wollgrasweg 49
D-70599 stuttgart
www.sonje-webconsult.de

dr. šonje webconsult
Unternehmensberatung für Online-Kommunikation GmbH

tel +49(0)711/459978-80
fax +49(0)711/459978-81
info@sonje-webconsult.de

Pressemitteilung

Investor Relations im Internet: Potenziale bleiben ungenützt

Befragung der DAX-Unternehmen zum Internet-Service für Aktionäre

Stuttgart, 12.04.2007. Elektronische Investor Relations (eIR) umfasst die Möglichkeit Geschäftsberichte herunterzuladen, online an Hauptversammlungen teilzunehmen, oder regelmäßig einen Newsletter zu IR-Themen zu beziehen. Diese Dienste haben in sich in vielen DAX- Unternehmen etabliert. Doch wie ist die Entwicklung im Bereich eIR? Hat sich der Rückgang bei der Zahl der Kleinanleger auch auf die Nutzung der Internet- Dienste ausgewirkt? Werden neue Techniken wie RSS-Newsfeeds eingesetzt? Die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. šonje webconsult hat dazu im Zuge einer Wiederholungsuntersuchung die deutschen DAX-Unternehmen befragt. Insgesamt ergibt sich ein positiver Trend bei der Nutzung der Internet-Dienste. Die Unterschiede bei den einzelnen Unternehmen deuten jedoch darauf hin, dass sowohl bei der strategischen Planung der eIR-Aktivitäten, als auch bei deren Umsetzung und Kontrolle erhebliche Potenziale ungenutzt bleiben.

Vorteile für Unternehmen und Aktionäre

Internet-Services bieten für Aktionäre und Unternehmen viele Vorteile. Der Download von Geschäftsberichten bewahrt Aktionäre vor einer Flut an Unterlagen im Zuge der jährlichen Hauptversammlungen. Durch Newsletter werden sie zeitnahe über Veränderungen im Unternehmen informiert. Internet Proxy Voting bietet Aktionären die Möglichkeit ihre Stimme bei der HV abzugeben ohne anreisen zu müssen. Die Unternehmen sparen bei Druck und Versand der aufwändigen Geschäftsberichte, Newsletter bieten ihnen die Möglichkeit der zielgerichteten Ansprache und mittels IPV kann dem Trend zu immer geringerer Kapitalpräsenz und der dadurch bedingten Gefahr von Zufallsmehrheiten entgegengewirkt werden. Alles in allem profitieren also beide Seiten von diesem Service. Daher haben Aktiengesellschaften entsprechende Serviceangebote in den letzten Jahren konsequent ausgebaut. Wird dieser Service jedoch auch von einer breiten Mehrheit an Aktionären genutzt?

Die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. šonje webconsult hat im Zuge einer Wiederholungsuntersuchung (Panel-Studie) DAX-Unternehmen zum dritten Mal seit 2003 zu diesem Thema befragt. Im Mittelpunkt der Studie stand die Frage, ob und wie sich der Rückgang an Aktionären auf die Nutzung von Internet-Techniken ausgewirkt hat.

Trend zeigt wieder nach oben

Die Untersuchungsergebnisse vermitteln ein sehr uneinheitliches Bild. Beim Vergleich der aktuellen Daten mit denen aus den Vorjahren zeigt sich, dass es nach einem starken Anstieg der Nutzungszahlen von 2003 auf 2004 im Jahre 2005 zu einem Einbruch kam. Bei einigen Unternehmen hat sich die Zahl der Nutzer einzelner Angebote halbiert. Dies entspricht dem Börsenverlauf dieser Jahre und der Beobachtung, dass die Zahl der Privataktionäre insgesamt gesunken ist. Die Ergebnisse der Studie belegen aber auch, dass die Nutzungszahlen bei den meisten Unternehmen seit 2005 wieder ansteigen. Auch wenn die Höchstmarke von 2004 im Jahr 2006 noch nicht erreicht wurde, zeigt der Trend bei der Intensität der Nutzung eindeutig nach oben. Das ist erstaunlich, da sich laut dem Deutschen Aktien Institut auch in diesem Jahr die absolute Zahl der privaten Anleger erneut verringert hat.

Teilnehmerzahlen am Internet Proxy Voting von bis zu 14.000 Aktionären und ein repräsentiertes Kapital von maximal 11% sind Indikatoren dafür, dass nicht nur Technikbegeisterte derartige Dienste nutzen. Dennoch ist es den Unternehmen bisher nicht gelungen, eine breite Mehrheit der Aktionäre für das unternehmenseigene Informations- und Kommunikationsangebot zu gewinnen. Es bleibt viel Überzeugungsarbeit zu leisten, um die Aktionäre von den Vorteilen elektronischer IR-Services zu überzeugen.

Große Unterschiede zwischen den Unternehmen

Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass die Unterschiede zwischen den Unternehmen zugenommen haben. Während bei einem Teil der Gesellschaften die Nutzungszahlen mehr oder weniger konstant geblieben sind, mussten andere stark fallende Nutzungsraten bei ihrem Internet-Service hinnehmen. Auch wenn sich der Zuwachs bzw. der Verlust an Nutzern nicht alleine durch Unterschiede in der Kommunikationsstrategie erklären lässt, scheint dies dennoch ein wichtiger Faktor zu sein. Dazu der Leiter der Studie, Dr. Deziderio Šonje: „Aus der Praxis wissen wir, dass viele Gesellschaften vor allem eine eher technikorientierte und weniger eine aktionärsorientierte Kommunikationspolitik betreiben. Bei vielen wird zu viel über technische Standards und zu wenig über die Vorteile für die Aktionäre gesprochen. Vor allem in schwierigen Zeiten muss man jedoch diese herausstreichen und so versuchen, das Wohlwollen der Aktionäre zu gewinnen".

Potenziale bleiben (noch) ungenützt

Die großen Unterschiede zwischen den DAX-Unternehmen zeigen jedoch auch, dass es den Unternehmen in einem sehr unterschiedlichen Maße gelungen ist, ihr jeweiliges Potenzial an Nutzern tatsächlich auszuschöpfen. Nach Ansicht von Deziderio Šonje werde in den kommenden Jahren die Weichenstellung für eine weitere Digitalisierung der Investor Relations Arbeit gelegt: „Ein Teil der Unternehmen muss aufpassen, hier nicht den Trend zu verschlafen", so sein Fazit.
Viele Aktionäre wollen unmittelbar von den Gesellschaften informiert werden. Die wieder ansteigenden Zuwachsraten belegen obendrein, dass die Nutzungsbereitschaft seitens der Aktionäre klar zunimmt.

Anmerkung der Redaktion:
Grundlage der Studie „eIR 2006 – Eine empirische Bestandsaufnahme der Nutzung moderner Internet-Techniken für die Investor Relations" ist eine Befragung der DAX-Unternehmen, die im Dezember 2006 beendet wurde. Hierbei wurden im Rahmen einer Panel-Untersuchung, die 2003 begonnen wurde, die Unternehmen zu ausgewählten Internet-Serviceleistungen und deren Nutzung durch die Aktionäre befragt. An der Untersuchung nahmen 19 der 30 DAX-Unternehmen teil. Dies entspricht einer Rücklaufquote von ca. 63%.

Impressum und Kontakt

dr. šonje webconsult GmbH
Unternehmensberatung für Online-Kommunikation
Wollgrasweg 49
D-70599 Stuttgart

www.sonje-webconsult.de

Für Ihre Fragen: Dr. Deziderio Šonje
Tel: +49 (0)711 / 45 99 78. 80
Fax: +49 (0)711 / 45 99 78. 81
E-Mail: sonje@sonje-webconsult.de

Stand: 12. Februar 2007

Verantwortlich für den Inhalt: Dr. Deziderio Šonje

Der Abdruck ist honorarfrei. Für einen Belegausschnitt wären wir Ihnen dankbar.
Journalisten können die vollständige Studie kostenlos beziehen.