

Studie

Zürich, Juli 2020

## Guidance in Zeiten von Covid-19: Vorgehensweisen in einem unsicheren Marktumfeld

IRF Reputation AG  
Rämistrasse 4  
Postfach  
CH-8024 Zürich

Rue du Commerce 4  
CH-1204 Genève

+41 43 244 81 44  
info@irf-reputation.ch  
www.irf-reputation.ch

Stefan Mathys  
Martin Meier-Pfister  
Jürg Stähelin

GOLD AFFILIATE  
FTI Consulting

Die Covid-19-Pandemie und die damit einhergehende wirtschaftliche Unsicherheit hat die Guidance in den meisten Branchen schwieriger gemacht, als sie es ohnehin ist. Die Unternehmen haben ganz unterschiedlich reagiert und es ist ein Beleg für den defensiven Charakter des schweizerischen Aktienmarktes, dass zahlreiche Unternehmen daran festgehalten haben, finanzielle Ziele zu kommunizieren. Eine [Studie der Finanz und Wirtschaft](#) hat dies jüngst sauber aufgearbeitet.

IRF hat die Berichterstattung der Unternehmen im SMI Expanded während der Covid-19-Pandemie untersucht und auf der Basis sieben Vorgehensweisen identifiziert, wie Guidance während eines unsicheren Marktumfeldes betrieben werden kann.

1. **“Better to be roughly right than precisely wrong.”** Die Auswirkungen und das Ende der Covid-19-Pandemie sind in den meisten Branchen schwierig abzuschätzen. Ein angemessen breites Zielband zusammen mit qualitativen Angaben sind einer präzisen quantitativen Guidance grundsätzlich vorzuziehen. Sofern Einschätzungen bezüglich der zukünftigen Entwicklung derart vage sind, dass sie dem Markt keinen Mehrwert bieten, sollte auf eine Guidance verzichtet werden.  
Die **Adecco Group** setzte in ihrem Reporting zum ersten Quartal auf qualitative Angaben ([Link](#)).
2. **Kurzfristige Guidance.** Anstatt einer Jahres- oder Mittelfrist-Guidance greifen einige Unternehmen auf eine Guidance pro Quartal zurück. Dies erlaubt kurzfristigere, situationsgerechte Anpassungen.  
Im Gegensatz zum Vorjahr fokussierte **Clariant** in ihrem Ausblick vordergründig das zweite Quartal ([Link](#)).
3. **Nutzung verschiedener Kommunikationsformate.** Nachdem die Auswirkungen von Covid-19 zur Zeit der Jahresberichte kaum absehbar war, passten in den

darauffolgenden Quartals- und Halbjahresberichten einige Unternehmen ihre Guidance an. Manche griffen dafür auf separate Medienmitteilungen spezifisch zu Covid-19 zurück, teils mit monatlichen Aktualisierungen. Spezialsituationen rechtfertigen das Kreieren neuer Formate, welche bei der Rückkehr zum Normalbetrieb und einer verbindlichen Guidance schmerzfrei wieder aufgegeben werden können.

Beispielhaft veröffentlichte **dormakaba** eine gesonderte Medienmitteilung ([Link](#)).

4. **Guidance für einzelne Geschäfts- oder Produktbereiche.** Einschätzungen bezüglich der Entwicklung einzelner Bereiche fallen unter Umständen leichter als eine für das Gesamtgeschäft, besonders im Falle einer heterogenen Zusammensetzung von Geschäftsfeldern. Die zukünftigen Auswirkungen von Covid-19 lassen sich besser bezüglich ähnlicher Lieferketten, Nachfrageverhalten und Konkurrenzsituationen abschätzen.

So wurde der Ausblick von **ABB** für einzelne Produktbereiche spezifiziert ([Link](#)).

5. **Abhängigkeit der geografischen Verankerung.** Die Auswirkungen von Covid-19 sind von Land zu Land sehr verschieden. Eine Möglichkeit zur Abhilfe ist die Schätzung des prozentualen Anteils stark betroffener Regionen am weltweiten Geschäft, woraus wiederum ein Worst-Case-Szenario abgeleitet werden kann.

**Geberit** stellte im regionalen Ausblick den Bezug zur Covid-19-Pandemie her ([Link](#)).

6. **Angaben zu Reserven bzw. der zukünftigen Finanzierung.** Wenn sich die Angabe einer Guidance hinsichtlich gewohnter Indikatoren wie Umsatz oder Gewinn als schwierig herausstellte, haben gewisse Unternehmen einen konkreten Ausblick bezüglich der Reserven oder Finanzierung kommuniziert, um Sicherheit zu vermitteln.

Zu ihrer zukünftigen Finanzierung äusserte sich beispielsweise **Bucher** ([Link](#)).

7. **Abschätzung der Entwicklung der Nachfrage.** Die Covid-19-Pandemie hat gezeigt, dass die Nachfrage sich in gewissen Branchen strukturell stärker verändert als in anderen. Eine Guidance zur Entwicklung der Nachfrage geht über das pflichtgemässe Reporting hinaus und bietet deshalb einen umso höheren Informationsgehalt.

**PSP Swiss Property** thematisierte exemplarisch die Nachfrage in ihrem Ausblick ([Link](#)).

## Über IRF

IRF hat sich in den letzten Jahren als eines der führenden Schweizer Beratungsunternehmen für Wirtschaftsthemen etabliert. IRF zählt rund 30 schweizerische und internationale Unternehmen zu ihren festen Kunden. Zudem hat sich IRF in der Krisenkommunikation und bei der Begleitung von Kapitalmarkttransaktionen einen Namen gemacht und kürzlich eine Niederlassung in Genf eröffnet.

Weitere Informationen finden Sie unter [www.irf-reputation.ch](http://www.irf-reputation.ch)

## Kontakt

Martin Meier-Pfister, Partner, [meier-pfister@irf-reputation.ch](mailto:meier-pfister@irf-reputation.ch)

Jeannine Mülbrecht, Beraterin, [muelbrecht@irf-reputation.ch](mailto:muelbrecht@irf-reputation.ch)

+41 43 244 81 44