

Beste Webseite für Investoren: TA schafft den Hattrick

1.

Starkes Team: IR-Abteilung von Telekom Austria-Boss Boris Nemsic gewinnt den Webranking-Wettbewerb zum dritten Mal



2.

Ewiger Zweiter: IR-Team von Wienerberger-General Wolfgang Reithofer holt punktemässig auf, bleibt aber auf Platz zwei



3.

Top-Ergebnis: Den Sprung von Platz fünf auf Platz drei schaffte die IR-Mannschaft von OMV-Chef Wolfgang Ruttenstorfer



WEBRANKING: TELEKOM SCHLÄGT WIEDER ZU

Stand	2007	06	Unternehmen	Internet-Adresse	2006	2007	Punkte
1.	→	1.	Telekom Austria	www.telekom.austria.com	67,00	70,25	
2.	→	2.	Wienerberger	www.wienerberger.com	63,75	67,50	
3.	↔	5.	OMV	www.omv.com	53,00	66,75	
4.	↔	8.	Palfinger	www.palfinger.com	48,50	58,00	
5.	↔	13.	Verbund	www.verbund.at	44,00	55,75	
6.	↔	4.	Andritz	www.andritz.com	53,25	53,75	
7.	↔	15.	Post	www.post.at	40,25	53,25	
8.	↔	14.	Raffiessen International	www.rico.at	41,00	52,25	
9.	↔	3.	Erste Bank	www.erstebank.com	56,75	52,00	
10.	↔	7.	EVN	www.evn.at	51,25	51,75	
11.	↔	22.	Wiener Städtische	www.wienerstaedische.at	31,50	50,00	
12.	↔	11.	Agrana	www.agrana.com	46,25	48,25	
13.	↔	21.	Voestalpine	www.voestalpine.com	38,25	47,75	
14.	↔	6.	Austrian Airlines	www.austrianairlines.co.at	51,75	47,75	
15.	↔	10.	Böhrler-Uddeholm	www.boehler-uddeholm.com	46,50	46,75	
16.	↔	CA Immo International	www.caimmointernational.com	-	46,50		
17.	↔	25.	Zumtobel	www.zumtobelgroup.com	31,75	45,75	
18.	↔	18.	Uniqa Versicherungen	www.uniqagroup.com	38,50	45,50	
19.	↔	18.	CA Immobilien	www.caimmoag.com	38,50	45,25	
20.	↔	24.	Conwert	www.conwert.at	32,75	44,25	
21.	↔	12.	BWT	www.bwt-group.com	45,75	44,00	
22.	↔	16.	RHI	www.rhi-ag.com	39,00	43,75	
23.	↔	9.	Bwin	www.betandwin.ag	47,50	43,75	
24.	↔	33.	Intercell	www.intercell.com	26,50	43,25	
25.	↔	18.	Majr-Melnhof	www.majr-melnhof.com	38,50	42,00	
26.	↔	16.	Constantia Packaging	www.constantiapackaging.com	39,00	38,75	
27.	↔	12.	Lenzing	www.lenzing.com	-	37,25	
28.	↔	5.	Immo	www.spar.kass.at/simmobilienag	-	36,25	
29.	↔	23.	KTM	www.ktmpowersports.com	35,50	36,00	
30.	↔	29.	SBO	www.info.sbo.at	30,00	35,50	
31.	↔	4.	A-Tec	www.a-tecindustries.com	-	35,25	
32.	↔	30.	Immofinanz	www.immofinanz.at	29,00	34,50	
33.	↔	22.	Flughafen Wien	www.wiennaairport.com	32,75	34,25	
34.	↔	31.	Immoeast	www.immoeast.at	28,50	33,50	
35.	↔	25.	Meint European Land	www.meint-europeanland.com	31,75	33,25	
36.	↔	32.	Semperit	www.semperit.at	27,50	32,75	
37.	↔	19.	Porz	www.porz.at	-	32,50	
38.	↔	17.	Warimpex	www.warimpex.com	-	32,50	
39.	↔	27.	AvW Invest	www.avw.at	31,50	28,25	
40.	↔	1.	Oberbank	www.oberbank.at	-	14,75	

Das Spitzenduo hielt die Plätze, doch dahinter tauchen eine Menge neuer Namen auf. Die Rede ist vom wohl härtesten Web-Test Europas, der jährlich durchgeführt wird.

Es geht voran. Im wohl härtesten und aussagekräftigsten Internet-Test Europas, dem sogenannten „Webranking“, das einmal jährlich von der schwedischen Agentur Hallvarsson & Halvarsson durchgeführt wird, haben sich die grössten börsennotierten österreichischen Unternehmen deutlich verbessert. Zur Europa-Spitze klappt aber nach wie vor eine Lücke. Der Schnitt der Öster-

reicher liegt bei 44 von 100 erreichbaren Punkten (6,5 Prozent besser als 2006). Auf den Schnitt der insgesamt 630 untersuchten europäischen Unternehmen fehlen den 40 höchstkapitalisierten Wiener Werten 7,2 Punkte. Die österreichischen Webseiten performten in neun von zehn Kategorien schlechter als ihre Vergleichsgruppe (Ranking-Kriterien siehe Story rechts). Joakim Lundquist, Chef von Hallvarsson & Halvarsson Österreich, zum Ergebnis: „Die Performance der österreichischen Unternehmenswebseiten hat sich gegenüber dem Ranking 2006 deutlich verbessert. Um zu ihren europäischen Vergleichsunternehmen aufzuschliessen, müssen die Firmen aber weitere

Anstrengungen unternehmen. Dabei sollten die Unternehmen ihr Augenmerk vor allem auf umfangreiche und detaillierte Informationen in den Bereichen Finanz-Informationen und Corporate Governance legen.“

OMV verdrängt Erste

Doch nun zurück zum Ergebnis: Deutlich über dem Schnitt konnte sich neuerlich die Telekom Austria (TA) als Österreichs Nummer eins positionieren. Mit 70,25 Punkten liegt die TA zum dritten Mal in Folge vor dem „ewigen Zweiten“ Wienerberger, der seine Punktezahl von 63,75 auf 67,5 steigern konnte. Unter der Federführung von Wienerberger IR-Chef Thomas Melzer, der ab April 2008

als Finanzchef zum österreichischen IT-Unternehmen Brain Force wechselte, schaffte es die Home-page des Ziegliesen, sich knapp vor jener der OMV zu positionieren. Diese, im Vorjahr noch auf Platz fünf, stiess mit einem um 13 Punkte verbesserten Ergebnis die Erste Bank vom Stockerl.

Städtische steigt auf

Für den Titel zum „Aufsteiger des Jahres“ reichte es trotzdem nicht. Den holte sich die Wiener Städtische. Ganze 18,5 Punkte mehr als im Jahr 2006 beförderten den Versicherungsriesen von Platz 27 auf Platz elf im 2007er-Ranking. Deutlich verbessern konnte sich auch der Verbund. Im Vorjahresranking noch auf Platz 13, katapultierte sich der Stromriese wieder unter die Top ten. Mit Platz fünf liess der Verbund die punktemässig leicht verbesserte Andritz und die Top-ten-Neulinge Post und Raiffeisen International (RI) hinter sich. Apropos Raiffeisen International: Im Large Cap-Ranking, in das jene Unternehmen, die per 30. 3. 2007 einen Marktwert von mehr als 20 Milliarden Dollar aufwiesen, aufgenommen wurden, erreichte die RI Platz 109. Die Erste Bank, der zweite vertretene Österreicher, schaffte es auf Platz 110.

HARALD FERCHER
haraldf.fercher@wirtschaftsblatt.at

125 Kriterien entscheiden über den Erfolg

630 Unternehmen in ganz Europa, 40 davon in Österreich, wurden von der schwedischen Agentur Hallvarsson & Halvarsson unter die Lupe genommen. Europaweit fand die Untersuchung bereits das elfte Mal, in Österreich, wo H&H mit dem WirtschaftsBlatt kooperiert, das dritte Mal statt. Im Vorfeld der 2007er-Untersuchung wurden 350 Finanzjournalisten und Analysten befragt. Aus dieser Befragung wurde ein Kriterienkatalog mit 125 Kriterien erstellt, anhand derer die englischsprachi-

gen Webseiten der börsennotierten Unternehmen untersucht wurden. Interessant an der diesjährigen Untersuchung war vor allem, dass bereits 80 Prozent der befragten Analysten und Journalisten angaben, dass sie regelmäßig mit den Daten aus dem Internet arbeiten. 60 Prozent der Befragten forderten ausserdem, dass Finanzergebnisse, Presseaussendungen und Präsentationen entweder sofort oder spätestens ein halbe Stunde nach Veröffentlichung auf der Internetseite verfügbar sind.

DIE WEBRANKING-METHODIK

Kategorien	Kriterien	max. Punkte
Technologie		
Struktur, Design & Technologie	11	11,5
Interaktive Funktionen	15	10,75
Homepage und IR-Frontpage	6	6,25
Inhalt		
Grundsätze, Unternehmens-Info	10	10
Presse-Seite	10	5,25
Finanz-Information	33	31,5
Corporate Governance	15	10,75
Corporate Social Responsibility	10	4,25
Kontakt	9	5,25
Kalender	6	4,5
Gesamt	125	100

STÄRKEN & SCHWÄCHEN

Finanzinformationen besser, aber noch nicht gut genug, meinen die Experten von Hallvarsson & Halvarsson. 80 Prozent der Firmenpages verfügen über ein Archiv, das mehr als fünf Jahre zurückreicht. Allerdings gehen den Experten bei vielen Unternehmen weiterreichende Informationen zur Verschuldungssituation sowie zu Investitionen und Desinvestitionen ab. Ebenfalls positiv schlagen die Kontaktinformationen zu Buche. Verbessert werden kann bei vielen auch der Bereich mit den Infos zur Aktie.

Beim Thema Corporate Social Responsibility lassen Österreichs Firmen grösstenteils aus. Auch bei Corporate Governance liegt bei der Mehrzahl der Unternehmen einiges im Argen. Als positiv herausragende Beispiele nennen die Experten hier die Seiten von Wienerberger, Zumtobel und der AUA. Ein weiterer Schwachpunkt sind die Online-Media Seiten der Firmen. Hier moniert die Agentur, dass es zu wenige interaktive Features gibt, mit denen User in einen Dialog gezogen werden könnten.

EUROPA TOP TEN

1. Telecom Italia (89 P.)
2. Repsol YPF (68,75 P.)
3. UniCredit (67,75 P.)
4. TNT (67,25 P.)
5. Fortum (65,5 P.)
6. ENI (63,5 P.)
7. UBS (63 P.)
8. Deutsche Post (77,25 P.)
9. Swisscom (77 P.)
10. Danske Bank (76,5 P.)