



---

DEUTSCHES AKTIENINSTITUT

---

## **Investor Relations im Internet**

Internet-Angebote börsennotierter Unternehmen im Vergleich



Studien des Deutschen Aktieninstituts, Heft 7  
Herausgegeben von Prof. Dr. Rüdiger von Rosen  
Frankfurt am Main, September 1999

Herausgeber: Prof. Dr. Rüdiger von Rosen  
Deutsches Aktieninstitut e.V.  
Biebergasse 6-10  
60313 Frankfurt am Main

Tel. (069) 92915-0  
Fax (069) 92915-12  
Internet <http://www.dai.de>

Autor: Dietmar Schieber

Tel. (069) 92915-33  
E-Mail [schieber@dai.de](mailto:schieber@dai.de)

1. Auflage, September 1999

Alle Rechte vorbehalten.

## Investor Relations im Internet

Studien des Deutschen Aktieninstituts, Heft 7

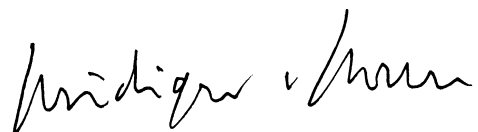


## **Vorwort**

Die deutschen börsennotierten Gesellschaften nutzen in einem hohen Maße das Internet, um Privatanleger mit Unternehmensinformationen zu erreichen. Das Internet ist ein schnelles und vergleichsweise günstiges Medium und bietet sich daher an, eine Vielzahl von Informationssuchenden aktuell zu bedienen. Für die Unternehmen ist das Internet nützlich, um Fakten über die Gesellschaft ungefiltert an den Empfänger weiterzugeben. Für den Privatanleger bietet das Internet die Gelegenheit, sich zeitnah und mit niedrigen Kosten über die neuesten Entwicklungen im Unternehmen zu informieren. Das Internet trägt damit zur Chancengleichheit zwischen Privatanlegern und institutionellen Anlegern, die schon seit einigen Jahren Datennetze als Medium nutzen, bei. Die rege Nutzung des Internet ist somit ein weiterer wichtiger Baustein zur Entwicklung der Aktienkultur in Deutschland.

Mit dieser Studie möchte das Deutsche Aktieninstitut einen Überblick über die Möglichkeiten zur Durchführung von Investor Relations via Internet geben. Sie soll die IR-Abteilungen der Unternehmen informieren, mit welcher Häufigkeit bestimmte IR-Maßnahmen im Internet zu finden sind. Unternehmen, die ihren Internet-Auftritt auch zum Zwecke der Investor Relations nutzen möchten, werden sicherlich gerne die Befragung der Internet-Nutzer heranziehen.

Frankfurt am Main, im September 1999



Prof. Dr. Rüdiger von Rosen

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied



## Inhalt

Vorwort.....	1
Inhalt.....	3
Abbildungsverzeichnis.....	5
Tabellenverzeichnis.....	5
1. Einführung.....	7
2. Untersuchung der Internet-Auftritte.....	11
2.1 Auffindbarkeit der Seiten.....	11
2.2 Allgemeine Angaben über die Unternehmen.....	14
2.3 Daten zur Aktie.....	16
2.4 Unternehmensbezogene Informationen.....	19
2.5 Kontaktmöglichkeiten.....	21
3. Befragung von Internet-Nutzern durch das DAI.....	23
4. Zusammenfassung.....	27
Literatur.....	29
Anhang.....	31
A1. Untersuchte Internet-Auftritte.....	31
A1.1 DAX30-Unternehmen.....	31
A1.2 MDAX-Unternehmen.....	32
A1.3 SMAX-Kandidaten.....	34
A1.4 Neuer-Markt-Unternehmen.....	35
A1.5 Euro-Stoxx-50-Unternehmen.....	37
A1.6 Dow-Jones-Industrial-Average-Unternehmen.....	38
A2. Erhebungsbogen.....	39
A3. Demographische Merkmale der befragten Internet-Nutzer.....	41
A3.1 Altersstruktur.....	41
A3.2 Geschlechtsstruktur.....	41
A4. Fragebogen.....	42





## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Zahl der .de-Domains Januar 1994 bis April 1999 .....	8
Abbildung 2:	Unternehmen mit Internet-Auftritt.....	9
Abbildung 3:	Ableitbarkeit der Internet-Adresse aus der Firma .....	12
Abbildung 4:	Firma in den Katalogen "Excite" oder "Yahoo" verzeichnet .....	13
Abbildung 5:	Angaben zu Vorstand und Aufsichtsrat.....	14
Abbildung 6:	Verfügbarkeit von Aktienkursen.....	16
Abbildung 7:	Angebot von Analysen.....	18
Abbildung 8:	Geschäftsberichte .....	19
Abbildung 9:	Von Internet-Nutzern gewünschte Informationen ....	23
Abbildung 10:	Gewünschte Kommunikationskanäle für Neuigkeiten .....	24
Abbildung 11:	Von Internet-Nutzern gewünschte Kontaktmöglichkeiten.....	25

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Angaben zur Aktionärsstruktur und Frequently Asked Questions .....	17
Tabelle 2:	Berichte und Meldungen auf den Internet-Seiten .....	20
Tabelle 3:	Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme .....	21



## 1. Einführung

Investor Relations ist die kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit des börsennotierten Unternehmens für gegenwärtige und zukünftige Anleger. Bis Mitte der 90er Jahre wurde Investor Relations vor allem über die klassischen IR-Instrumente betrieben. Zu diesen Instrumenten zählen die Quartals-, Zwischen- und Geschäftsberichte, Aktionärsbriefe, Analystentreffen, (Bilanz-)Pressekonferenzen, One-To-One-Meetings usw.<sup>1</sup> Auch die Hauptversammlung kann zur Streuung von Informationen unter die Anleger dienen.

In den letzten Jahren entdeckten die Unternehmen jedoch auch zunehmend das Internet als Medium für Investor Relations. Im Oktober 1997 hatten bereits knapp 70 Prozent der DAX100-Unternehmen ein eigenes Internet-Angebot,<sup>2</sup> im ersten Quartal 1999 stieg der Anteil auf 91 Prozent. Angesichts der zunehmenden Zahl der Internet-Nutzer ist dies kaum überraschend.

---

<sup>1</sup> vgl. Leven (1998), S. 51

<sup>2</sup> vgl. Helm (1998), S. 190

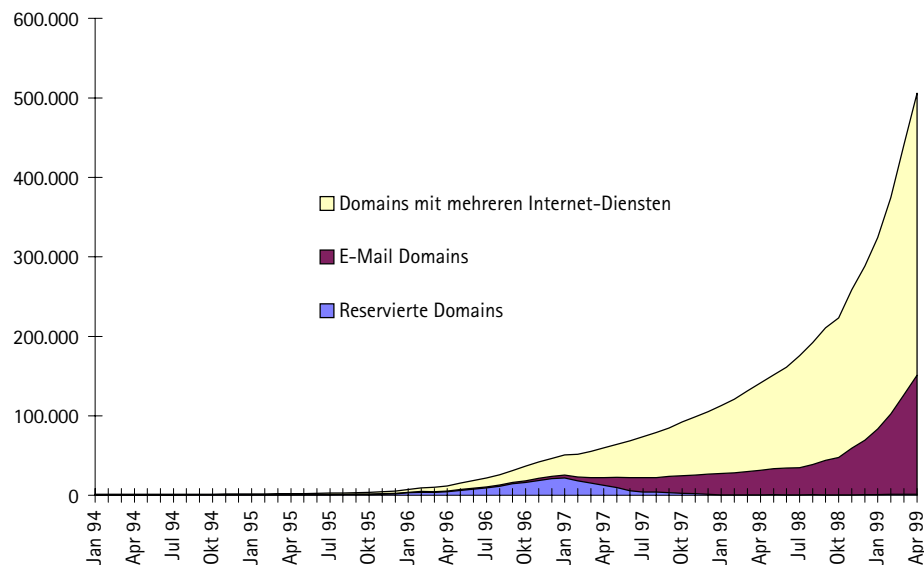


Abbildung 1: Zahl der .de-Domains Januar 1994 bis April 1999  
Quelle: Deutsches Network Information Center, RIPE Network Coordination Centre  
<http://www.nic.de/Netcount/data/netStatDomain.dat>

Das exponentielle Wachstum des Internet insgesamt ist nach wie vor ungebrochen. Im Januar 1992 wurden etwas mehr 31.000 Rechner im deutschen Internet gezählt. Bis April 1999 stieg diese Zahl auf über 1,6 Millionen.<sup>3</sup> Die Zahl der deutschen Domain-Namen (vgl. Abb. 1) betrug Ende April 1999 rund 500.000, die Zahl der deutschen Internet-Nutzer stieg zum selben Zeitpunkt auf 6,6 Mio. Die Wachstumsraten des Internet sind ohne Beispiel. In den USA dauerte es 38 Jahre bis das Radio 50 Mio. Menschen erreichte. Das Fernsehen durchbrach diese Mauer in 13 Jahren, das Internet nur in fünf Jahren.<sup>4</sup>

Der grundlegende Unterschied zu den klassischen Investor Relations-Instrumenten sind die geringeren Kosten, die das Medium Internet verursacht. Die Kosten für den Versand von 30 Mio. standardisierten elektronischen Nachrichten werden auf rund 10.000 DM geschätzt.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> vgl. <http://www.nic.de/Netcount/data/netStatHost.dat>

<sup>4</sup> vgl. Grote (1999), S. 54

<sup>5</sup> vgl. Schulzki-Haddouti (1999), S. 26

Bei dem klassischen Aktionärsbrief dürften die Kosten bei 2 bis 3 DM pro Stück liegen. Eine Internet-Präsenz kann schon mit einem geringen Aufwand realisiert werden. Für Unternehmen mit relativ geringem Besucheraufkommen dürfte eine Präsenz für 8.000 bis 12.000 DM p. a. realisierbar sein. Für größere Benutzerzahlen sind Kosten in der Größenordnung von 50.000 bis 100.000 DM p. a. zu erwarten. Hinzu kommen die Kosten für die Erstellung und Wartung der einzelnen Internet-Seiten.

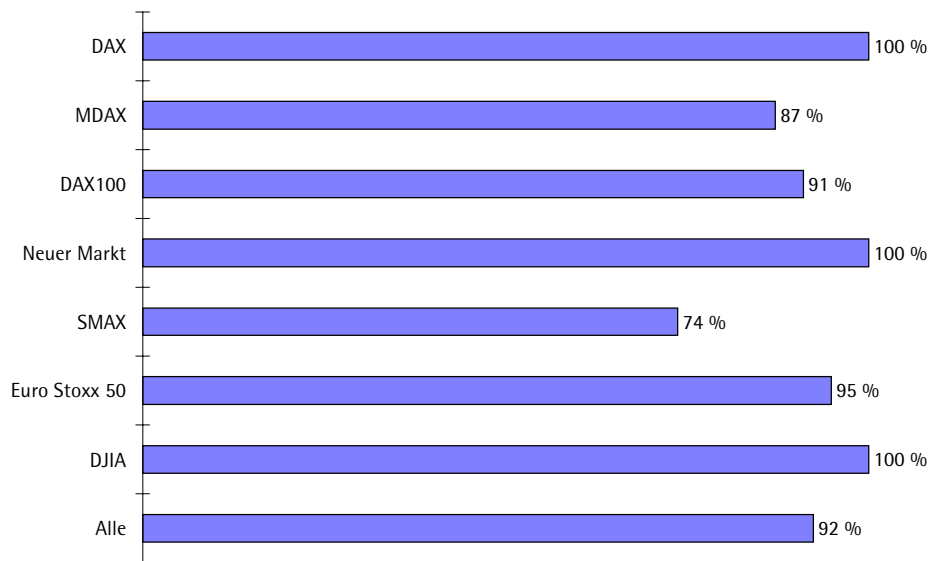


Abbildung 2: Unternehmen mit Internet-Auftritt

Ziel dieser Studie<sup>6</sup> ist es, die gegenwärtige Nutzung des Internet zum Zweck der Investor Relations festzustellen. Darüber hinaus soll erhoben werden, welche Informationen für den Aktienbesitzer bzw. Internet-Nutzer von Interesse sind.

---

<sup>6</sup> Weitere Studien zu diesem Thema haben Wagenhofer/Pirchegger (1999), Helm (1998) und Deller/Stubenrath/Weber (1998) durchgeführt.

Zu diesem Zweck wurde das Internet-Angebot von 276 Unternehmen im In- und Ausland untersucht. Die Stichprobe der deutschen Gesellschaften umfaßte die Unternehmen des DAX (30), MDAX (70) und Neuer Markt (69). Hinzu kamen 38 SMAX-Kandidaten. Zum Vergleich wurden die Internet-Auftritte von der ausländischen Euro-Stoxx-50- (39) und Dow-Jones-Industrial-Average-Unternehmen (30) herangezogen. Von diesen Unternehmen hatten 255 ein eigenes Internet-Angebot (vgl. Abb. 2). Bei ausländischen Unternehmen wurde ein Internet-Angebot nur einbezogen, wenn die Seiten in Deutsch oder Englisch vorhanden waren.

In Kapitel 3 werden die Ergebnisse einer Umfrage unter Nutzern des Internet vorgestellt, die auf der Homepage des Deutschen Aktieninstituts von 19. März bis 18. April 1999 ausgefüllt werden konnte. Insgesamt 240 User haben die gestellten Fragen beantwortet. Beworben wurde diese Umfrage durch den Versand an den E-Mail-Verteiler des Deutschen Aktieninstituts und durch einen Hinweis auf der Finanzseite des Suchmaschinen-Portals hurra.de.

## 2. Untersuchung der Internet-Auftritte

### 2.1 Auffindbarkeit der Seiten

Im Internet sind die Rechner, die Angebote zur Verfügung stellen, auf zweierlei Arten zu erreichen. Zum einen wird für jeden Rechner eine eindeutige numerische Adresse in der Form  $n.n.n.n^7$  zugewiesen. Nur durch diese eindeutige Adresse ist die Kommunikation zwischen zwei Rechnern im Internet möglich. Beispielsweise hat der Server des Deutschen Aktieninstituts die Adresse 62.144.160.62. Diese numerische Adresse (IP-Adresse) hat jedoch zwei Nachteile. Zum einen ist sie relativ schlecht zu merken, zum anderen kann sich bei einem Wechsel der Internet-Anbindung die Adresse ändern. Aus diesem Grund wird die zweite Möglichkeit der Adressierung von Internet-Rechnern, das Domain-Name-System, bevorzugt genutzt. Diese alphanumerische Adresse (Domain-Name) ist wie folgt aufgebaut:

Sub-Domain.Domain.Top-Level-Domain

Die hierarchisch höchste Ebene ist die Top-Level-Domain. Diese Top-Level-Domain besteht aus der Abkürzung des Ländernamens, z. B. „de“ für Deutschland oder „uk“ für das Vereinigte Königreich und wird in jedem Land zentral von einer Organisation verwaltet. Neben diesen Top-Level-Domains existieren auch die sogenannten Generic Top-Level-Domains, z. B. „com“, „edu“ oder „org“. Die genannten Generic Top-Level-Domains werden von US-amerikanischen Organisationen verwaltet und sind für Unternehmen, Universitäten bzw. Organisationen ohne Erwerbzweck vorgesehen. Die Domain unterhalb der Top-Level-Domain, d. h. der eigentliche Name wird von den

---

<sup>7</sup> n repräsentiert jeweils eine Zahl zwischen 0 und 255.

dafür zuständigen Organisationen in den jeweiligen Ländern. Vor der Domain steht meist die Abkürzung „www“ (World Wide Web). Ähnlich einem Telefonbuch, das Personennamen bestimmten Telefonnummern zuordnet, verwalten sogenannte Domain-Name-Server die Zuordnung von Domain-Name zu der jeweiligen IP-Adresse. Bei jedem Abruf des Internet-Angebots mit Hilfe des Domain-Namens wird bei dem Domain-Name-Server die entsprechende numerische Adresse erfragt und danach die Daten übertragen. Damit stellt der Domain-Name sozusagen die Kontaktadresse des Unternehmens im Internet dar.



Abbildung 3: Ableitbarkeit der Internet-Adresse aus der Firma

Um einem Interessenten den Besuch der Homepage zu ermöglichen, ist es hilfreich, wenn der Domain-Name der Firma des Unternehmens genau entspricht. Es wurde deshalb zunächst untersucht, ob die Unternehmen unter der Adresse `www.Firma.Land` zu erreichen sind.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Bei US-Unternehmen hat sich die Adresse `www.Firma.com` und bei britischen Unternehmen `www.Firma.co.uk` durchgesetzt. Diese Besonderheiten wurden bei der Erhebung berücksichtigt.



Die Überprüfung ergab, dass nur die Dow-Jones- und die DAX-Unternehmen alle unter ihrem Namen erreichbar sind. Insbesondere die Unternehmen des Neuen Marktes schnitten relativ schlecht ab. Grundsätzlich ergeben sich immer dann Schwierigkeiten, wenn Mehrwortnamen die Firma bilden.



Abbildung 4: Firma in den Katalogen "Excite" oder "Yahoo" verzeichnet

Es ist deshalb erforderlich, dass die Unternehmen in *Suchmaschinen* auffindbar und oder in einem *Internet-Katalog* verzeichnet sind. Eine *Suchmaschine* durchsucht die Internet-Angebote automatisiert und katalogisiert die Ergebnisse nach Schlagworten. Um in eine *Suchmaschine* aufgenommen zu werden, müssen die Inhalte der Internet-Seiten bestimmten Vorgaben entsprechen. Ein *Internet-Katalog* dagegen wird nicht automatisch, sondern redaktionell bearbeitet. Meist ist seitens des Anbieters ein Aufnahmeantrag an die Redaktion notwendig. Es wurde untersucht, ob das Unternehmen durch die Angabe der Firma ohne Firmenzusätze (Aktiengesellschaft, Limited, etc.) unter den ersten zwanzig Suchergebnissen des gewählten Katalogs zu finden war. Recherchiert wurde in den Katalogen yahoo.de und excite.de, da diese Internet-Angebote zu den meistgenutzten Seiten

in Deutschland gehören. Es ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei den Firmen als Domain-Name. Nur die Dow-Jones- und die DAX-Unternehmen waren in den Katalogen vollständig verzeichnet. Besonders auffällig ist das schlechte Abschneiden der SMAX-Kandidaten. Dies ist schwer nachvollziehbar, da die Redaktionen der Kataloge die Internet-Adressen von Unternehmen in der Regel nach Anmeldung sofort aufnehmen. Im Unterschied dazu dauert die Registrierung der Homepage in einer Suchmaschine (z. B. AltaVista) bis zu sechs Monaten.

## 2.2 Allgemeine Angaben über die Unternehmen

Generelle Informationen über das Unternehmen dienen dem Aktionär zur schnellen Orientierung über die Geschäftstätigkeit, die Besetzung der Organe und die Entwicklung des Unternehmens. Alle DAX-Unternehmen stellen in ihrem Internet-Angebot eine Unternehmensbeschreibung zur Verfügung, jedoch nur 73 Prozent der MDAX- und 63 Prozent der SMAX-Kandidaten. Die anderen Unternehmen verfügten in über 90 Prozent der Fälle über eine solche Beschreibung. Ähnliche Ergebnisse ergab die Auswertung, ob die Produkte und Dienstleistungen auf den Unternehmensseiten beschrieben waren.

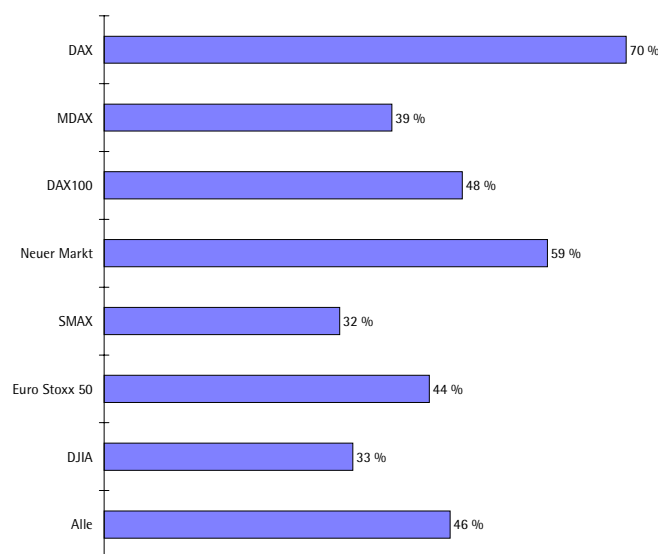


Abbildung 5: Angaben zu Vorstand und Aufsichtsrat

Angaben zu Vorstand und Aufsichtsrat sind generell seltener zu finden. Die DAX-Unternehmen schneiden mit 70 Prozent am besten ab, gefolgt von den Gesellschaften des Neuen Marktes mit knapp 60 Prozent. Abgeschlagen sind die Gesellschaften des MDAX, des SMAX und des Dow Jones. Teilweise sind die Informationen schwer aufzufinden. Eine Suchmaschine, die die Recherche auf den jeweiligen Seiten sehr beschleunigen würde, bieten nur 35 Prozent der Unternehmen an. Spitzenreiter sind hier die Dow-Jones-Gesellschaften mit 90 Prozent.

## 2.3 Daten zur Aktie

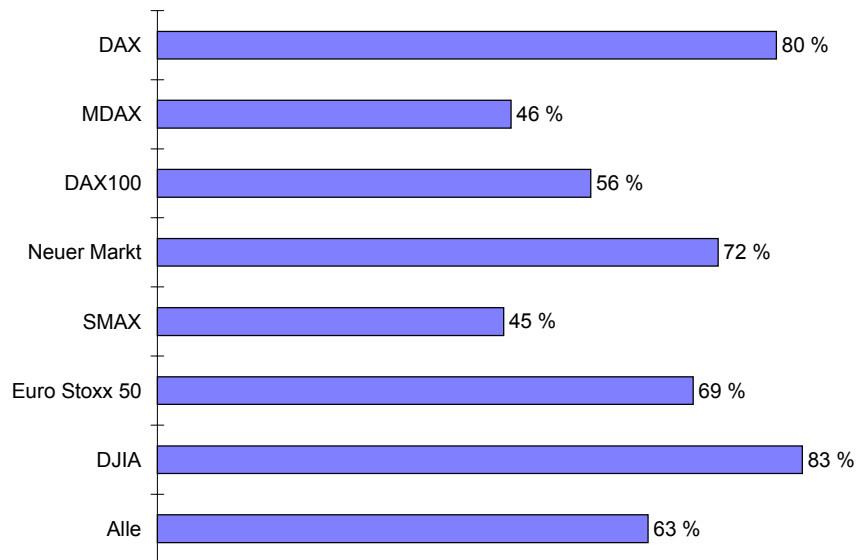


Abbildung 6: Verfügbarkeit von Aktienkursen

Der Aktienkurs ist eine der wichtigsten Informationen für den Aktionär. Trotzdem stellen einige Unternehmen nicht einmal den aktuellen Kurs zur Verfügung.<sup>9</sup> Insbesondere die Seiten der SMAX-Kandidaten und der MDAX-Unternehmen lassen hier Wünsche offen. Es ist darüber hinaus generell leider noch nicht üblich, den Aktienkurs in einer langen Zeitreihe, d. h. ein Jahr oder länger, zur Verfügung zu stellen. Einige Unternehmen bieten Jahrescharts an, auf die einzelnen Kurse zum Import in andere Anwendungen (z. B. Chartprogramme, Tabellenkalkulationen etc.) hat der Aktionär jedoch regelmäßig keinen Zugriff.

Zur Dividende machen nur knapp 30 Prozent der Unternehmen Angaben. Das schlechte Abschneiden der Neuer-Markt-Gesellschaften

---

<sup>9</sup> Ein Aktienkurs galt als verfügbar, wenn er nicht älter als ein Börsentag war. Der Kurs konnte auch in einem Chart oder einer Zeitreihe enthalten sein.

(3 %) könnte darauf zurückzuführen sein, dass dort eine Vielzahl von Unternehmen notiert sind, die erst vor kurzer Zeit den Börsengang durchgeführt haben, weshalb eine historische Dividendeninformation nicht zur Verfügung steht. Dies verzerrt das Ergebnis naturgemäß nach unten. Anders sieht dies bei den SMAX-Kandidaten (8 %) aus. Diese Unternehmen sind schon seit längerer Zeit notiert. Ihre unbefriedigenden Ergebnisse sind deshalb besonders kritisch zu bewerten. Im internationalen Vergleich liegen die DAX- (63 %) zusammen mit den Dow-Jones-Unternehmen an der Spitze. Die MDAX- (36 %) und Euro-Stoxx-50-Unternehmen (33 %) schneiden mittelmäßig ab. Insgesamt ist die Bereitstellung von Dividendendaten stark verbesserungswürdig.

Angaben zur Aktionärsstruktur sind dünn gesät. Nur die DAX-Unternehmen überraschen positiv. Dies ist um so bemerkenswerter, als die überwiegende Mehrzahl der DAX-Unternehmen zum Zeitpunkt der Erhebung Inhaberaktien ausgegeben hatte. Bei dieser Form der Aktie ist es anders als bei der Namensaktie schwierig, verlässliche Zahlen über die Aktionäre zu erhalten. Schlusslicht bei den Angaben zur Aktionärsstruktur bilden die Dow-Jones-Gesellschaften. Nur ein Unternehmen stellte hier nähere Angaben zur Verfügung.

	DAX	MDAX	Neuer Markt	SMAX	Euro Stoxx 50	DJIA
Angaben zur Aktionärsstruktur	60	19	16	8	26	3
Rubrik „häufige Fragen“	10	7	13	3	18	47

Tabelle 1: Angaben zur Aktionärsstruktur und Frequently Asked Questions  
Alle Angaben in Prozent

Viele Fragen von Aktionären werden immer wieder an die Unternehmen heran getragen. Es ist daher erstaunlich, dass nur wenige Unternehmen die Antworten auf die häufigsten Fragen auf ihrer Homepage veröffentlichen. Knapp die Hälfte der amerikanischen Unternehmen

pfllegt eine Rubrik mit „Frequently Asked Questions“. Bei den deutschen Unternehmen sind es zwischen drei und 13 Prozent. Offensichtlich ist für deutsche Unternehmen die Arbeitersparnis durch die Beantwortung häufig gestellter Fragen noch nicht hoch genug.

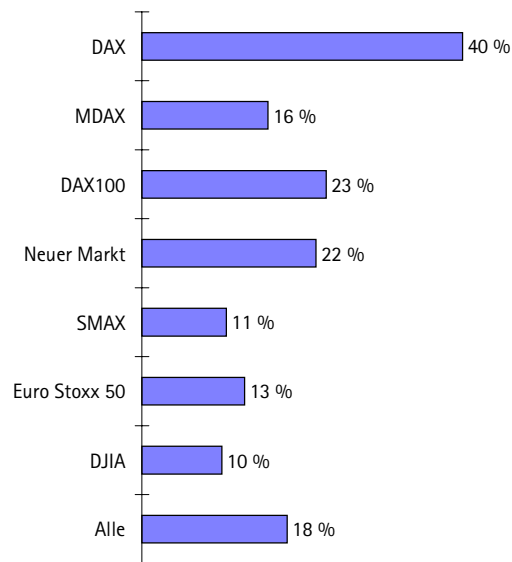


Abbildung 7: Angebot von Analysen

Für Privatanleger ist die Analyse der zukünftigen Aktienperformance schwer einzuschätzen. Um so wichtiger sind für sie Empfehlungen von Analysten, die das Unternehmen professionell einschätzen. Immerhin 40 Prozent der DAX30-Unternehmen stellen mindestens eine Analyse auf der Homepage des Unternehmens zur Verfügung. Die deutschen Unternehmen schneiden im internationalen Vergleich generell am besten ab. Trotzdem sind hier Verbesserungen möglich.

## 2.4 Unternehmensbezogene Informationen

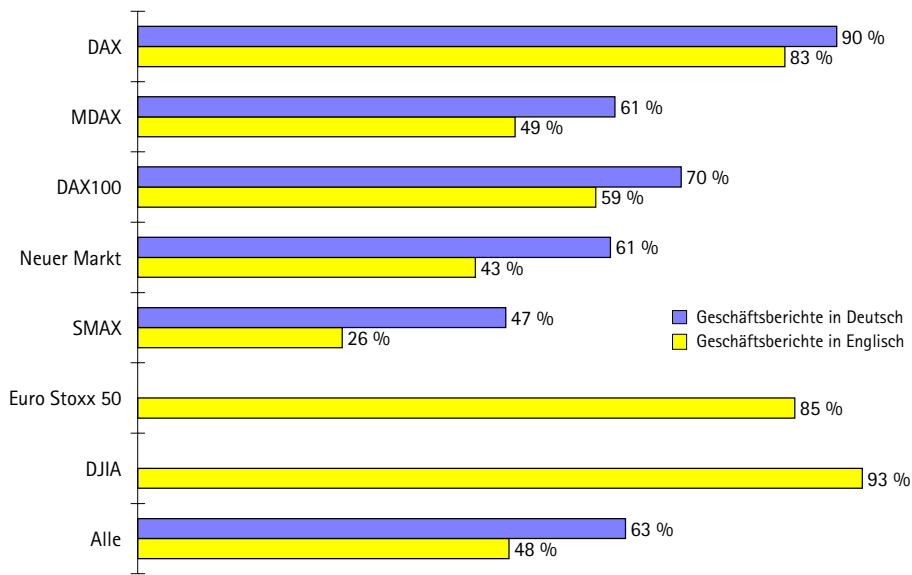


Abbildung 8: Geschäftsberichte

Geschäftsberichte<sup>10</sup> mit den Jahresabschlüssen sind im Internet relativ häufig zu finden. Spitzenreiter sind hier die Dow-Jones-, die Euro-Stoxx-50- und die DAX-Unternehmen. In der Regel findet man bei mehr als der Hälfte der übrigen deutschen Gesellschaften den Geschäftsbericht in elektronischer Form. Informationen zum Jahresabschluß in englischer Sprache sind ebenfalls regelmäßig auf der Homepage verfügbar. Nur die SMAX-Kandidaten verzichten oftmals auf die Bereitstellung eines Berichts in Englisch.

Die Geschäftsberichte werden überwiegend im Format HTML oder Adobe PDF veröffentlicht. Letzteres hat den Vorteil, dass sich der Geschäftsbericht layoutgetreu auf einem Drucker ausgeben lässt, so dass die elektronische Form nahezu eine identische Kopie der gedruckten Version darstellt. In beiden Formaten lassen sich die im Internet zur Verfügung stehenden Mittel (z. B. Links) verwenden. In den meisten Fällen sind die elektronischen Geschäftsberichte jedoch nur

---

<sup>10</sup> Zu den Anforderungen der Nutzer an den Inhalt der Geschäftsberichte vgl. Hamburger Geschäftsberichte (1998)

zum Ausdruck vorgesehen. Eine mediengerechte Aufarbeitung der Dateien, z. B. Verweise (Links) zwischen Inhaltsverzeichnis und Text, findet praktisch nicht statt.<sup>11</sup>

	DAX	MDAX	Neuer Markt	SMAX	Euro Stoxx 50	DJIA
Zwischenberichte	70	47	29	29	38	60
Quartalsberichte	50	11	57	11	41	60
Aktionärsbriefe	17	19	6	8	23	13
Berichte über Analystentreffen etc.	43	29	32	18	31	30
Audio- und Videoberichte	13	4	6	3	5	3
Pressemeldungen	90	77	90	61	90	97
Ad hoc-Meldungen	3	7	17	8	-	-
Unternehmenskalender	77	51	65	42	46	23
HV-Termin	70	46	55	39	33	23
HV-Ort	47	27	29	21	13	20
Bericht über letzte HV	20	19	3	13	13	17
Tagesordnung nächste HV	10	0	1	3	5	3

Tabelle 2: Berichte und Meldungen auf den Internet-Seiten  
Alle Angaben in Prozent

Zwischen- und Quartalsberichte sind weniger häufig als Geschäftsberichte zu finden. Aktionärsbriefe und Ad hoc-Meldungen sind nur vereinzelt zu finden. Die deutschen Unternehmen stellen zudem überraschend häufig Angaben zur Hauptversammlung auf ihre Homepage. Generell schneiden die inländischen Unternehmen im internationalen Vergleich bei Geschäftsberichten und den in Tabelle 2 genannten Meldungen gut ab. Neuere Technologien, wie Audio und Video via Internet sind noch nicht sehr weit verbreitet.

---

<sup>11</sup> Nur 20 Prozent der privaten Aktionäre bevorzugt einen exaktes Abbild des gedruckten Geschäftsberichts im Internet. 58 bzw. 60 Prozent dagegen möchten die Möglichkeit haben, den Bericht schnell nach Schlagworten zu durchsuchen sowie Querverweise zwischen verschiedenen Jahren. Vgl. Hamburger Geschäftsberichte (1998), S. 29



## 2.5 Kontaktmöglichkeiten

Zur Klärung weiterer Fragen sollte dem Interessierten eine Kontaktmöglichkeit geboten werden. Die Internet-Auftritte der MDAX- und SMAX-, aber auch der Euro-Stoxx-50-Gesellschaften lassen hier viele Wünsche offen. Grundsätzlich sollte auf der Internet-Seite die Postadresse, eine Telefonnummer sowie die E-Mail-Adresse der IR-Abteilung angegeben sein. Bei diesen Daten handelt es sich um statische Informationen, so dass sich der Pflegeaufwand in Grenzen halten sollte. Ein sogenanntes Web-Formular ist für den Internet-Nutzer ein sehr bequemer Weg, Kontakt mit dem Unternehmen aufzunehmen. Dies hat für das Unternehmen zudem den Vorteil, dass zusätzliche Informationen (z. B. postalische Adresse, Telefonnummer etc.) abgefragt werden können, so dass bei der Beantwortung alternative Wege der Kommunikation möglich sind. Zudem kann jeder Nutzer unmittelbar Fragen an das Unternehmen richten, ohne dass er über ein separates Mail-System, Telefon etc. verfügen muß. Ein solches Web-Formular ist oftmals die einzige Möglichkeit, von öffentlichen Internet-Terminals aus das Unternehmen anzuschreiben.

	DAX	MDAX	Neuer Markt	SMAX	Euro Stoxx 50	DJIA
Telefonnummer	83	54	75	58	56	80
E-Mail-Adresse	83	57	84	66	69	80
Web-Formular	23	47	33	18	31	7
Postadresse	77	54	75	47	54	67
Mailing-Liste	33	14	22	13	18	7

Tabelle 3: Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme  
Alle Angaben in Prozent



### 3. Befragung von Internet-Nutzern durch das DAI

Neben der Untersuchung der Internet-Angebote deutscher und ausländischer Unternehmen wurde eine Umfrage unter Internet-Nutzern durch das Deutsche Aktieninstitut durchgeführt. Der hierfür verwendete Fragebogen wurde relativ kurz gehalten, um eine hohe Akzeptanz bei den Befragten zu erreichen. 240 User haben den Fragebogen ausgefüllt. Die Mehrzahl der Befragten (85 Prozent) ist Aktionär. Die befragten Personen nutzen zu 91 Prozent das Internet regelmäßig zur Beschaffung von Informationen über börsennotierte Gesellschaften. Über 80 Prozent der Befragten nutzt das Internet täglich und 15 Prozent wöchentlich. Ca. 3 Prozent der Befragten machten hierzu keine Angaben.

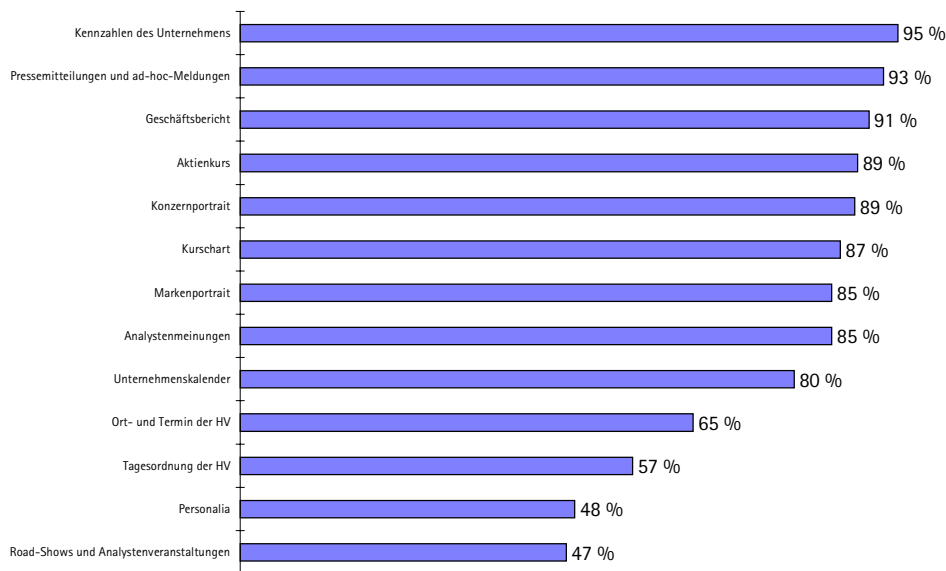


Abbildung 9: Von Internet-Nutzern gewünschte Informationen

Sowohl der Aktienkurs bzw. Chart als auch Analystenmeinungen sind bei den Aktionären sehr beliebt. Noch häufiger verlangen die Nutzer einen Geschäftsbericht. Zwischen den Formaten HTML (60 %) und Adobe PDF (62 %) sind die User indifferent. Interessant ist, dass immerhin 56 Prozent die Möglichkeit wünschen, den gedruckten Ge-

schäftsbericht online zu bestellen. Dies läßt darauf schließen, dass die Aktionäre an einem tiefergehenden Studium des Jahresabschlusses interessiert sind.

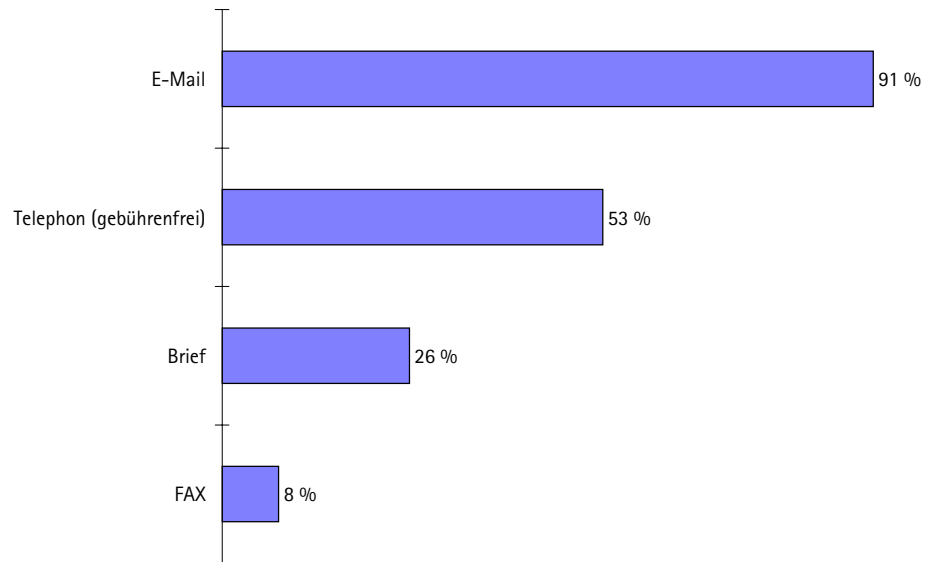


Abbildung 10: Gewünschte Kommunikationskanäle für Neuigkeiten

Generell sind die Aktionäre sehr an Neuigkeiten über das Unternehmen interessiert. Dies spiegelt sich in den Ergebnissen der Umfrage deutlich wieder. 95 Prozent der Aktionäre wünschen Pressemitteilungen und Ad-hoc-Meldungen auf der Homepage. Knapp die Hälfte möchte Informationen über Road Shows und Analystenveranstaltungen. Einen Unternehmenskalender wünschen mehr als 80 Prozent. Über 90 Prozent möchten bei Neuigkeiten über E-Mail informiert werden. Die Information via Telefon, Brief oder Fax ist bei weitem nicht so attraktiv. Das Konzernportrait sowie eine Beschreibung der Produkte und Dienstleistungen werden ebenfalls gewünscht. Die Personalien des Vorstands und des Aufsichtsrats sind für die User weniger wichtig.

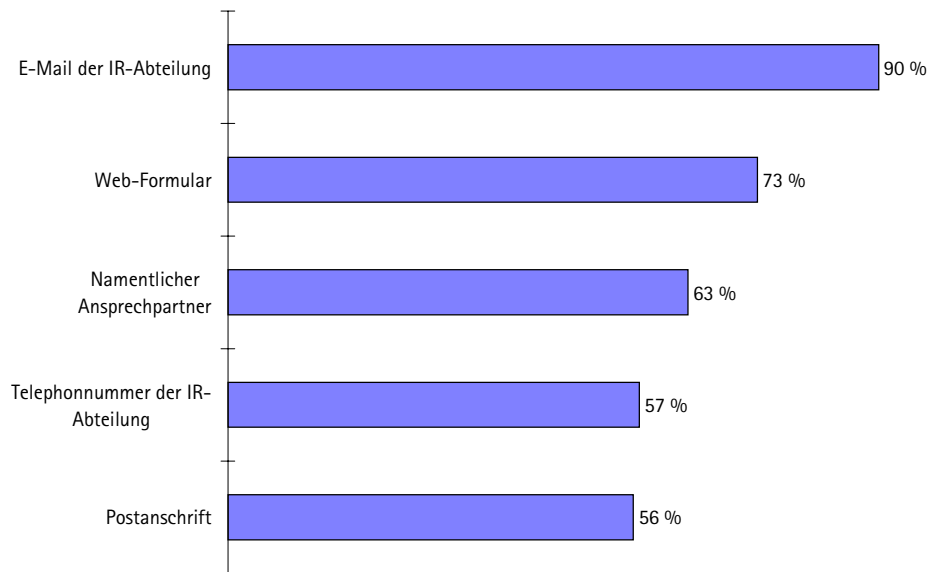


Abbildung 11: Von Internet-Nutzern gewünschte Kontaktmöglichkeiten

Eine Kontaktaufnahme sollte nach Meinung von 90 Prozent der Befragten über E-Mail möglich sein. Ein Web-Formular wünschen rund drei Viertel der Internet-User. Die Möglichkeit einer telefonischen oder brieflichen Kontaktaufnahme fordern mehr als die Hälfte der Befragten.



#### **4. Zusammenfassung**

Die Untersuchung hat gezeigt, dass der Internet-Auftritt der DAX30-Gesellschaften den Inhalten des Angebots ausländischer Unternehmen im Großen und Ganzen entspricht, teilweise sogar darüber hinausgeht. Die Homepages der anderen deutschen Unternehmen weisen hier noch Defizite auf. Auch für diese Gruppe ist das Internet jedoch eine kostengünstige Möglichkeit, ihre (potentiellen) Aktionäre überall auf der Welt zu erreichen.

Mit der Einführung des Euro am 1. Januar 1999 ist ein einheitlicher Aktienmarkt in Euroland entstanden. In Zukunft werden deutsche Emittenten nicht mehr um die Ersparnisse der deutschen Aktionäre in Wettbewerb treten, sondern europäische Gesellschaften um europäisches Kapital. Eine transparente und zeitnahe Investor-Relations-Politik wird deshalb für die börsennotierten Unternehmen immer wichtiger. Das Internet ist mittlerweile den Kinderschuhen entwachsen. Diese Chance gilt es zu nutzen.





## Literatur

- Deller, Dominic; Stubenrath, Michael; Weber, Christoph: *Investor Relations and the Internet: Background, Potential Application and Evidence from the USA, UK and Germany*, Arbeitspapier, Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main, Februar 1998
- Grote, Andreas: Gespaltene Gesellschaft, in: *c't*, Bd. 17, Nr. 8, S. 54-57, 12. April 1999
- Helm, Leonhard: Electronic Publishing - neue Möglichkeiten der Aktionärsinformation am Beispiel Internet, in: Müller, Michael; Leven, Franz-Josef (Hrsg.): *Shareholder Value Reporting: Veränderte Anforderungen an die Berichterstattung börsennotierter Unternehmen*, Wien, Frankfurt: Ueberreuter, 1998, S. 103-119
- Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. (Hrsg): Geschäftsberichte - Was Leser verlangen, Studie, November 1998
- Leven, Franz-Josef: Investor Relations und Shareholder Value, in: Müller, Michael; Leven, Franz-Josef (Hrsg.): *Shareholder Value Reporting: Veränderte Anforderungen an die Berichterstattung börsennotierter Unternehmen*, Wien, Frankfurt: Ueberreuter, 1998, S. 45-62
- Schulzki-Haddouti, Christiane: Provider gegen Spam, in: *c't*, Bd. 17, Nr. 8, S. 26, 12. April 1999
- Wagenhofer, Alfred; Pirchegger, Barbara: Die Nutzung des Internet für die Kommunikation von Finanzinformationen - Eine vergleichende Untersuchung deutscher und österreichischer Unternehmen -, in: *Der Betrieb*, Bd. 52, Nr. 28, S. 1409-1416, 16. Juli 1999



## Anhang

### A1. Untersuchte Internet-Auftritte

#### A1.1 DAX30-Unternehmen

Unternehmen	Internetadresse
Adidas-Salomon	<a href="http://www.adidas.de">www.adidas.de</a>
Allianz	<a href="http://www.allianz.de">www.allianz.de</a>
BASF	<a href="http://www.basf.de">www.basf.de</a>
Bayer	<a href="http://www.bayer.de">www.bayer.de</a>
BMW	<a href="http://www.bmw.de">www.bmw.de</a>
Bayerische Hypo- und Vereinsbank	<a href="http://www.hypovereinsbank.de">www.hypovereinsbank.de</a>
Commerzbank	<a href="http://www.commerzbank.de">www.commerzbank.de</a>
DaimlerChrysler	<a href="http://www.daimlerchrysler.de">www.daimlerchrysler.de</a>
Degussa-Hüls	<a href="http://www.degussa.de">www.degussa.de</a>
Deutsche Bank	<a href="http://www.deutsche-bank.de">www.deutsche-bank.de</a>
Dresdner Bank	<a href="http://www.dresdner-bank.de">www.dresdner-bank.de</a>
Deutsche Telekom	<a href="http://www.telekom.de">www.telekom.de</a>
Henkel	<a href="http://www.henkel.de">www.henkel.de</a>
Hoechst	<a href="http://www.hoechst.de">www.hoechst.de</a>
Karstadt	<a href="http://www.karstadt.de">www.karstadt.de</a>
Lufthansa	<a href="http://www.lufthansa.de">www.lufthansa.de</a>
Linde	<a href="http://www.linde.de">www.linde.de</a>
MAN	<a href="http://www.man.de">www.man.de</a>
Mannesmann	<a href="http://www.mannesmann.de">www.mannesmann.de</a>
Metro	<a href="http://www.metro.de">www.metro.de</a>
Münchner Rückversicherungs-Gesellschaft	<a href="http://www.muenchener-rueck.de">www.muenchener-rueck.de</a>
Preussag	<a href="http://www.preussag.de">www.preussag.de</a>
RWE	<a href="http://www.rwe.de">www.rwe.de</a>
SAP	<a href="http://www.sap-ag.de">www.sap-ag.de</a>
Schering	<a href="http://www.schering.de">www.schering.de</a>
Siemens	<a href="http://www.siemens.de">www.siemens.de</a>
Krupp-Thyssen	<a href="http://www.thyssenkrupp.com">www.thyssenkrupp.com</a>
VEBA	<a href="http://www.veba.de">www.veba.de</a>
VIAG	<a href="http://www.viag.de">www.viag.de</a>
Volkswagen	<a href="http://www.volkswagen.de">www.volkswagen.de</a>

## A1.2 MDAX-Unternehmen

<b>Unternehmen</b>	<b>Internetadresse</b>
AGIV	<a href="http://www.agiv.de">www.agiv.de</a>
Altana	<a href="http://www.altana.de">www.altana.de</a>
Aachener u. Münch. Bet.	<a href="http://www.amb.de">www.amb.de</a>
Allg. Handelsges. d. Verbr. (AVA)	<a href="http://www.ava.de">www.ava.de</a>
Axa Colonia	<a href="http://www.colonia-online.de">www.colonia-online.de</a>
Brau u. Brunnen	-
Bankgesellschaft Berlin	<a href="http://www.bankgesellschaft.de">www.bankgesellschaft.de</a>
Beiersdorf	<a href="http://www.beiersdorf.de">www.beiersdorf.de</a>
BHF-Bank	<a href="http://www.bhf-bank.com">www.bhf-bank.com</a>
Berl. Kraft- u. Licht (BEWAG)	-
BHW Holding	<a href="http://www.bhw.de">www.bhw.de</a>
Bilfinger + Berger Bau	<a href="http://www.bilfinger-berger.de">www.bilfinger-berger.de</a>
Buderus	<a href="http://www.buderus.de">www.buderus.de</a>
Continental	<a href="http://www.continental.de">www.continental.de</a>
Babcock	-
DBV-Winterthur	<a href="http://www.dbv.de">www.dbv.de</a>
Deutz	<a href="http://www.deutz.de">www.deutz.de</a>
Douglas Holding	<a href="http://www.douglas.de">www.douglas.de</a>
Dt. Pfandbrief- u. Hypothekenbank	<a href="http://www.depfa-bank.de">www.depfa-bank.de</a>
Dürr	-
Dyckerhoff	<a href="http://www.dyckerhoff.de">www.dyckerhoff.de</a>
Escada	<a href="http://www.escada.com">www.escada.com</a>
Ergo Versich.	<a href="http://www.ergo.de">www.ergo.de</a>
FAG Kugelfischer	<a href="http://www.fag.de">www.fag.de</a>
Fielmann	<a href="http://www.fielmann.de">www.fielmann.de</a>
Fresenius	<a href="http://www.fresenius.de">www.fresenius.de</a>
Fresenius Medical Care	<a href="http://www.fmc-ag.de">www.fmc-ag.de</a>
Gea	<a href="http://www.gea-ag.de">www.gea-ag.de</a>
Gehe	-
Gerresheimer Glas	<a href="http://www.gerresheimer.de">www.gerresheimer.de</a>
Friedrich Grohe	<a href="http://www.grohe.de">www.grohe.de</a>
Heidelberger Druck	<a href="http://www.heidelberg.com">www.heidelberg.com</a>
Heidelberger Zement	<a href="http://www.hzag.de">www.hzag.de</a>
Hannover Rückversich.	-
Hochtief	<a href="http://www.hochtief.de">www.hochtief.de</a>
Philipp Holzmann	<a href="http://www.philipp-holzmann.de">www.philipp-holzmann.de</a>
IKB Deutsche Industriebank	<a href="http://www.ikb.de">www.ikb.de</a>
IVG Holding	<a href="http://www.ivg.de">www.ivg.de</a>
IWKA	<a href="http://www.iwka.de">www.iwka.de</a>
Jenoptik	<a href="http://www.jenoptik.de">www.jenoptik.de</a>
Jungheinrich	<a href="http://www.jungheinrich.de">www.jungheinrich.de</a>
Kali und Salz	<a href="http://www.kalisalz.de">www.kalisalz.de</a>
Kiekert	-
Klößner-Werke	-
Kolbenschmidt Pierburg	<a href="http://www.kolbenschmidt.de">www.kolbenschmidt.de</a>
Krones	<a href="http://www.krones.de">www.krones.de</a>
KSB	<a href="http://www.ksb.de">www.ksb.de</a>
Lahmeyer	<a href="http://www.lahmeyer.com">www.lahmeyer.com</a>
Metallgesellschaft	<a href="http://www.metallgesellschaft.de">www.metallgesellschaft.de</a>

Marschollek, Lautenschläger und Partner	<a href="http://www.mlp-ag.de">www.mlp-ag.de</a>
Merck	<a href="http://www.merck.de">www.merck.de</a>
Phoenix	<a href="http://www.phoenix-ag.com">www.phoenix-ag.com</a>
Plettac	<a href="http://www.plettac.de">www.plettac.de</a>
Porsche	<a href="http://www.porsche.de">www.porsche.de</a>
Pro Sieben Media	<a href="http://www.pro-sieben.de">www.pro-sieben.de</a>
Puma	<a href="http://www.puma.de">www.puma.de</a>
Rhön-Klinikum	<a href="http://www.rhoen-klinikum-ag.com">www.rhoen-klinikum-ag.com</a>
Rheinmetall	<a href="http://www.rheinmetall.com">www.rheinmetall.com</a>
SGL Carbon	<a href="http://www.sglcarbon.de">www.sglcarbon.de</a>
Sixt	<a href="http://www.sixt.de">www.sixt.de</a>
SKW Trostberg	<a href="http://www.skw.de">www.skw.de</a>
Schmalbach-Lubeca	<a href="http://www.schmalbach.de">www.schmalbach.de</a>
Spar Handels	<a href="http://www.spar.de">www.spar.de</a>
Schwarz Pharma	<a href="http://www.schwarzpharma.de">www.schwarzpharma.de</a>
Südzucker	<a href="http://www.suedzucker.de">www.suedzucker.de</a>
Tarkett Sommer	<a href="http://www.tarkett-sommer.de">www.tarkett-sommer.de</a>
Varta	<a href="http://www.varta.de">www.varta.de</a>
Vossloh	<a href="http://www.vossloh.de">www.vossloh.de</a>
WCM Beteil. u. Grundbesitz	<a href="http://www.wcm.de">www.wcm.de</a>
Wella	<a href="http://www.wella.de">www.wella.de</a>

### A1.3 SMAX-Kandidaten

<b>Unternehmen</b>	<b>Internetadresse</b>
Adolf Ahlers	<a href="http://www.ahlers-ag.com">www.ahlers-ag.com</a>
Apcoa Parking	-
Baader Wertpapiere	<a href="http://www.baaderbank.de">www.baaderbank.de</a>
Bausch	-
Beru	-
Bien-Haus	-
Biotest	<a href="http://www.biotest.de">www.biotest.de</a>
Creaton	<a href="http://www.creaton.de">www.creaton.de</a>
Curtis 1000 Europa	<a href="http://www.curtis.de">www.curtis.de</a>
Dt. Beteiligung	-
Eff-Eff Fritz Fuß	-
Eurobike	<a href="http://www.eurobike.ch">www.eurobike.ch</a>
Fritz Nols	-
Gardena Holding	<a href="http://www.gardena.de">www.gardena.de</a>
Gerry Weber	<a href="http://www.gerryweber.de">www.gerryweber.de</a>
Gesco	<a href="http://www.gesco.de">www.gesco.de</a>
Hach	<a href="http://www.hachag.de">www.hachag.de</a>
Hawesko Holding	<a href="http://www.hawesko.de">www.hawesko.de</a>
Hornbach	<a href="http://www.hornbach.de">www.hornbach.de</a>
Hucke	-
INDUS Holding	-
Kampa-Haus	<a href="http://www.kampa.de">www.kampa.de</a>
Kamps	<a href="http://www.kamps.de">www.kamps.de</a>
König+Bauer	<a href="http://www.kba-print.de">www.kba-print.de</a>
Leifheit	<a href="http://www.leifheit.de">www.leifheit.de</a>
Leonische Drahtw.	<a href="http://Www.leonische.de">Www.leonische.de</a>
Nordt. Affinerie	<a href="http://www.affinerie-hamburg.com">www.affinerie-hamburg.com</a>
Pfleiderer	<a href="http://www.pfleiderer.de">www.pfleiderer.de</a>
Quante	<a href="http://www.quante.de">www.quante.de</a>
R. Stahl	<a href="http://www.stahl.de">www.stahl.de</a>
Salzgitter	<a href="http://www.salzgitter-ag.de">www.salzgitter-ag.de</a>
Schlott	<a href="http://www.schlott.de">www.schlott.de</a>
SG-Holding	<a href="http://www.sg-holding.de">www.sg-holding.de</a>
Spütz	<a href="http://www.spuetz.de">www.spuetz.de</a>
Stada	<a href="http://www.stada.de">www.stada.de</a>
Uzin	<a href="http://www.uzin.de">www.uzin.de</a>
Verseidag	<a href="http://www.verseidag.de">www.verseidag.de</a>
Wünsche	<a href="http://www.wuensche.de">www.wuensche.de</a>

## A1.4 Neuer-Markt-Unternehmen

<b>Unternehmen</b>	<b>Internetadresse</b>
1&1	<a href="http://www.online.de">www.online.de</a>
AC-Service	<a href="http://www.ac-service.com">www.ac-service.com</a>
Aixtron	<a href="http://www.aixtron.de">www.aixtron.de</a>
Augusta Beteiligungsaktiengesellschaft	<a href="http://www.augusta-ag.de">www.augusta-ag.de</a>
Articon Inf. Sys.	<a href="http://www.articon.de">www.articon.de</a>
BB Biotech	<a href="http://www.bellevue.ch">www.bellevue.ch</a>
BB Medtech	<a href="http://www.bellevue.ch">www.bellevue.ch</a>
Bertrandt	<a href="http://www.bertrandt.de">www.bertrandt.de</a>
Beta Systems Software	<a href="http://www.betasystems.com">www.betasystems.com</a>
Brokat	<a href="http://www.brokat.de">www.brokat.de</a>
CE Computer Equipment	<a href="http://www.ce-ag.de">www.ce-ag.de</a>
CE Consumer Electronic	<a href="http://www.consumer.de">www.consumer.de</a>
Cenit Systemhaus	<a href="http://www.cenit.de">www.cenit.de</a>
Centrotec	<a href="http://www.centrotec.de">www.centrotec.de</a>
Ceotronics	<a href="http://www.ceotronics.de">www.ceotronics.de</a>
Cinemia Film	<a href="http://www.cinemia.de">www.cinemia.de</a>
Computec Media	<a href="http://www.computec.de">www.computec.de</a>
Cybernet Internet Services Intl.	<a href="http://www.cybernet-ag.net">www.cybernet-ag.net</a>
Datadesign	<a href="http://www.datadesign.de">www.datadesign.de</a>
DEAG - Dt. Entertainment	<a href="http://www.deutsche-entertainment.de">www.deutsche-entertainment.de</a>
Drillisch	<a href="http://www.drillisch.de">www.drillisch.de</a>
Edel Music	<a href="http://www.edel.de">www.edel.de</a>
Elsa	<a href="http://www.elsa.de">www.elsa.de</a>
EM.TV & Merchandising	<a href="http://www.em-ag.de">www.em-ag.de</a>
Euromicron	<a href="http://www.euromicron.de">www.euromicron.de</a>
Fortec Elektro Vert.	<a href="http://www.fortec-elektronik.de">www.fortec-elektronik.de</a>
Graphisoft N.V.	<a href="http://www.graphisoft.com">www.graphisoft.com</a>
Hanke & Peter	<a href="http://www.hape.de">www.hape.de</a>
Heyde	<a href="http://www.heyde.de">www.heyde.de</a>
Höft & Wessel	<a href="http://www.hoeft-wessel.de">www.hoeft-wessel.de</a>
Hunzinger Information	<a href="http://www.hunzinger.de">www.hunzinger.de</a>
Informatec	<a href="http://www.informatec.de">www.informatec.de</a>
Intershop	<a href="http://www.intershop.de">www.intershop.de</a>
Intertainment	<a href="http://www.intertainment-ag.de">www.intertainment-ag.de</a>
Ixos Software	<a href="http://www.ixos.de">www.ixos.de</a>
Kinowelt Medien	<a href="http://www.kinowelt.de">www.kinowelt.de</a>
LHS Group	<a href="http://www.lhsgroup.com">www.lhsgroup.com</a>
Lintec Computer	<a href="http://www.lintec.de">www.lintec.de</a>
Loesch Umweltschutz	<a href="http://www.loesch-umweltschutz-ag.de">www.loesch-umweltschutz-ag.de</a>
LPKF Laser & Electronics	<a href="http://www.lpkf.de">www.lpkf.de</a>
MB Software	<a href="http://www.mb-software.de">www.mb-software.de</a>
Mensch und Maschine	<a href="http://www.mum.de">www.mum.de</a>
Micrologica	<a href="http://www.micrologica.de">www.micrologica.de</a>
Mobilcom	<a href="http://www.mobilcom.de">www.mobilcom.de</a>
Mühl Produkt & Service	<a href="http://www.muehl.de">www.muehl.de</a>
Mühlbauer Holding	<a href="http://www.muehlbauer.de">www.muehlbauer.de</a>
Pfeiffer Vacuum Tech.	<a href="http://www.pfeiffer-vacuum.de">www.pfeiffer-vacuum.de</a>
Plambeck Neue Energien	<a href="http://www.pne.de">www.pne.de</a>
Plenum	<a href="http://www.plenum.de">www.plenum.de</a>

PSI	<a href="http://www.psi.de">www.psi.de</a>
Qiagen	<a href="http://www.qiagen.com">www.qiagen.com</a>
Refugium Holding	<a href="http://www.refugium-gruppe.de">www.refugium-gruppe.de</a>
Sachsenring Automobiltechnik	<a href="http://www.sachsenring-ag.de">www.sachsenring-ag.de</a>
Saltus Tech.	<a href="http://www.saltus.de">www.saltus.de</a>
SCM Microsystemss Inc.	<a href="http://www.scmmicro.com">www.scmmicro.com</a>
Senator Film	<a href="http://www.senator-film.de">www.senator-film.de</a>
SER Systeme	<a href="http://www.ser.de">www.ser.de</a>
Sero Entsorgung	<a href="http://www.sero.de">www.sero.de</a>
Singulus Tech.	<a href="http://www.singulus.de">www.singulus.de</a>
SoftM Software und Beratung	<a href="http://www.softm.de">www.softm.de</a>
TDS Info-Tech.	<a href="http://www.tds.de">www.tds.de</a>
Technotrans	<a href="http://www.technotrans.de">www.technotrans.de</a>
TelDaFax	<a href="http://www.teldafax.de">www.teldafax.de</a>
Teleplan Intl.	<a href="http://www.teleplan.de">www.teleplan.de</a>
Teles	<a href="http://www.teles.de">www.teles.de</a>
Tiptel	<a href="http://www.tiptel.de">www.tiptel.de</a>
Transtec	<a href="http://www.transtec.de">www.transtec.de</a>
Utimaco	<a href="http://www.utimaco.com">www.utimaco.com</a>
W.E.T. Automotive	<a href="http://www.wet.de">www.wet.de</a>



## A1.5 Euro-Stoxx-50-Unternehmen

<b>Unternehmen</b>	<b>Internetadresse</b>
ABN Amro	<a href="http://www.abn-amro.nl">www.abn-amro.nl</a>
Aegon	<a href="http://www.aegon.de">www.aegon.de</a>
Ahold	<a href="http://www.ahold.nl">www.ahold.nl</a>
Air Liquide	<a href="http://www.airliquide.com">www.airliquide.com</a>
Akzo Nobel	<a href="http://www.akzonobel.com">www.akzonobel.com</a>
Alcatel	<a href="http://www.alcatel.com">www.alcatel.com</a>
Allied Irish Banks	<a href="http://www.aib.ie">www.aib.ie</a>
Assicurazioni Generali	<a href="http://www.generali.it">www.generali.it</a>
AXA	<a href="http://www.axa.com">www.axa.com</a>
Banco Bilbao	<a href="http://www.bbvp.com">www.bbvp.com</a>
Carrefour-Supermarche	<a href="http://www.carrefour.fr">www.carrefour.fr</a>
Credito Italia	<a href="http://www.credit.it">www.credit.it</a>
Electrabel	<a href="http://www.electrabel.com">www.electrabel.com</a>
Elf Aquitaine	<a href="http://www.elf.fr">www.elf.fr</a>
Elsevier	<a href="http://www.elsevier.nl">www.elsevier.nl</a>
Endesa	<a href="http://www.endesa.es">www.endesa.es</a>
ENI	<a href="http://www.eni.it">www.eni.it</a>
Fiat	<a href="http://www.fiat.com">www.fiat.com</a>
Fortis	<a href="http://www.fortis.com">www.fortis.com</a>
France Telecom	<a href="http://www.france-telekom.com">www.france-telekom.com</a>
ING Groep	<a href="http://www.ing.nl">www.ing.nl</a>
KPN	<a href="http://www.kpn.com">www.kpn.com</a>
L'Oreal	<a href="http://www.loreal-finance.com">www.loreal-finance.com</a>
LVMH	<a href="http://www.lvmh.fr">www.lvmh.fr</a>
Nokia	<a href="http://www.nokia.com">www.nokia.com</a>
Paribas	<a href="http://www.paribas.com">www.paribas.com</a>
Petrofina	<a href="http://www.fina.com">www.fina.com</a>
Philips Electronics	<a href="http://www.philips.com">www.philips.com</a>
Portugal Telecom	<a href="http://www.portugal-telecom.pt">www.portugal-telecom.pt</a>
Repsol	<a href="http://www.repsol.es">www.repsol.es</a>
Rhone-Poulenc	<a href="http://www.rhone-poulenc.com">www.rhone-poulenc.com</a>
Royal Dutch Petroleum Company	<a href="http://www.shell.com">www.shell.com</a>
Saint-Gobain	<a href="http://www.saint-gobain.fr">www.saint-gobain.fr</a>
Schneider	<a href="http://www.schneiderelectric.com">www.schneiderelectric.com</a>
Societe Generale	<a href="http://www.socgen.com">www.socgen.com</a>
Telecom Italia	<a href="http://www.telecomitalia.it">www.telecomitalia.it</a>
Telefonica	<a href="http://www.telefonica.es">www.telefonica.es</a>
Unilever	<a href="http://www.unilever.com">www.unilever.com</a>
Vivendi	<a href="http://www.vivendi.com">www.vivendi.com</a>

## A1.6 Dow-Jones-Industrial-Average-Unternehmen

<b>Unternehmen</b>	<b>Internetadresse</b>
Allied Signal	<a href="http://www.alliedsignal.com">www.alliedsignal.com</a>
Alcoa	<a href="http://www.alcoa.com">www.alcoa.com</a>
American Express	<a href="http://www.americanexpress.com">www.americanexpress.com</a>
AT&T	<a href="http://www.att.com">www.att.com</a>
Boing	<a href="http://www.boing.com">www.boing.com</a>
Caterpillar	<a href="http://www.cat.com">www.cat.com</a>
Chevron	<a href="http://www.chevron.com">www.chevron.com</a>
Citigroup	<a href="http://www.travelers.com">www.travelers.com</a>
Coca Cola	<a href="http://www.cocacola.com">www.cocacola.com</a>
Du Pont	<a href="http://www.dupont.com">www.dupont.com</a>
Eastman Kodak	<a href="http://www.kodak.com">www.kodak.com</a>
Exxon	<a href="http://www.exxon.com">www.exxon.com</a>
General Electric	<a href="http://www.ge.com">www.ge.com</a>
General Motors	<a href="http://www.gm.com">www.gm.com</a>
Goodyear	<a href="http://www.goodyear.com">www.goodyear.com</a>
Hewlett-Packard	<a href="http://www.hp.com">www.hp.com</a>
IBM	<a href="http://www.ibm.com">www.ibm.com</a>
International Paper	<a href="http://www.ipaper.com">www.ipaper.com</a>
JP Morgan	<a href="http://www.jpmorgan.com">www.jpmorgan.com</a>
Johnson & Johnson	<a href="http://www.jnj.com">www.jnj.com</a>
McDonalds	<a href="http://www.mcdonalds.com">www.mcdonalds.com</a>
Merck	<a href="http://www.merck.com">www.merck.com</a>
3M Minnesota Mining & Manufacturing	<a href="http://www.3m.com">www.3m.com</a>
Phillip Morris	<a href="http://www.philipmorris.com">www.philipmorris.com</a>
Procter & Gamble	<a href="http://www.pg.com">www.pg.com</a>
Sears Roebuck	<a href="http://www.sears.com">www.sears.com</a>
Nunion Carbide	<a href="http://www.unioncarbide.com">www.unioncarbide.com</a>
United Technologies	<a href="http://www.utc.com">www.utc.com</a>
Wal Mart	<a href="http://www.wal-mart.com">www.wal-mart.com</a>
Walt Disney	<a href="http://www.disney.com">www.disney.com</a>

## A2. Erhebungsbogen

1. Allgemeines	Werte
a) Internetadresse aus Firma ableitbar	ja/nein
b) IR Seite vorhanden	ja/nein
c) IR Seite in Englisch	ja/nein
d) Anzahl der Klicks bis zum Erreichen der IR-Seite	Zahl
e) Interne Suchmaschine	ja/nein
<b>2. Unternehmen</b>	
a) Firmenprofil oder Unternehmensbeschreibung	ja/nein
b) Markenporträt	ja/nein
c) Kennzahlen	ja/nein
d) Personalien	ja/nein
e) Vorgenannte Daten auch in Englisch	ja/nein
<b>3. Aktie</b>	
<i>Allgemeine Infos:</i>	
a) Börsenplätze	ja/nein
b) Reuters-Kürzel	ja/nein
c) WKN	ja/nein
<i>Aktienkurs:</i>	
d) aktuell	ja/nein
e) bis zu einem Jahr	ja/nein
f) länger als 1 Jahr	ja/nein
<i>Kursentwicklung und Charts:</i>	
g) Tageschart	ja/nein
h) Monatschart	ja/nein
i) 1-Jahres-Chart	ja/nein
j) länger als 1 Jahr	ja/nein
<i>Sonstiges:</i>	
k) Dividende	ja/nein
l) Aktionärsstruktur	ja/nein
m) Häufige Fragen und Antworten (FAQ)	ja/nein
n) Analystenmeinungen	ja/nein
o) Perspektiven für die Aktie	ja/nein
p) Vorgenannte Daten auch in Englisch	ja/nein
<b>4. Geschäftsbericht</b>	
a) gedruckter Bericht bestellbar	ja/nein
b) HTML/ASCII	ja/nein
c) PDF	ja/nein
d) Sonstiges Format	ja/nein
e) HTML verlinkt	ja/nein
f) PDF durchsuchbar	ja/nein
g) PDF verlinkt	ja/nein
h) englischer Geschäftsbericht	ja/nein

**5. Sonstige Berichte**

- |   |         |
|---|---------|
| a) Zwischenbericht                                    | ja/nein |
| b) Quartalsbericht                                    | ja/nein |
| c) Aktionärsbrief                                     | ja/nein |
| d) Unternehmensbroschüren                             | ja/nein |
| e) Sonstiges, wie z.B. Berichte über Analystentreffen | ja/nein |
| f) Audio- und Videoberichte                           | ja/nein |
| g) Vorgenannte Daten auch in Englisch                 | ja/nein |

**6. Aktuelle Nachrichten**

- |   |         |
|---|---------|
| a) Pressemitteilungen                         | ja/nein |
| b) Ad hoc Meldungen                           | ja/nein |
| c) Aktuelle Nachrichten in englischer Sprache | ja/nein |

**7. Termine**

- |   |         |
|---|---------|
| a) Unternehmenskalender                                     | ja/nein |
| b) Veranstaltungen wie Road Shows oder Analystenkonferenzen | ja/nein |
| c) Termine auch in Englisch                                 | ja/nein |

**8. Hauptversammlung**

- |                                       |         |
|---------------------------------------|---------|
| a) Termin                             | ja/nein |
| b) Ort                                | ja/nein |
| c) Infos über letzte Hauptversammlung | ja/nein |
| d) Tagesordnung                       | ja/nein |
| e) Live Übertragung im Internet       | ja/nein |

**9. Kontaktaufnahme**

- |                            |         |
|----------------------------|---------|
| a) Telefon                 | ja/nein |
| b) eMail                   | ja/nein |
| c) Web - Formular          | ja/nein |
| d) Postadresse angegeben   | ja/nein |
| e) Interaktiv (Chat etc.)  | ja/nein |
| f) Mailing-Liste vorhanden | ja/nein |

### A3. Demographische Merkmale der befragten Internet-Nutzer

#### A3.1 Altersstruktur

Altersklasse	Anteil
10-19	2,5 %
20-29	33,8 %
30-39	37,9 %
40-49	10,8 %
> 50	10,0 %
k.A.	5,0 %

#### A3.2 Geschlechtsstruktur

	Geschlecht
männlich	85,0 %
weiblich	11,7 %
k.A.	3,3 %

## A4. Fragebogen

## U m f r a g e:

### Frage 1:

Ich nutze das **Internet** regelmäßig, um mich über börsennotierte Aktiengesellschaften zu informieren:

JA:  NEIN:

### Frage 2:

Ich lege Wert darauf, daß ein Unternehmen **Informationen bezüglich seiner Aktie** im Internet veröffentlicht :

JA:  NEIN:

### Frage 3:

Im Bezug auf die **Aktie** eines Unternehmens interessieren mich folgende Aspekte auf der Internetseite:

a) Aktienkurs

JA:  NEIN:

b) Kurschart

JA:  NEIN:

c) Analystenmeinungen

JA:  NEIN:

d) Sonstiges:



### Frage 4:

a) Ich finde es vorteilhaft, wenn der **Geschäftsbericht** im Internet abrufbar ist

JA:  NEIN:

und zwar im folgendem Format:

b) HTML-Format

JA:  NEIN:

c) PDF-Format (Adobe Reader)

JA:  NEIN:

d) Gedruckte Version bestellbar

JA:  NEIN:

d) Sonstiges:



### Frage 5:

In Bezug auf **Neuigkeiten** interessiere ich mich für

- a) den Unternehmenskalender (Termine von Pressekonferenzen, Veröffentlichungen von Zahlen etc.) JA:  NEIN:
- b) aktuelle Pressemitteilungen oder Adhoc-Mitteilungen JA:  NEIN:
- c) sonstige Veranstaltungen wie Road-Shows oder Analystenkonferenzen JA:  NEIN:
- d) den Termin und den Ort der Hauptversammlung JA:  NEIN:
- e) die Tagesordnung der Hauptversammlung JA:  NEIN:



f) Sonstiges:



### Frage 6:

Wie möchten Sie über **Neuigkeiten** informiert werden ?

- a) eMail JA:  NEIN:
- b) Fax JA:  NEIN:
- c) Brief JA:  NEIN:
- d) Unternehmen sollte kostenlos Infoline (0800 oder 0130) anbieten JA:  NEIN:

e) Sonstiges:



### Frage 7:

An **generellen Informationen** über das Unternehmen selbst interessiert mich:

- a) Konzernportrait JA:  NEIN:
- b) Markenportrait (Produkte, Dienstleistungen) JA:  NEIN:
- c) Personalia JA:  NEIN:
- d) Kennzahlen des Unternehmens JA:  NEIN:



d) Sonstiges:





### Frage 8:

Zur **Kontaktaufnahme** mit dem Unternehmen finde ich folgende Angaben vorteilhaft:

- a) Namentlicher Ansprechpartner JA:  NEIN:
- b) Telefonnummer der IR-Abteilung JA:  NEIN:
- c) eMail der IR-Abteilung JA:  NEIN:
- d) Web-Formular JA:  NEIN:
- e) Postadresse JA:  NEIN:

f) Sonstiges:

### Sonstiges:

Freiwillige Angaben:

- a) Ihr Alter
- b) Ihr Geschlecht M:  W:
- c) Wie oft nutzen Sie das Internet  täglich  
 wöchentlich  
 selten
- d) Halten Sie Aktien? JA:  NEIN:

Was interessiert Sie sonst noch, auf was legen Sie außerdem Wert?

An der Umfrage teilnehmen

Felder löschen

# DEUTSCHES AKTIENINSTITUT



Deutsches Aktieninstitut e.V.  
Biebergasse 6-10 60313 Frankfurt am Main  
Tel. (069) 92915-0 Fax (069) 92915-11  
E-Mail [dai@dai.de](mailto:dai@dai.de) Internet <http://www.dai.de>