

Information till aktieägare skapar likviditet

Stockholm (Investerarbrivet.se)- Ingmar Rentzhog, vd på Laika Consulting, anser att många fondaktörer och börsbolag lägger för stor vikt vid att hitta nya investerare eller aktieägare istället för att ta hand om de man redan har.

Efter nio år inom finansiell kommunikation menar Ingmar Rentzhog att många aktör-er har mycket att tjäna på att satsa mer på sina investerarrelationer. Just nu genomför han i det egna kommunikationsbolaget Laika Consulting en granskning kring hur noterade bolag arbetar med sin ägarkommunikation.

Rebecca Goldberg, studerande vid Företagsekonomiska Institutet (FEI), har för bolagets räkning djupintervjuat ett sjuttiototal verkställande direktörer för börsbolag representerade på First North, Nordic Growth Market och AktieTorget. Tanken är att på sikt intervjuar samtliga bolag på dessa handelsplatser kring sina kommunikationsaktiviteter.

God likviditet och aktiehandel

- Det som hittills framkommit är att de bolag som prioriterar sin IR-kommunikation, också har en god likviditet och aktiehandel. Generellt skulle många bolag kunna vinna på att bli bättre i sin kom-munikation med befintliga aktieägare. Det gäller särskilt vid kursnedgångar eftersom investerarna då verkligen behöver känna trygghet i att bolaget fortfarande utgör en bra investering. En investerare som känner sig sedd och uppskattad är lojal, konstaterar Rentzhog

Det var under sin tid som anställd på investmentbanken Carnegie som affärsidén till kommunikationsbyrån Laika Consulting föddes. Ingmar startade byrån 2004 tillsammans med fyra kollegor eftersom de tröttnat på den okunskap inom finans som många reklambyråer uppvisade.

- På andra sidan bordet upptäckte vi att det kostade både tid och pengar att ständigt behöva förklara målgrupp, produkt och tjänst. Vi tog därför saken i egna händer och startade en egen kommunikationsbyrå, specialiserad just på finans - den första kunden blev vår tidigare arbetsgivare, berättar Ingmar.

Det första steget var att anställa duktiga kreatörer och kommunikatörer, som dessutom hade en gedigen kunskap inom finansbranschen. Den andra utmaningen blev att övertyga finansbolagen att de kunde anlita samma rådgivare som sin konkurrent - utan att verksamhetshemligheter avslöjas. Men i och med att kommunikationsbyrån hade sina rötter i finansvärlden var det lättare att vinna sina forna kollegors förtroende.

Ledande i Sverige

Numera är Laika Consulting Sveriges ledande kommunikationsföretag inom finansbranschen. Bolaget hjälper över 200 finansbolag med kommunikation och marknadsföring. Medarbetarna består av ekonomer, analytiker, formgivare, IT-utvecklare, copywriters, översättare samt PR-konsulter. Tillsammans ser de till att kundernas marknadsföring är finansiellt korrekt och talar till rätt målgrupp. Nyligen har bolaget dessutom blivit nominerade till både Svenska Designpriset och Svenska Publishingpriset. En av framgångsfaktorerna är, enligt Rentzhog, att man inte haft någon direkt konkurrent.

Har utvecklat nya tjänster

Men nu tar sig alltså bolaget in på ett nytt område. Laika Consulting har tidigare endast

undantagsvis arbetat med bolag utanför finansområdet, men efter att ha uppmärksammat det massiva behovet av IR-kommunikation även inom andra branscher har man utvecklat fler tjänster. Ingmar berättar att traditionella IR-konsulter ofta är duktiga på att analysera och hantera finansiell information, men inte är fullt lika bra på att kommunicera med bolagets fysiska aktieägare.

- När det gäller investerarrelationer är skillnaden ganska liten mellan en aktiefond och ett noterat bolag. Vi har nu utvecklat nya tjänster för noterade bolag, oavsett bransch, som behöver hjälp med sin IR-kommunikation. Det kan exempelvis gälla nyemissioner, kapitalanskaffning eller, som jag tidigare nämnt, vård av befintliga aktieägare, avslutar Ingmar Rentzhog.