

## Pressemitteilung

### Internet-Dienste bei Aktionären immer beliebter

#### Befragung von DAX- und MDAX-Unternehmen zu elektronischen Investor Relations-Angeboten

**Stuttgart, 02.08.2004.** Mehr als 250.000 Aktionäre, die einen IR-Newsletter abonnieren, 30.000 Aktionäre, die sich ihre Unterlagen zur Hauptversammlung nur noch elektronisch zusenden lassen und über 15.000 Aktionäre, die während der Hauptversammlung online abstimmen. Die Erfolgsmeldungen von Aktiengesellschaften hinsichtlich der weiteren Elektronisierung der Investor Relations mehren sich und verdeutlichen, dass die Zukunft der Investor Relations Arbeit elektronisch sein wird.

Bislang war die Resonanz der Aktionäre auf die neuen elektronischen Möglichkeiten, die ihnen im Bereich der Investor Relations angeboten wurden, eher verhalten. Dies ändert sich nun. Inzwischen verzichtet bspw. ein immer größerer Teil der Aktionäre auf die Papierflut, die ihnen im Zuge der Hauptversammlung bislang alljährlich zugesandt wurde. An Online-Abstimmungen nehmen nun nicht mehr nur technikbegeisterte Anleger teil und IR-Newsletter werden für viele Aktionäre zu einer wichtigen Informationsquelle. Dies hat umfassende Konsequenzen für die Praxis der Investor Relations.

Die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. šonje webconsult hat im Zuge einer empirischen Untersuchung DAX- und MDAX-Unternehmen befragt, die bereits konkrete Erfahrungen mit den neuen technischen Möglichkeiten des Internets für die IR-Arbeit gesammelt haben. Im Mittelpunkt der Studie stand die Frage, ob sich Techniken wie Internet-Proxy-Voting, ein IR-Newsletter oder der elektronische Versand von Hauptversammlungsunterlagen bei den Aktionären inzwischen durchgesetzt haben.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen ein insgesamt positives, wenn auch differenziertes Bild des aktuellen Entwicklungsstandes des Internets im IR-Bereich. Einem Teil der Unternehmen ist es tatsächlich gelungen, nicht mehr nur die kleine Fange-meinde der Internet-Freaks, sondern eine große Zahl an Aktionären für die neuen Möglichkeiten des Internets zu gewinnen. Vor allem die DaimlerChrysler AG und die Allianz AG setzen hierbei Maßstäbe. So haben bei DaimlerChrysler inzwischen über 30.000 Aktionäre vom Postversand auf den elektronischen Versand der HV-Unterlagen umgestellt. Für Rolf Bassermann, den IR-Manager für Private Investoren und Investor Relations Internet, ist dieser Erfolg eine wichtige Bestätigung der IR-Ziele von DaimlerChrysler: "Mit unserem neu entwickelten Persönlichen Internet Service für Aktionäre haben wir bewusst die techni-schen und gesetzlichen Möglichkeiten umgesetzt, weil wir unseren Aktionären einen besonderen, ganzjährigen Service bieten wollen. Es freut uns sehr, dass dieser Service von vielen Aktionären so positiv angenommen wird.". Vergleichbar positiv fällt auch die Bilanz bei der Allianz AG aus. Dort hatten schon ein Jahr vorher etwa 13.000 Allianz-Aktionäre auf den elektroni-schen Versand umgestellt, so dass die Allianz AG in diesem Jahr als erste deutsche DAX-Gesellschaft Einladungen zur Hauptversammlung per E-Mail versenden konnte. Ähnlich viele Aktionäre haben die Möglichkeit genutzt, via Internet über die Tagesordnung abzustimmen. Oliver Schmidt, Leiter der Investor Relations bei der Allianz AG sieht dies als ein wichtiges Sig-nal an die Aktionäre: "Mit Internet-Proxy-Voting und der Möglichkeit, die Einladung per E-Mail zu erhalten bieten wir unseren Aktionären einen attraktiven Service an, der ihnen die Teilnahme an der Hauptversammlung erleichtern und sie bei der Wahr-nehmung ihrer Aktionärsrechte unterstützen soll."

Ungeachtet dieser insgesamt positiven Bilanz zieht der Leiter der Studie, Dr. Deziderio Šonje ein ambivalentes Resümee: „Die hohen Nutzerzahlen bei einzelnen Unternehmen sind für mich ein sicherer Beleg dafür, dass viele Aktionäre an den neuen Möglichkeiten des Internets grundsätzlich interessiert sind. Viele verfügen inzwischen nicht nur über die notwendige techni-sche Ausstattung, sondern haben mittlerweile auch genügend Internet-Erfahrung gesammelt, um solch komplexe Dienste ohne Schwierigkeiten nutzen zu können.“. Gleichwohl zeigt die Studie aber auch, dass es den Unternehmen in einem sehr unterschiedlichen Maße gelungen ist, ihr jeweiliges Potenzial an möglichen Nutzern auch tatsächlich auszuschöpfen. Nach Ansicht von Šonje ist dies vor allem die Folge unterschiedlicher Kommunikationsstrategien: „Aus der Praxis wissen wir, dass immer noch zu viele Gesellschaften eine Technik-orientierte und nicht Aktionärs-orientierte Kommunikationspolitik betreiben.

Bei den Gesellschaften wird zu viel über die technischen Standards und zu wenig über die konkreten Vorteile für die Aktionäre gesprochen.“

Nach Ansicht von Šonje werde in den kommenden Jahren die Weichenstellung für eine weitere Elektronisierung der Investor Relations Arbeit gelegt: „Ein Teil der Unternehmen muss aufpassen, hier nicht den Trend zu verschlafen.“, so sein Resümee.

#### **Anmerkung der Redaktion:**

*Grundlage der Studie „eIR 2004 – Eine empirische Bestandsaufnahme der Nutzung moderner Internet-Techniken für die Investor Relations“ ist eine schriftliche Befragung von ausgewählten Unternehmen aus dem DAX und MDAX im Juli 2004. Alle kontaktierten Unternehmen haben in den vergangenen Jahren Internet-Proxy-Voting durchgeführt und ihren Aktionären weitere Internet-Dienstleistungen angeboten. An der Untersuchung nahmen 15 der in Frage kommenden 17 Unternehmen teil. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 88%. Daher kann davon ausgegangen werden, dass die Untersuchungsergebnisse für diejenigen Unternehmen die in Deutschland solche Dienste anbieten repräsentativ sind.*

#### **Impressum und Kontakt**

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

[www.sonje-webconsult.de](http://www.sonje-webconsult.de)

**Ansprechpartner:** 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](mailto:sonje@sonje-webconsult.de)

**Stand: 02. August 2004**  
**Änderungen vorbehalten.**

**Verantwortlich für den Inhalt:** Dr. Deziderio Šonje, dr. šonje webconsult GmbH

Der Abdruck ist honorarfrei. Für einen Belegausschnitt wären wir Ihnen dankbar.

Journalisten können die vollständige Studie kostenlos beziehen.