

Schweizer Firmen scheuen sich vor Prognosen

Freitag, den 30. September 2011 um 08:00 Uhr

Zwischen deutschen und schweizerischen Aktionärsbriefen gibt es allerhand Unterschiede, wie eine neue Studie zeigt. Die Banken fallen kaum auf.

Die Beratungsagentur für Corporate and Financial Communications [Petranix](#) hat in einer [Studie](#) die Aktionärsbriefe 2010 der 20 SMI- und der DAX30-Unternehmen geprüft. Dabei zeigt sich, dass deutsche Aktionärsbriefe dialogorientierter sind als die der Schweizer Unternehmen. Insgesamt fällt aber auf, dass die Schweizer Banken kaum eine Vorreiterrolle übernehmen.

Auffallend ist, dass in Deutschland alle Firmen einen Ausblick wagen, während in der Schweiz nur 80 Prozent die Aktionäre über ihre Erwartungen und Perspektiven orientieren: Actelion, **Julius Bär**, Swatch Group und **Zurich Financial Services (ZFS)** verzichten darauf.

Unterschiedliche Corporate Governance

In Deutschland ist die gesetzlich definierte Gewaltentrennung ausnahmslos in je einem Brief des Vorstandsvorsitzenden und einem Bericht des Aufsichtsratsvorsitzenden dargestellt.

In der Schweiz publizieren nur Novartis, Roche und Syngenta je einen getrennten Brief vom Verwaltungsratspräsidenten und vom CEO.

Deutsche bieten mehr Glossare

Ein wesentlicher Unterschied bei der Leserführung und -unterstützung sind die Glossare, die in Deutschland mit Ausnahme von Henkel, von allen Unternehmen zur Verfügung gestellt werden. In der Schweiz sind es dagegen nur 65 Prozent, die ihre Fachbegriffe erläutern. Sie zeichnen sich hingegen durch eine bessere Textstruktur aus und bieten die grössere Sprachenvielfalt.

Zu den Best Practices bei der Sprachanalyse und der ebenfalls untersuchten Managementfotografie gehören Nestlé, Swisscom, Roche, Novartis und **Swiss Re** in der Schweiz sowie RWE, ThyssenKrupp, Bayer, Merck und adidas in Deutschland.

Das Jahr in 1'522 Wörtern

Der typische Aktionärsbrief ist in der Schweiz 3,6 A4-Seiten lang (2009: 3 Seiten) und erklärt dem Aktionär das Geschäftsjahr in 1'522 Wörtern (2009: 1'339 Wörter).

Aktionärsbriefe der SMI-Unternehmen stehen immer in Englisch (100 Prozent), häufig in Deutsch (75 Prozent), oft in Französisch (45 Prozent) und in wenigen Fällen auch in Italienisch (10 Prozent) zur Verfügung; ABB hat mit Bezug auf die Wurzeln des Unternehmens auch eine Ausgabe in Schwedisch.

Für die Berichterstattung werden der Dollar, der Franken und der Euro entweder einzeln oder in

Schweizer Firmen scheuen sich vor Prognosen

Freitag, den 30. September 2011 um 08:00 Uhr

verschiedenen Kombinationen eingesetzt.

Schweizer decken mehr Themen ab

Deutsche Unternehmen fassen sich im Aktionärsbrief kürzer, beschreiben das Jahr in 1'215 Wörtern und wenden dazu durchschnittlich 3,5 A4-Seiten auf. 83 Prozent setzen ausschliesslich den Euro zur Kommentierung der Geschäftsentwicklung ein, zwei berichten parallel mit Euro und Dollar, eines nur in Dollar und zwei kommentieren im Aktionärsbrief überhaupt keine Geschäftszahlen.

Schweizer Unternehmen decken tendenziell die grössere Themenvielfalt in ihren Aktionärsbriefen ab, wobei hier vor allem die «besonderen Ereignisse» sowie die «Kommentierung der Aktienkurse» häufiger vorzufinden sind.

Vergebene Chancen



«Die Autoren vergeben sich oft die Chance, durch eine persönliche Note und die transparente Diskussion der positiven aber auch der schwierigen Themen Glaubwürdigkeit zu schaffen und so die Unternehmensreputation zusätzlich zu stärken», unterstreicht **Petra Nix** (*Bild*), Geschäftsführende Partnerin, eine Erkenntnis der Studie.

«Da für die Behandlung der Themen keine Vorschriften existieren, sollte auf Individualität und Authentizität gesetzt werden, um die eigenständige Haltung des Unternehmens und des Autors zu unterstreichen», führt sie weiter aus.

Die Analyse der Aktionärsbriefe umfasst die Geschäftsberichte der 20 SMI- und der DAX30-Unternehmen gemäss Stand vom 31. Dezember 2010. Für die SMI-Unternehmen stehen auch Vergleichsdaten zu 2009 zur Verfügung.

In der inhaltlichen Analyse wurden nebst formellen Eigenschaften wie Länge, verfügbare Sprachen, Online-Vernetzung, vor allem der Informationsgehalt anhand von zehn Themen (Allgemeine Konjunktur, Branchen, Strategie, Besondere Ereignisse, Geschäftsentwicklung, Nachhaltigkeit, Personeller Wechsel, Corporate Governance, Aktie/Kapitalmarkt, Ausblick/Zukunftsprognosen) untersucht.

Schweizer Firmen scheuen sich vor Prognosen

Freitag, den 30. September 2011 um 08:00 Uhr

Weitere Informationen zur Studie finden Sie unter diesem [Link](#).