

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH  
Hofer Straße 1 • D-81737 München  
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Fax: (089) 67 91 72-79

Ansprechpartner für die Medien: Michael Bürker  
Geschäftsführender Gesellschafter  
E-Mail: michael.buerker@commendo.de

Medien: Fachmedien Kommunikation/PR/IR/Marketing  
Ressort: PR/Finanzkommunikation  
Datum: 01. März 2006  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.189

# PRESSEINFORMATION

## 1 Finanzkommunikation: Defizite bei

## 2 Strategie und Dialog

3 2. „IR-Kompass 2005/06“ nimmt 50 Unternehmen aus DAX,  
4 MDAX, SDAX und CDAX unter die Lupe

5 **München (01. März 2006) – Die Börsen haben angezo-**  
6 **gen – konnte die Finanzkommunikation mithalten?**  
7 **Das war die zentrale Frage des 2. „IR-Kompass“ der**  
8 **Münchner ComMenDo Agentur für Unternehmens-**  
9 **kommunikation. Das Ergebnis: Unter dem Strich hat**  
10 **sich gegenüber dem Vorjahr nicht viel bewegt. Aussa-**  
11 **gen zu Unternehmensstrategie und Equity-Story sind**  
12 **weiterhin Mangelware. Dialog und interaktive Funk-**  
13 **tionen, die das Internet bietet, werden wenig genutzt.**  
14 **Sieger BASF liegt mit 84,9 Prozent der maximal mögli-**  
15 **chen Punktzahl deutlich über dem Gesamtindex**  
16 **(54,5%). Der MDAX konnte sich gegenüber dem**  
17 **SDAX absetzen. Der CDAX verliert weiter an Boden.**

18 Die DAX-Unternehmen (Benchmark: BASF 84,9 %) ha-  
19 ben mit 72,4 Prozent (Vorj.: 69,4%) klar die Nase vorn.  
20 Dabei punkten sie vor allem mit Geschäftsbericht sowie  
21 IR-Newsletter. Die MDAX-Gesellschaften (Benchmark:  
22 Hannover Rück 72,0%) erzielen in 21 von 24 Kategorien  
23 bessere Wertungen als im Vorjahr und können um gut

24 sieben Prozent-Punkte auf 57,5% zulegen. Sie weisen  
25 SDAX-Unternehmen (Benchmark: GfK 71,6%) mit 50,5%  
26 (Vorj.: 50%) deutlich in die Schranken. Die untersuchten  
27 CDAX-Gesellschaften (Benchmark: MWB 51,6%) verlie-  
28 ren bei allen IR-Instrumenten an Boden und fallen mit  
29 40,4% weiter zurück (Vorj.: 43,4%).

30 **Fazit bei IR-Instrumenten: Wenig Strategie, wenig Dialog**  
31 Beim Blick auf die Kommunikationsinstrumente bleiben  
32 die alten Schwächen bestehen. Der Geschäftsberichts-  
33 Index erreicht 60,1% (Vorj.: 61,2%). Nach wie vor fehlen  
34 in mehr als jedem zweiten Bericht Aussagen zur Unter-  
35 nehmenstrategie oder sind auf hinteren Seiten versteckt.  
36 Die entsprechenden Kapitel sind nahezu ausschließlich auf  
37 Zahlen und Charts fokussiert.

38 Die vielfältigen Möglichkeiten des Internets, mit Aktionä-  
39 ren und potenziellen Investoren direkt in Dialog zu treten,  
40 werden nur von rund einem Viertel der Unternehmen ge-  
41 nutzt. Dafür verbesserte sich das Informationsangebot im  
42 Netz. Der Web-Index klettert um gut zwei Prozent-Punkte  
43 auf 57,9% (Vorj.: 55,8%).

44 Der IR-Newsletter fristet mit einem Index-Wert von 16%  
45 weiter nur ein Mauerblümchen-Dasein (Vorj.: 16,9%) und  
46 zählt erneut nur im DAX zum Standard.

47 Damit bestätigt die Studie die Ergebnisse ähnlicher Unter-  
48 suchungen der Universitäten St. Gallen und Eichstätt. Da-  
49 nach wünschen sich viele Vorstände mehr persönliche IR-  
50 Maßnahmen. Dem stehen Defizite in der schriftlichen Fi-  
51 xierung von Strategien in der Finanzkommunikation ge-  
52 genüber.

### 53 Methode und Bezugsquelle

54 Der „IR-Kompass 2005/06“ untersucht Geschäftsbericht,  
55 Aktionärsbrief bzw. IR-Newsletter sowie IR-Webauftritt  
56 anhand einer qualitativen Analyse. Zu den Kriterien zäh-  
57 len unter anderem Ergebnis- und Strategiedarstellung,  
58 Übersichtlichkeit der angebotenen Informationen, leichte,  
59 verständliche Sprache sowie Dialog-Funktionen. Bewertet

60 wurde mittels einer sechsstufigen Ordinalskala. Maximale  
61 Punktzahl: 225

62 Der „IR-Kompass 2005/06“ kann gegen eine Schutzge-  
63 bühr in Höhe von 150 Euro bei der ComMenDo Agentur  
64 für Unternehmenskommunikation GmbH, Telefon (089)  
65 67 91 72 -0 oder per E-Mail unter [info@commendo.de](mailto:info@commendo.de)  
66 bestellt werden.

67 \* \* \*

68 Der Abdruck ist frei. Wir bitten um ein Belegexemplar.

69 \* \* \*

70 ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH ist  
71 eine unternehmerische Medien- und Kommunikationsberatung. Sie  
72 betreut Unternehmen und Verbände in allen Fragen der internen und  
73 externen Kommunikation. Kernkompetenz ist die strategisch ausge-  
74 richtete Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in den beiden Themen- und  
75 Branchen-Schwerpunkten „Banken & Versicherungen“ sowie „Bauen  
76 & Wohnen“.