

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](mailto:michael.buerker@commendo.de)  
Internet: [www.commendo.de](http://www.commendo.de)

Medien: Tages-, Wirtschafts- und Fachpresse  
Ressort: Wirtschaft, Börse, Kommunikation  
Datum: 08. Mai 2007  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.824

## PRESSEINFORMATION

### 1 **Benchmark-Studie zur Finanzkom-** 2 **munikation: Small Caps holen auf**

3 SDAX- und kleinere CDAX-Unternehmen verbessern sich  
4 beim 3. „IR-Kompass“ vor allem in der Kategorie  
5 Geschäftsbericht – weiterhin Mängel bei Darstellung von  
6 Strategie und Equity Story

7 **München (08. Mai 2007) – Die Qualität der Finanz-**  
8 **kommunikation von SDAX- und kleineren CDAX-**  
9 **Unternehmen hat gegenüber dem Vorjahr spürbar**  
10 **zugelegt. Beim 3. „IR-Kompass“ erreichen die Small**  
11 **Caps 49 Prozent der möglichen Punktzahl (Vorjahr:**  
12 **44%). Sieger GfK lässt mit 70 Prozent alle hinter sich.**  
13 **Die Unternehmen legen vor allem beim Geschäftsbe-**  
14 **richt zu. Schwachpunkte sind – wie in den beiden Vor-**  
15 **jahren – Aussagen zu Strategie und Equity-Story sowie**  
16 **Dialogmöglichkeiten und interaktive Funktionen des**  
17 **Internets. CDAX-Unternehmen holen gegenüber**  
18 **SDAX deutlich auf. So die zentralen Ergebnisse der**  
19 **Benchmark-Studie der Münchner ComMenDo Agen-**  
20 **tur für UnternehmensKommunikation in Kooperation**  
21 **mit dem Nebenwerte Journal.**

22 SDAX-Unternehmen legen im dritten Jahr der Bench-  
23 mark-Studie nur um 1,5 Prozentpunkte auf 52 Prozent der  
24 möglichen Punkte zu. Die CDAX-Unternehmen verbesser-  
25 sen sich hingegen um satte zehn Prozentpunkte auf 47  
26 Prozent. MWB Wertpapierhandelsbank und Ludwig Beck  
27 lassen mit 59 Prozent auch die meisten SDAX-  
28 Unternehmen hinter sich.

29 **Geschäftsbericht: erstmals Prognosequalität getestet**  
30 Beim Geschäftsbericht fahren die Unternehmen wie in den  
31 Vorjahren das beste Ergebnis ein: 64 Prozent (+19%-  
32 Punkte), Sieger GfK erzielt 96 Prozent. Nach wie vor do-  
33 minieren Zahlen und Charts die Berichte, konzentrierte  
34 Aussagen zur Unternehmensstrategie fehlen meist oder  
35 sind nur schwer zu finden. Immerhin legen die Unterneh-  
36 men mehr Wert auf verständliche Sprache und anspre-  
37 chende Gestaltung.

38 Erstmals wurde in diesem Jahr die Prognosequalität der  
39 Unternehmen in einer Sonderauswertung des Nebenwerte-  
40 Journals unter die Lupe genommen: Sieger sind Deutz und  
41 Gerry Weber. Die Unternehmen weichen mit ihrer Ein-  
42 schätzung von Markt- und Unternehmenstrends auf einer  
43 fünfstelligen Skale im Schnitt um einen Punkt von den  
44 tatsächlichen Ergebnissen ab.

45 Während Markt, Umsatz und Gewinn relativ gut prognos-  
46 tiziert werden (Ø-Abweichung < 0,5 Punkte), unterschät-  
47 zen sie ihre Dividende deutlich (1,7 Punkte). Dabei sind  
48 die Aussagen über Markt- und Unternehmensentwicklung  
49 meist zu vorsichtig, Abweichungen fast ausschließlich  
50 positiv.

51 **Fortschritte bei IR-Web und Stillstand bei Newsletter**  
52 Trotz leichter Verbesserung deutlich schwächer ist das  
53 Ergebnis beim IR-Webauftritt: SDAX- und kleinere  
54 CDAX-Unternehmen erreichen lediglich 48 Prozent (Vor-  
55 jahr: 43%). Überzeugen können BayWa, Cewe Color,  
56 Deutsche Beteiligungsgesellschaft, Dürr und Escada (je  
57 62,5%).

58 Die Möglichkeiten des Internets, mit Aktionären und po-  
59 tenziellen Investoren in Dialog zu treten, werden von zwei  
60 Dritteln der Unternehmen gar nicht oder nur spärlich ge-  
61 nutzt. Die Archive sind ausgeweitet, aber nach wie vor  
62 ausbaufähig (43%; +17%-Punkte). Während der CDAX  
63 beim Webauftritt von 30 auf 47 Prozent zulegt, büßt der  
64 SDAX fünf Prozentpunkte ein (52%). Weiterhin fehlt bei  
65 nahezu allen Small Caps die Equity Story (16%).

66 Der IR-Letter bleibt das Stiefkind der IR-  
67 Verantwortlichen: Nur sechs von 38 untersuchten Unter-  
68 nehmen bieten ihren IR-Anspruchsgruppen auf diesem  
69 Weg regelmäßig gebündelte Informationen.

#### 70 Methode und Bezugsquelle

71 Der „IR-Kompass 2007“ untersuchte Geschäftsbericht, IR-  
72 Newsletter sowie IR-Webauftritt von 38 Unternehmen aus  
73 S- und CDAX anhand einer qualitativen Analyse. Ausge-  
74 wertet wurden unter anderem Ergebnis- und Strategiedar-  
75 stellung, Übersichtlichkeit, Verständlichkeit, Dialogange-  
76 bot sowie visuelle Gestaltung.

77 Die Benchmark-Studie kann gegen eine Schutzgebühr von  
78 150 Euro bei der ComMenDo Agentur für Unterneh-  
79 mensKommunikation GmbH, Telefon (089) 67 91 72-0  
80 oder per E-Mail unter [info@commendo.de](mailto:info@commendo.de) bestellt wer-  
81 den.

82 \* \* \*

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

84 \* \* \*

85 ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH ist  
86 eine unternehmerische Medien- und Kommunikationsberatung. Sie  
87 wurde 1995 gegründet und betreut Unternehmen und Verbände in  
88 allen Fragen der internen und externen Kommunikation. Kernkompe-  
89 tenz ist die strategisch ausgerichtete Medien- und Öffentlichkeitsarbeit  
90 in den beiden Themen- und Branchen-Schwerpunkten „Banken &  
91 Versicherungen“ sowie „Bauen & Wohnen“.