

## Pressemitteilung

# Internet bei Aktionären immer beliebter!

Studie zur Nutzung des Internets im IR-Bereich

**Stuttgart, 21.01.2009.** Aktionären wird im Internet inzwischen eine Vielzahl an Serviceleistungen angeboten. Chart-Analysen, Renditerechner, IR-Newsletter oder Online-Geschäftsberichte sind inzwischen zu Standards der Investor Relations im Internet geworden. Doch werden diese Serviceleistungen auch tatsächlich angenommen? Und wenn ja, werden sie von einer breiten Schicht oder nur von wenigen technikbegeisterten Aktionären genutzt? Die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. šonje webconsult hat die DAX-Unternehmen im Zuge einer Wiederholungsuntersuchung zum dritten Mal seit 2004 zu diesem Thema befragt. Im Mittelpunkt der Studie steht die Frage nach der Nutzungshäufigkeit unterschiedlicher Internet-Techniken im Bereich Investor Relations. Die Langzeitstudie belegt, dass sich der Aufwärtstrend der vergangenen Jahre fortgesetzt und noch weiter verstärkt hat. Nutzerzahlen von über 250.000 Abonnenten sind ein sicherer Indikator dafür, dass sich inzwischen viele Aktionäre mit Hilfe des Internets über ihr Unternehmen informieren. Die Untersuchungsergebnisse zeigen aber auch, dass es bislang nur wenigen DAX-Unternehmen gelungen ist, sich dieses Potenzial zu erschließen.

## eIR nur ein Thema für Internet-Freaks?

Ohne Zweifel hat sich das Internet in den letzten Jahren - ganz allgemein - zu einem der wichtigsten Informations- und Kommunikationskanäle entwickelt. Doch gilt dies auch im Bereich der Finanzkommunikation? Lange Jahre herrschte die Vorstellung, dass zumindest die Privataktionäre aufgrund ihres Alters und ihrer geringen Nähe zum Internet kein wirkliches Interesse an Online-Geschäftsberichten, IR-Newslettern oder Online-Abstimmungen (Internet Proxy Voting) während der Hauptversammlungen haben.

## Der Trend zeigt (zumeist) nach oben!

Die Untersuchungsergebnisse vermitteln ein weitgehend eindeutiges Bild. Sei es die Anzahl der Downloads von Geschäftsberichten oder die Zahl von Newsletter-Abonnenten, zumeist berichten die Unternehmen von klaren Zuwachsraten in den letzten Jahren. Bis zu 80.000 Downloads des jährlichen Geschäftsberichts oder nahezu 250.000 Newsletter-Abonnenten sind ein sicheres Zeichen dafür, dass sich das Internet auch bei Aktionären als Informations- und Kommunikationskanal durchgesetzt hat. Eine Ausnahme gibt es jedoch. Lediglich bei Online-Abstimmungen während der Hauptversammlung ist die Zahl der Teilnehmer im Schnitt gefallen. Allerdings ist der Anteil des stimmberechtigten Kapitals, den diese im Schnitt repräsentieren, leicht angestiegen. In Einzelfällen repräsentieren die Internet-Stimmen bis zu 18 % des stimmberechtigten Kapitals.

## Große Unterschiede zwischen den Unternehmen!

Die Studienergebnisse verdeutlichen aber auch, dass sich die Unterschiede zwischen den „erfolgreichen“ und „weniger erfolgreichen“ Unternehmen vergrößert haben. Während einige IR-Verantwortliche von über bis zu 250.000 Newsletter-Abonnenten berichten, sind es bei anderen lediglich 150! Ähnlich ist das Bild auch beim Thema Internet Proxy Voting. Bei einigen Unternehmen nutzen mehr als 10.000 Aktionäre die Möglichkeit zur Stimmabgabe via Internet, bei anderen sind es gerade einmal 150. Dazu der Leiter der Studie, Dr. Deziderio Šonje: „Mich hat sehr gefreut, dass sich unsere Prognose, dass das Internet in diesem Bereich immer wichtiger wird, bewahrheitet hat. Um so erstaunlicher finde ich es, dass sich einige DAX-Unternehmen mit doch sehr geringen Nutzungszahlen zufrieden geben und das Potenzial, das in diesem Informations- und Kommunikationskanal steckt, anscheinend nicht erkennen oder hier nicht entschieden genug agieren.“

## Ohne eine Kommunikationsstrategie kein Erfolg!

Auch wenn sich diese großen Unterschiede sicher nicht nur durch unterschiedliche Kommunikationsstrategien erklären lassen, scheint deren Vorhandensein ein zentraler Erfolgsfaktor zu sein. Hierzu noch einmal Dr. Šonje: „Aus unserer Beratungserfahrung wissen wir, dass bei nicht wenigen Aktiengesellschaften die strategische Kommunikationsplanung unterentwickelt ist. Internet-Angebote werden einerseits zu oft von übervorsichtigen Juristen bestimmt, andererseits ist das „Draufpacken“ von immer mehr und immer komplexeren Internet-Techniken auch kein Ersatz für eine aktionärsorientierte Strategie. Wir würden uns wünschen, dass die Unternehmen ihre strategische Kommunikationsplanung verbessern und mehr um das Vertrauen von Aktionären werben.“ Seiner Ansicht nach wird sich die Schere zwischen den „erfolgreichen“ und „weniger erfolgreichen“ Unternehmen weiter vergrößern, wenn die bisherigen Nachzügler nicht entschlossener handeln. So sein Fazit zur Studie.

### Anmerkung der Redaktion:

*Grundlage der Untersuchungsergebnisse ist die Studie „eIR 2008“, bei der im Rahmen einer schriftlichen Befragung von verantwortlichen IR-Managern die Nutzungszahlen verschiedener Internetservices erhoben wurden. Die Datenerhebung wurde Ende November 2008 abgeschlossen. Die Studie ist Teil einer langfristigen Studienreihe, bei der seit 2004 alle zwei Jahre die DAX-Unternehmen zu ausgewählten Internet-Serviceleistungen und deren Nutzung durch die Aktionäre befragt werden. An der aktuellen Untersuchung nahmen 21 der 30 DAX-Unternehmen teil. Dies entspricht einer Rücklaufquote von ca. 70%. Die konstant sehr hohen Rücklaufquoten (2004: ca. 90%, 2006: 63%) sind ein Indikator, dass sich die eIR-Studie inzwischen als ein Standard im Bereich der Finanzkommunikation etabliert hat.*

### 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)

### 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](mailto:sonje@sonje-webconsult.de)

**Stand:** Montag, 26. Januar 2009

**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.