

Medienmitteilung

Zürich, 25. August 2026

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

Miriam Dippe-Nistor
Stefan Mathys
Martin Meier-Pfister
Oliver Seifried
Jürg Stähelin
Marina Winder

Affiliate Partner
FTI Consulting

Guidance grosser Schweizer Unternehmen: mehr Quantifizierung, mehr Segmentierung, mehr Kontext

- Mit nur einer Ausnahme publizierten alle grossen an der SIX kotierten Unternehmen (SMI Expanded) im Zuge der Kommunikation des Jahresresultats 2025 eine Guidance und setzten damit konkrete Erwartungen für Investorinnen und Investoren
- Die überwiegende Mehrheit nutzt quantitative Zielwerte
- Am weitesten verbreitet ist die Jahresguidance
- Umsatz und operatives Ergebnis haben sich unter den finanziellen Zielgrössen als Best-Practice etabliert, weitere wichtige Zielgrössen betrafen CAPEX und Dividende
- Der Trend hin zur Guidance für einzelne Segmente oder Geschäftsfelder hat sich beschleunigt, ebenso die Einbettung in den Marktkontext oder den Fokus auf Kosteneinsparungen
- Stärker in der Guidance berücksichtigt als in den Vorjahren wurden die Faktoren Währungen, geopolitische Entwicklung und US-Zölle
- Über ein Drittel der SMI Expanded-Unternehmen erwähnten künstliche Intelligenz als Wachstums- oder Margentreiber in der Guidance
- 77% der Unternehmen publizierten konkrete, quantitative Nachhaltigkeitsziele auf Stufe Scope 3

Obschon die Publikation einer Guidance freiwillig ist, hat sie sich in der Finanzkommunikation fest etabliert. Mit nur einer Ausnahme veröffentlichten die grössten kotierten Schweizer Unternehmen im Zuge der Kommunikation ihrer Jahresresultate 2025 im Frühjahr 2026 eine Guidance für 2026 und/oder darüber hinaus. Gängigste Form ist die Jahresprognose mit quantitativen Zielgrössen zu Umsatz und operativem Ergebnis. Dies zeigt die von IRF – einem führenden Beratungsunternehmen für strategische Kommunikation – zum elften Mal durchgeführte Studie.

Im Zuge der Jahresberichterstattung 2025 gaben praktisch alle der im SMI Expanded enthaltenen Schweizer Gesellschaften einen Ausblick auf das neue Geschäftsjahr und/oder

darüber hinaus ab*. Zur Kommunikation nutzten sie Medienmitteilungen, Analystenpräsentationen und Geschäftsberichte. Somit veröffentlichten die grössten Unternehmen bis auf eine Ausnahme freiwillig zukunftsgerichtete Zielgrössen und steuerten damit die Erwartungen von Investorinnen und Investoren zum künftigen Geschäftsverlauf. Dies geschah vermehrt in quantitativer Form: 91% der betrachteten Unternehmen (Vorjahr: 88%) publizierten konkrete quantitative Zielgrössen, während 81% (Vorjahr: 88%) qualitative Aussagen machten, entweder ergänzend zu den quantitativen Zielen (77%) oder als rein qualitative Guidance (drei Gesellschaften). 70% der Unternehmen widmeten dem Ausblick ein eigenes Kapitel oder Unterkapitel im Geschäftsbericht. Dieser Anteil war gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig.

Fokus bleibt auf der Jahresprognose

Die Prognose für die nächsten zwölf Monate respektive für das laufende Geschäftsjahr 2026 blieb auch in der diesjährigen Untersuchung Standard. 87% der Gesellschaften veröffentlichten eine solche Jahresprognose, was etwa dem Vorjahresniveau entspricht. Eine Mittelfristprognose respektive Zielwerte mit einem Zeithorizont von zwei bis drei Jahren publizierten 60% der untersuchten Unternehmen. Langfristprognosen über drei bis fünf Jahre erreichten einen Anteil von 21%. Damit blieben die Anteile im Vergleich zum Vorjahr stabil. Eine strukturelle Verschiebung hin zu längeren Prognosehorizonten ist nicht erkennbar. Vielmehr bleibt die Jahresguidance das zentrale Instrument der Kapitalmarktkommunikation.

Oliver Seifried, Partner von IRF, kommentiert: «Guidance ist bei den grössten kotierten Schweizer Gesellschaften zum festen Bestandteil der Finanzkommunikation geworden. Gerade in einem volatilen Marktumfeld erwarten Investorinnen und Investoren eine klare Einordnung der künftigen Geschäftsentwicklung. Dass die Unternehmen diesem Bedürfnis entsprechen, ist bemerkenswert. Sie setzen sich damit einem Reputationsrisiko aus, das in unsicheren Zeiten zunimmt. Best Practice ist dabei nicht nur eine quantitative Jahresprognose zu Umsatz und operativem Ergebnis, sondern auch eine nachvollziehbare Herleitung der Annahmen.»

Best-Practice bei den Zielgrössen

Die Zielgrössen Umsatz und operativer Gewinn haben sich mit klarem Abstand zu anderen Kennzahlen als Best-Practice der Guidance etabliert. Der Umsatz war bei 81% der untersuchten Gesellschaften als Zielgrösse in der Guidance enthalten, gefolgt vom operativen Gewinn mit 79%. Im Vorjahr lagen beide Werte nur wenig tiefer. Die Zielwerte wurden wiederum in Form von absoluten Angaben, als Veränderung, in Bandbreiten oder als Margen angegeben, qualitativ und/oder quantitativ. Bemerkenswert ist der starke Anstieg jener Firmen, die konkrete, quantifizierte Umsatzziele in Aussicht stellen und nicht lediglich eine qualitative Aussage zur erwarteten Umsatzentwicklung machen. Ihre Anzahl nahm um rund ein Viertel zu. Auch quantitative Zielwerte zum operativen Gewinn wurden deutlich häufiger publiziert. Der Anstieg betrug rund ein Drittel. Dies zeigt, dass viele Gesellschaften trotz anhaltender wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheiten auf den globalen Märkten wieder mehr Transparenz schaffen und Visibilität zulassen. Noch im Vorjahr war bei der Guidance eine deutliche Zurückhaltung bei den quantitativen und qualitativen Umsatzangaben zu beobachten. Stattdessen standen die Kostenstrukturen stärker im Fokus.

Weitere bedeutende Kennzahlen in der Guidance waren Investitionen (40%), Dividenden (ebenfalls 40%) und Cashflows (30%). Auffallend selten wurde, anders als im angelsächsischen Raum, erneut der Gewinn pro Aktie (EPS) verwendet. Der Anteil lag bei 21% und war leicht

rückläufig. Eigenkapital-Kennzahlen kamen lediglich auf 15%. Zusätzliche Kennzahlen umfassten etwa die Steuerrate sowie die Leverage Ratio (meist definiert als Nettoverschuldung im Verhältnis zu EBITDA).

Granularität: Zielsetzungen für die Geschäftsbereiche

Auch in der Studie 2026 gewann die Nennung von Zielwerten (z.B. Umsatz, operative Margen) für die einzelnen Segmente oder Geschäftsfelder an Bedeutung. Während im Vorjahr noch die Hälfte der Unternehmen einen Ausblick für ihre Geschäftsfelder oder Produktgruppen veröffentlichte, lag der Anteil dieses Jahr bei 64%. Damit hat er sich innerhalb von drei Jahren nahezu verdoppelt. Die Guidance nach Regionen blieb im gleichen Zeitraum dagegen bei rund 20% stabil. Auch Zielwerte für Kosteneinsparungen wurden deutlich häufiger genannt. Ihr Anteil stieg von 38% im Vorjahr auf 53%. Die zusätzlichen Nennungen betrafen allerdings vor allem qualitative Aussagen und weniger quantitative Zielgrössen. Weiter im Trend lag die qualitative Einordnung der Unternehmensguidance in den Marktkontext. Aussagen zur erwarteten Entwicklung des eigenen Unternehmens gegenüber dem Markt nahmen auf 26% zu, Angaben zur angestrebten Marktposition auf 19% (Vorjahr 15% respektive 10%).

Bei den unternehmensexternen Faktoren spielten Marktprognosen mit einem Anteil von 74% erneut eine zentrale Rolle. Weitere Prognosen machten die Firmen zu den Währungen (38%), Konjunktur (32%) und Geopolitik (38%). Auch ein Jahr nach ihrer Ankündigung erwähnen gewisse Unternehmen die US-Zölle explizit in vorausschauenden Annahmen (19%). Neu im Fokus stand zudem der Faktor KI. Über ein Drittel der Gesellschaften (36%) bezog künstliche Intelligenz als Wachstums- oder als Margentreiber in die Guidance ein.

Yasemin Diethelm: «Die Guidance wird detaillierter und stärker kontextualisiert. Neben Umsatz und operativem Ergebnis rücken Geschäftsfelder, Marktannahmen, Kosteneinsparungen und externe Faktoren wie Währungen, Geopolitik oder US-Zölle stärker in den Fokus. Neu setzen viele Unternehmen auf künstliche Intelligenz in ihrer Guidance, explizit als Wachstums- oder Margentreiber.»

Wenig Bewegung bei den nichtfinanziellen Zielgrössen

Bei den nichtfinanziellen Zielgrössen zeigte sich in diesem Jahr wenig Bewegung. Leicht rückläufig war erneut der Anteil der Firmen, die soziale Ziele veröffentlichen (91%). Weiterhin veröffentlichen alle untersuchten Firmen des SMI Expanded ökologische Zielgrössen wie etwa Emissionsziele (Scope 1 und 2). Zugenommen hat dagegen die Zahl der Gesellschaften, die konkrete Scope 3-Ziele als nichtfinanzielle Zielgrössen ausweisen, oft ergänzt durch Zwischenziele. Ihr Anteil stieg auf 77% (Vorjahr 71%). Die im Vergleich zur finanziellen Guidance höheren Werte widerspiegeln die verbindlichen Vorgaben zu den nichtfinanziellen Zielgrössen, wie sie für finanzielle Ziele in dieser Form nicht bestehen. In Tiefe und Breite bleibt die Handhabung weiterhin unterschiedlich.

Best Practice 2026 – konsistente Darstellung in allen Kommunikationsinstrumenten

Eine Best-Practice-Guidance umfasst heute nicht mehr nur eine einzelne Gewinnprognose, sondern kombiniert kurzfristige finanzielle Zielwerte mit strategischem Kontext, Annahmen und Segmentperspektive. Konkret bedeutet dies bei den grössten Schweizer Unternehmen eine klar quantifizierte Jahresguidance zu Umsatz und operativem Ergebnis, ergänzt durch qualitative Annahmen zum Marktumfeld sowie durch Segmentausblicke und mittelfristige Finanzziele. Besonders transparent ist die Guidance, wenn sie in einem eigenen Outlook-Kapitel gebündelt,

mit den strategischen Prioritäten verknüpft und konsistent über alle Publikationsinstrumente (Medienmitteilung, Präsentation, Geschäftsbericht) kommuniziert wird.

Bei der gebündelten und konsistenten Kommunikation über alle Publikationsinstrumente hinweg besteht Verbesserungsbedarf. Zwar wurde die Guidance bei allen Unternehmen grundsätzlich konsistent kommuniziert, die Ausführungen in den einzelnen Dokumenten unterscheiden sich jedoch teils deutlich. Üblicherweise wird die Guidance in der Medienmitteilung erstmals kommuniziert und anschliessend in Präsentation und Geschäftsbericht verfeinert sowie in den Kontext gestellt. Es gab allerdings auch Unternehmen, bei denen die Guidance nur in der Präsentation auffindbar war. Andere Gesellschaften erwähnten die Guidance zwar in allen Dokumenten, verwendeten dabei aber unterschiedliche Arten von Kennzahlen. Best Practice betrifft daher nicht nur den Inhalt der Guidance, sondern auch deren klare, gebündelte und konsistente Darstellung über alle Publikationskanäle hinweg. Die relevanten Zielgrössen sollten für Investorinnen und Investoren einfach und zentral auffindbar sein, vor allem in der Medienmitteilung.

***Methode**

IRF führte zum elften Mal eine Studie zur finanziellen Guidance von Schweizer Unternehmen im Zuge der Publikation der Jahresresultate durch. Die Datenerhebung erfolgte mittels Inhaltsanalyse der Gesamtheit der Finanzkommunikation anlässlich der Jahresresultate 2025 (Medienmitteilung, Präsentation, Geschäftsbericht, Nachhaltigkeitsbericht). Untersuchungsgegenstand waren jene 47 Unternehmen aus dem SMI Expanded, die zum Durchführungszeitpunkt der Studie ihre Jahresergebnisse 2025 publiziert hatten. Der SMI Expanded bildet die 50 höchstkapitalisierten Titel des Schweizer Aktienmarktes ab.

Über IRF

IRF ist ein führendes Beratungsunternehmen für strategische Kommunikation. Das Unternehmen zählt rund 40 schweizerische und internationale Unternehmen zu seinen festen Kunden. Zudem hat sich IRF in der Krisenkommunikation und bei der Begleitung von Kapitalmarkttransaktionen einen Namen gemacht.

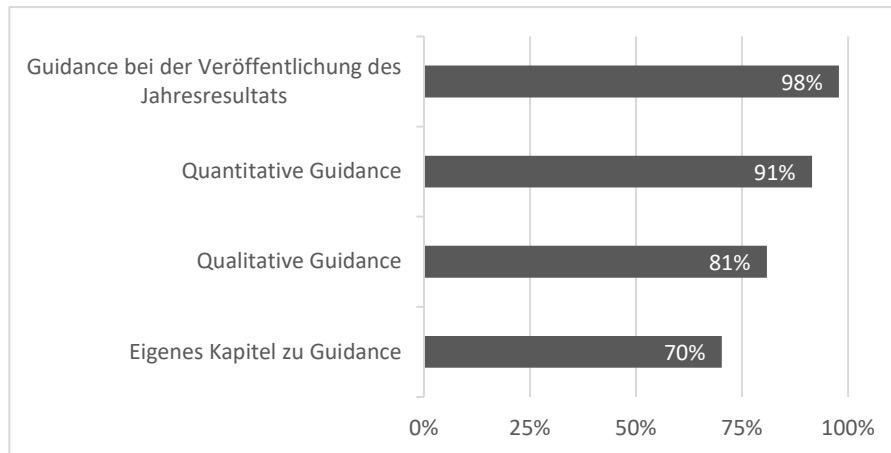
Kontakt:

Oliver Seifried, Partner, seifried@irf-reputation.ch, Tel. +41 43 244 81 47

Yasemin Diethelm, Senior Consultant, diethelm-ersan@irf-reputation.ch, Tel. +41 43 244 81 58

Detaillierte Studienresultate 2026

Wird im Zuge der Jahresberichterstattung 2025 eine finanzielle Guidance abgegeben?

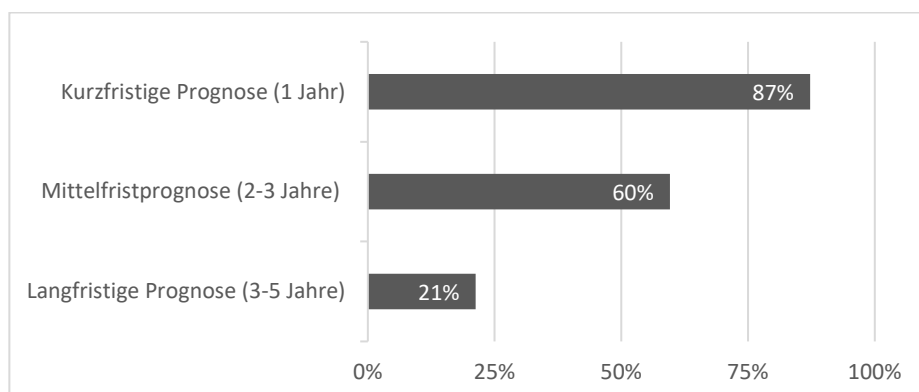


46 von 47 untersuchten Unternehmen gaben bei der Jahresberichterstattung 2025 eine finanzielle Guidance ab. Quantitative Zielgrößen werden von 91% der Firmen veröffentlicht, qualitative Zielgrößen von 81%. Als finanzielle Guidance galt in dieser Studie eine Aussage in der Medienmitteilung, der Präsentation oder im Geschäftsbericht zum Ausblick des Geschäftsgangs, welche Markterwartungen wecken.

Als quantitativ galt dabei beispielsweise eine Aussage wie «Der Umsatz wird voraussichtlich um 2-4% wachsen». Als qualitativ wurde beispielsweise folgende Aussage gewertet: «Der Konzern erwartet für 2026 eine sehr positive Entwicklung von Umsatz und Volumen, die es ermöglichen wird, ... und die Profitabilität des Konzerns substantiell zu verbessern.»

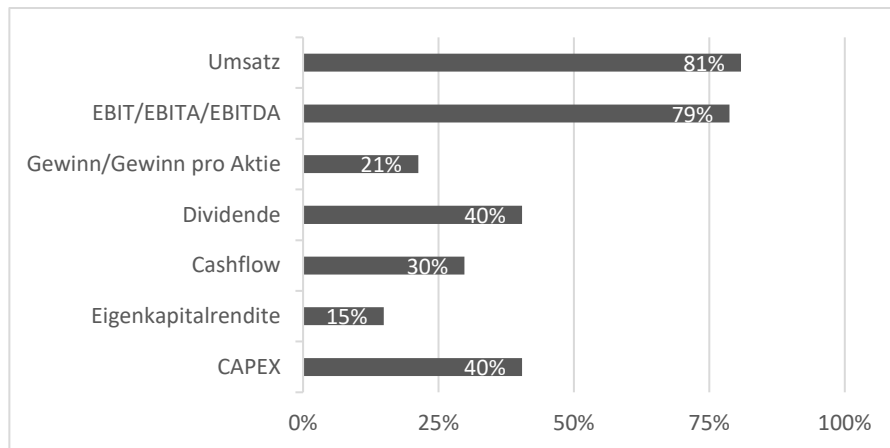
70% der Unternehmen widmen der Guidance ein eigenes Kapitel oder Unterkapitel im Geschäftsbericht.

Welchen Zeithorizont umfasst die Guidance?



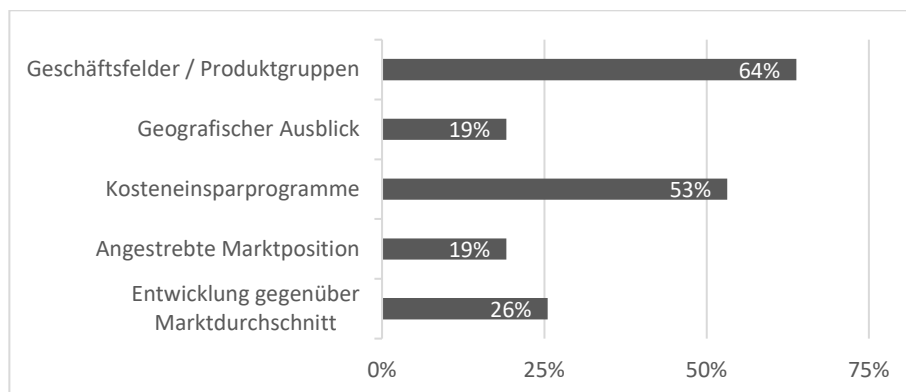
87% der Firmen machten eine vorausschauende Aussage für die nächsten zwölf Monate. Nur 60% publizierten eine Mittelfristprognose und 21% erwähnten Langfristziele.

Welche Kennzahlen umfasst die quantitative Guidance?



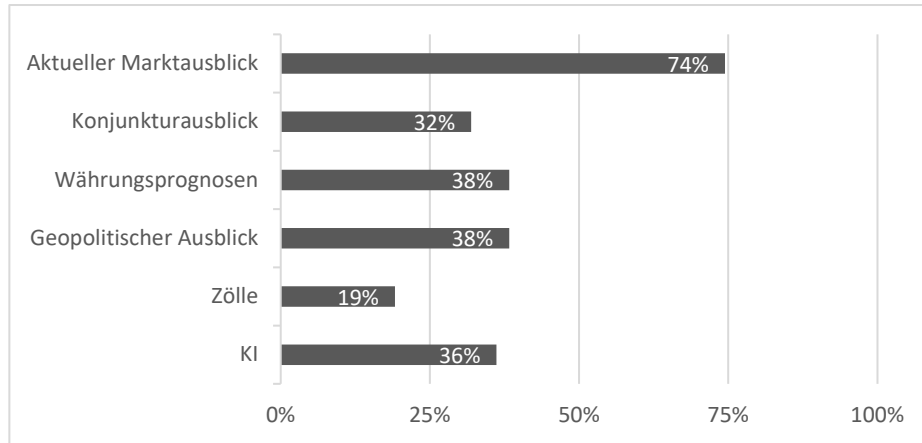
Sowohl Umsatz wie auch operatives Ergebnis in der Form von EBIT, EBITA, EBITDA oder Margen waren mit Anteilen von 81% respektive 79% wiederum fester Bestandteil einer Best-Practice-Guidance. Dividende, CAPEX und Cashflow gehören zu den weiteren wichtigen Zielgrößen (je 40% respektive 30%). Gewinn pro Aktie und Eigenkapitalrendite bilden das Schlusslicht (21% und 15%). Ergänzt wird die offizielle Guidance oft mit einer Zielgröße für die Steuerrate.

Welche internen Leistungsparameter umfasst die Guidance?



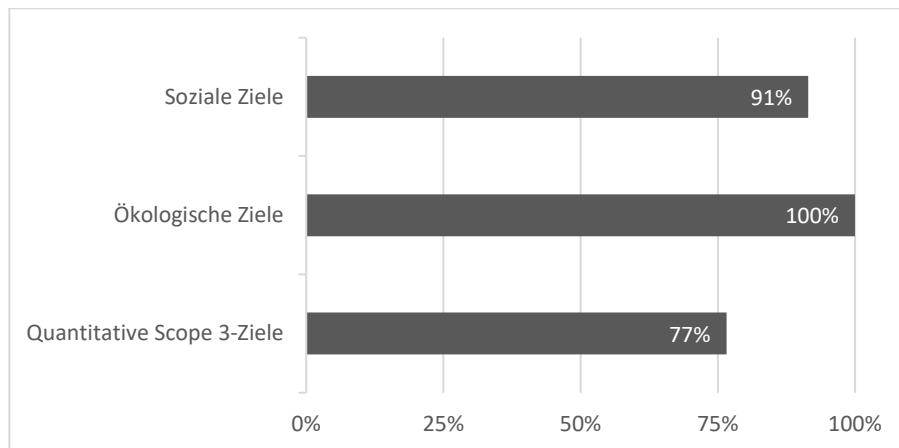
Die Zielwerte für die Geschäftsfelder respektive Produktgruppen sind nochmals stark auf 64% angestiegen, während nur 19% der Firmen eine Guidance für Regionen veröffentlichten. Der Anteil Firmen, die zu den Kosteneinsparungsprogrammen eine Guidance abgegeben haben, stieg nochmals stark auf 53%. Ausserdem nahmen Aussagen zur Marktposition oder zur Unternehmensentwicklung relativ zum Markt zu.

Welche externen Rahmenfaktoren thematisiert die Guidance?

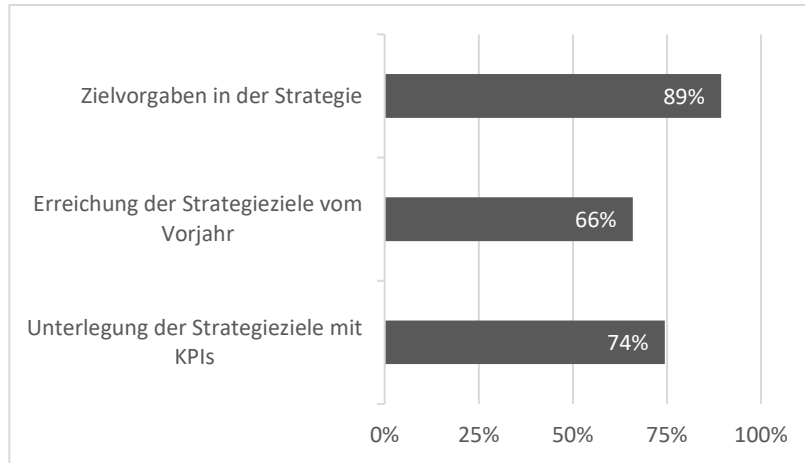


Der Marktausblick dominiert weiterhin die externen Parameter in der Guidance mit einem Anteil von 74%, gefolgt von Währungsprognosen und geopolitischem Ausblick (je 38%). Konjunkturelle Prognosen lieferten 32% der Firmen. Zölle waren bei 19% weiterhin ein Thema. Namentlich erwähnen 36% der Firmen KI als Wachstums- oder Margentreiber in ihrer Guidance.

Werden in der Strategiediskussion oder dem Ausblick auch nichtfinanzielle KPIs definiert und diskutiert? Aus welchen Bereichen stammen diese?



Die sozialen Ziele zeigten nochmals einen leichten Rückgang auf 91%. Hingegen publizieren alle Firmen ökologische Ziele. Dies vor dem Hintergrund, dass die gesetzlichen Vorgaben einen Fahrplan für die Absenkung der Emissionen vorsehen. Zielwerte für die Scope 3-Emissionen publizierten bereits 77%.

Welche Inhalte werden in der Strategiediskussion genannt?

Bereits 89% der Unternehmen nennen in der Strategiediskussion konkrete Zielvorgaben im Geschäftsbericht. 66% ziehen dabei Bilanz und diskutieren die Erreichung der Strategieziele vom Vorjahr. 74% der Firmen unterlegen ihre Strategieziele mit konkreten Kennzahlen.