

Finanzkommunikation in der Chemiebranche

Journalisten wünschen sich besseren Zugang zum Management – Investment Professionals zeigen sich zufrieden

*Von Prof. Dr. Alexander Bassen, Universität Hamburg**

DVFA und JP\KOM haben jüngst eine Erhebung unter Finanzjournalisten und Investment Professionals durchgeführt. Ziel war, im Rahmen einer Online-Erhebung ein Bild über die Investor Relations-Arbeit der deutschen Chemiebranche zu bekommen. Die Basis der Erhebung bilden die sechs Verhaltensmaximen der DVFA-Grundsätze für Effektive Finanzkommunikation: Kapitalmarktorientierung, Gleichbehandlung, Wesentlichkeit, Nachvollziehbarkeit, Kontinuität & Aktualität und Erwartungsmanagement. Diese Grundsätze, die sich zwischenzeitlich als Industriestandard für zielgruppengerechte Finanzkommunikation etabliert haben, sind die Ausgangsbasis der sogenannten „Perception Profiles“ (siehe Kasten), einem neu entwickelten Produkt, das den Erfüllungsgrad der Finanzkommunikation aus Sicht ihrer Zielgruppen bemisst; im Falle dieser Studie den von zwölf Prime Standard-Unternehmen der Chemiebranche.

Die Studie brachte ein überraschendes Ergebnis zutage: Finanzjournalisten sind mit der Finanzkommunikation von börsennotierten Chemieunternehmen weit weniger zufrieden als die Investment Professionals. Insbesondere bei der Informationsweitergabe und dem Kontakt zum Top-Management fühlen sich die Redakteure von Finanzmedien häufig benachteiligt. Einig sind sich Journalisten und Investment Professionals jedoch darüber, dass Kontinuität und Aktualität in der Finanzkommunikation der Chemiebranche überdurchschnittlich gut sind.

PERCEPTION PROFILES:

Die sechs DVFA-Grundsätze für effektive Finanzkommunikation wurden operationalisiert und in ein online-basiertes Erhebungsverfahren überführt. Das Ergebnis der Messung unter Investment Professionals und Finanzjournalisten sind index-, branchen- und unternehmensbezogene Perception Profiles. Die von den Finanzmarkt-Teilnehmern wahrgenommene Performance der Finanzkommunikation wird in einem Kennzahlensystem verdichtet. Die Perception Profiles liefern quantifizierbare und damit messbare Ergebnisse. Sie sind benchmarkfähig und ermöglichen den teilnehmenden Unternehmen einen dezidierten inhaltlichen Vergleich mit ihren Wettbewerbern.



Prof. Dr. Alexander Bassen

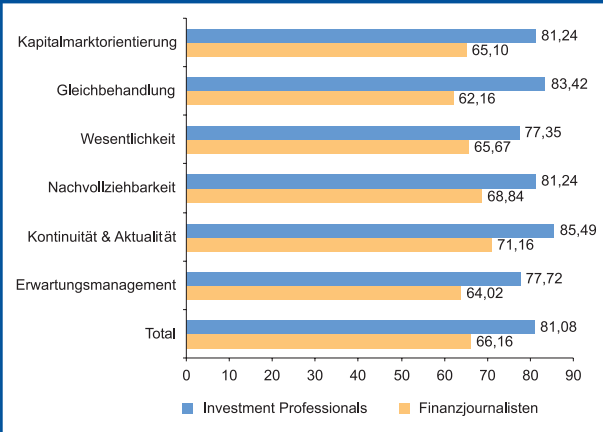
Zielgruppengerechte Finanzkommunikation als Herausforderung

Deutlichen Verbesserungsbedarf signalisieren die Ergebnisse in den Kategorien Gleichbehandlung und Wesentlichkeit. Die Aussage, dass sich der Umgang der Unternehmen mit negativen Nachrichten vom Umgang mit positiven Nachrichten kaum unterscheidet, erlangt bei den Finanzjournalisten einen Zustimmungsgrad von lediglich 49%. Investment Professionals stimmen dieser Aussage mit 86% zu. Im Vergleich zum positiven Urteil der Investment Professionals (Zustimmungsgrad: 86%) bewerten Finanzjournalisten die Meldungen und Präsentationen der Unternehmen nur zu 66% als präzise und nachvollziehbar. Mit ihrem Kontakt zum Vorstand und dem Senior-Management der Chemieunternehmen zeigen sich die Investment Professionals zu 77% zufrieden – die Finanzjournalisten beurteilen ihre Kontaktmöglichkeiten zum Top-Management hingegen nur mit 55% positiv.

Ein gutes Beispiel für effektive Finanzkommunikation stellen die Geschäftsberichte der börsennotierten Chemieunternehmen dar: Das zentrale Dokument der Finanzkommunikation wird von den Journalisten (74%) und den Investment Professionals (86%) übereinstimmend positiv bewertet. Am besten schneiden die Chemieunternehmen

*) Prof. Dr. Bassen ist Inhaber des Lehrstuhls für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Finanzierung/Investition an der Universität Hamburg und wissenschaftlicher Leiter des Bereichs Finanzkommunikation der DVFA.

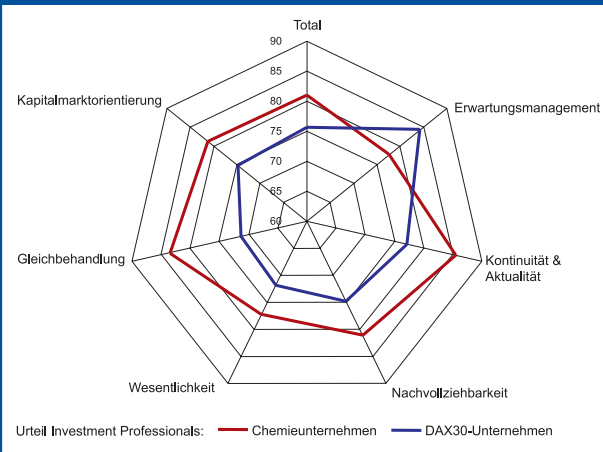
ABB. 1: GESAMTBETRACHTUNG*



*) Erfüllungsgrad der sechs Verhaltensmaximen effektiver Finanzkommunikation im Chemiesektor aus Sicht der Investment Professionals und Finanzjournalisten (in %).
Quelle: DVFA, JP|KOM

in der Kategorie Kontinuität & Aktualität ab – hier attestieren beide Zielgruppen mit einem Erfüllungsgrad von 71% (Finanzjournalisten) bzw. 85% (Investment Professionals) hohe Zufriedenheit.

ABB. 2: BENCHMARKBETRACHTUNG*



*) Unternehmen des Chemiesektors werden auf Basis der sechs Verhaltensmaximen effektiver Finanzkommunikation von den Investment Professionals insgesamt besser bewertet als die Unternehmen des DAX30 (in %).
Quelle: DVFA, JP|KOM

Perception Profiles liefern konkrete Verbesserungsvorschläge

Diese exemplarische Erhebung in der Chemiebranche zeigt, dass die Perception Profiles den Unternehmen konkrete Hinweise für die Verbesserung ihrer Finanzkommunikation liefern. Investment Professionals und Journalisten tragen durch die anonymisierte Teilnahme an der Befragung unmittelbar dazu bei, das Informationsverhalten der Unternehmen zu optimieren. Dadurch profitieren sie direkt von der aus der Erhebung resultierenden Prozessoptimierung. Weiterhin wird deutlich, dass die Unternehmen ihre Finanzinformationen entsprechend den Bedürfnissen von Investoren und Journalisten individuell aufbereiten müssen und beim Kommunikationsverhalten der Unternehmen gegenüber den Finanzjournalisten offensichtlich Verbesserungsbedarf besteht.



INVESTOR RELATIONS WORKSHOP „MANAGING EXPECTATIONS“

Was Analysten und Investoren wirklich wissen wollen
19. September/19. November 2007, Frankfurt am Main

Die DVFA bietet in Kooperation mit dem DIRK (Deutscher Investor Relations Verband) IR-Verantwortlichen in einem Tages-Workshop die Gelegenheit, sich anhand von Beispielen und realen Fällen mit Vertretern der Hauptzielgruppe der IR – Analysten und institutionellen Anlegern – auseinanderzusetzen und aus erster Hand zu erfahren, auf welche Themen und Sachverhalte Finanzanalysten und Investoren das Hauptaugenmerk richten. Es geht dabei nicht um Vermittlung von theoretischem Wissen, sondern um den direkten Dialog und Erfahrungsaustausch mit der Zielgruppe.



DVFA-ANALYST MEETINGS 2007

Product & Technology Demonstrations 2007
17.-18. September 2007, Frankfurt am Main

4th SEQ_ - Smart Equities Conference
4.-5. Dezember 2007, Frankfurt am Main

DVFA-EXPERTEN-SEMINARE 2007

ISSP – Investment Spezialist für Strukturierte Produkte
15.-20. Oktober 2007, Frankfurt am Main

Immobilien als Assetklasse
25.-26. September 2007, Frankfurt am Main

Modernes Bond-Portfoliomanagement
6.-7. November 2007, Frankfurt am Main

Modernes Aktien-Portfoliomanagement
20.-21. November 2007, Frankfurt am Main

DVFA-POSTGRADUIERTEN-AUSBILDUNGEN 2007

CIIA® Certified International Investment Analyst
Start: 30. August 2007, Frankfurt am Main

CIWM® Certified International Wealth Manager
Start: 30. August 2007, Frankfurt am Main

CCrA® Certified Credit Analyst
Start: 4. Oktober 2007, Frankfurt am Main

Änderungen vorbehalten.