaftliche Einflussfaktoren (Makroebene).....	349
5.3.2	Kapitalmarktbezogene Einflussfaktoren (Mesoebene) .....	352
5.3.3	Unternehmensspezifische Einflussfaktoren (Mikroebene).....	379

---

<b>6</b>	<b>Investor Relations als Managementpraktik und Berufsfeld:</b>	
	<b>Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>395</b>
6.1	Zusammenfassung des Forschungsprojekts und zentrale Ergebnisse.....	395
6.2	Typentableau und Bezugsrahmen als Analyseinstrumente .....	404
6.2.1	Der Nutzen der Typologie .....	404
6.2.2	Bezugsrahmen als Analysemodell und Instrument der Szenarienentwicklung .....	408
6.3	Ausblick und Desiderate.....	410
	Literatur- und Quellenverzeichnis .....	413

Investor Relations in Deutschland  
Institutionalisierung - Professionalisierung -  
Kapitalmarktentwicklung - Perspektiven  
Köhler, K.  
2015, XXVI, 450 S. 33 Abb., Hardcover  
ISBN: 978-3-658-09244-3