

Pressemitteilung

Internet-Dienste in der Rekonvaleszenz-Phase

Befragung der DAX-Unternehmen zum Internet-Service für Aktionäre

Stuttgart, 29.01.2007. Jahrelang konnten Aktiengesellschaften steigende Wachstumsraten bei der Nutzung ihrer Internet-Services für Aktionäre vermelden. Rekordzuwächse bei IR-Newsletter-Abonnements und dem Download von Geschäftsberichten oder stark ansteigende Teilnehmerzahlen bei elektronischen Abstimmungen während der Hauptversammlung wurden so zu Selbstverständlichkeiten. Wie ist die Situation jedoch heute? Hat sich der Rückgang an Aktionären in den vergangenen Jahren auch auf die Nutzung dieser Serviceleistungen ausgewirkt? Kam es auch in diesem Bereich zu einem Einbruch oder konnte die Internet-Erfolgsstory fortgesetzt werden?

Internet-Service bringt sowohl für Aktionäre als auch für die Unternehmen eine ganze Reihe an Vorteilen mit sich. Der Download von Geschäftsberichten bewahrt Aktionäre vor einer Flut an Unterlagen, die sie regelmäßig im Zuge der jährlichen Hauptversammlung erreicht. Unternehmen sparen dagegen Kosten bei Druck und Versand der aufwändigen Berichte. Unternehmenseigene Newsletter informieren Aktionäre zeitnahe über aktuelle Veränderungen und bieten Unternehmen die Möglichkeit, ihren Aktionären ihre Sicht der Dinge nahe zu bringen. Internet Proxy Voting eröffnet interessierten Aktionären dagegen die Möglichkeit, ihre Stimme bei der Hauptversammlung abzugeben, ohne anreisen zu müssen. Für Unternehmen ist Internet Proxy Voting ein Mittel, mit dem man den Trend zu immer geringerer Kapitalpräsenz und damit der Gefahr von Zufallsmehrheiten entgegenwirken kann. 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 nicht nur von einigen wenigen Internet-Freaks, sondern 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.

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

Dies lässt den Schluss zu, dass es noch nicht gelungen ist, eine breite Mehrheit der Aktionäre für das unternehmenseigene Informations- und Kommunikationsangebot zu gewinnen. Auch wenn Teilnehmerzahlen am Internet Proxy Voting von bis zu 14.000 Aktionären und ein repräsentiertes Kapital von bis zu 11% ein Indikator dafür sind, dass nicht nur Technikbegeisterte derartige Dienste nutzen, so verdeutlichen diese Zahlen auch, dass die Anbieter noch viel Überzeugungsarbeit leisten müssen, um die Mehrzahl der Aktionäre von den Vorteilen ihres IR-Services zu überzeugen.

Die Studienergebnisse verdeutlichen aber auch, dass die Unterschiede zwischen den Unternehmen zugenommen haben. Während bei einem Teil der Gesellschaften die Nutzungszahlen mehr oder weniger konstant geblieben sind, mussten andere z.T. stark fallende Nutzungsraten bei ihrem Internet-Service hinnehmen. Auch wenn sich der Zuwachs bzw. der Verlust an Nutzern nicht nur durch Unterschiede in der Kommunikationsstrategie erklären lässt, so scheint dies dennoch ein wichtiger

Einflussfaktor zu sein. Dazu der Leiter der Studie, Dr. Deziderio Šonje: „Aus der Praxis wissen wir, dass viele Gesellschaften vor allem eine eher Technik-orientierte und weniger eine Aktionärs-orientierte 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“.

Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse lässt sich das folgende Resümee ziehen. Obwohl es bislang noch nicht gelungen ist, eine breite und vor allem stabile Mehrheit an Aktionären für die Nutzung dieser IR-Internet-Services zu gewinnen, zeigen die Studienergebnisse, dass entsprechende Serviceangebote nicht nur für Randgruppen interessant sind. Selbst in schwierigen Zeiten gibt es eine ganze Reihe an Aktionären, die direkt und unmittelbar von den Gesellschaften informiert werden wollen. Die wieder ansteigenden Zuwachsraten verdeutlichen obendrein, dass die Nutzungsbereitschaft seitens der Aktionäre auch wieder klar zunimmt.

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. Hier machen sich Unterschiede in der Informations- und Kommunikationspolitik zwischen den Unternehmen ganz klar bemerkbar. 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 Fazit.

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 wurde 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

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

Stand: 29. Januar 2007
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.