



## **PRESSEMITTEILUNG**

HGB mit Exklusiv-Studie zu Geschäftsberichten von Stadtwerken:

### **Energieversorger nutzen Flaggschiff-Medium nicht genug**

Hamburg, 29. Oktober 2009 – Die großen Stadtwerke in Deutschland sehen den Geschäftsbericht als Flaggschiff-Medium in der Unternehmenskommunikation, nutzen aber sein kommunikatives Potenzial nicht konsequent genug. Zu dieser Einschätzung kommt eine HGB-Exklusivstudie mit einer branchenbezogenen, qualitativen Bewertung der Geschäftsberichterstattung der deutschen Stadtwerke. „In schwierigen Zeiten, in denen es Vertrauen und Glaubwürdigkeit im Dialog mit den Medien und der Öffentlichkeit zurückzugewinnen gilt, kommt es mehr denn je auf den Geschäftsbericht an. Wer viel Zeit und Geld in ein solches Medium investiert, sollte aber auch auf einen möglichst großen kommunikativen Nutzen Wert legen“, sagt Peter Poppe, Geschäftsführender Gesellschafter von HGB.

Dies ist bei den von HGB untersuchten Geschäftsberichten der deutschen Top 50-Stadtwerke bisher nicht der Fall. Im Einzelnen kommt die Studie zu folgenden Ergebnissen:

1. Gemessen am Umfang (im Schnitt gut 70 Seiten, bei den Top 10 sogar 121 Seiten) ist der Geschäftsbericht für die Stadtwerke das Flaggschiff-Medium in der Unternehmenskommunikation. Im Verhältnis zu diesem materiellen Aufwand schaffen es die Stadtwerke aber nur selten aus dem Pflichtmedium einen spannenden und ansprechenden Report für einen strategischen Dialog mit ihren wichtigen Zielgruppen zu machen.
2. Obwohl die Stadtwerke anders als Börsenwerte nur wenig Veröffentlichungszwängen unterliegen, räumen sie den für die Unternehmenspositionierung wichtigen Themen wie Strategie und Zukunft, unternehmerische Verantwortung oder Nachhaltigkeit deutlich weniger Platz ein als den Pflichtinformationen zur Vergangenheit. In puncto Transparenz haben die Stadtwerke-Reports ebenfalls Nachholbedarf. So wird kommunikatives Potenzial nicht ausreichend genutzt.
3. Eine kompakte Unternehmensstory, möglicherweise verstärkt durch ein entsprechendes Design-Konzept und ein Motto auf dem Titel, findet sich in zu wenigen Geschäftsberichten.



4. Pluspunkte gibt es für eine verständliche Sprache.

5. Deutliche Schwächen in der Erläuterung des Zahlenteils, in der Leserführung und im Design trüben aber den Gesamteindruck.

Die detaillierten Ergebnisse dieser Analyse hat HGB jetzt in Düsseldorf im Rahmen einer Round-Table-Veranstaltung präsentiert, in der weitere kompetente Referenten über die Herausforderungen in der Unternehmenskommunikation von Energieversorgern, unter anderem zu den Themen „Nachhaltigkeits-Strategie“ und „Unternehmenskultur/Werte“, vorgetragen haben.

**Service für Redaktionen:**

Die detaillierten Ergebnisse der Studie können Sie bei HGB anfordern unter: [poppe@hgb.de](mailto:poppe@hgb.de)

*Die HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG ist die große Spezialagentur für Geschäftsberichte in Deutschland. HGB übernimmt alle Leistungen vom Konzept über den gedruckten Bericht bis zur Online-Fassung. Über 100 deutsche Unternehmen stehen auf der Referenzliste von HGB – darunter Aurubis, DEKRA, Deutsche Telekom, EADS, Landesbank Berlin Holding, MPC Capital und TUI. Im kommunalen Bereich arbeitet HGB unter anderem für die Stadtwerke Gießen, die Hamburger Hochbahn und die Freie und Hansestadt Hamburg. Die Agentur beschäftigt 17 feste Mitarbeiter. Mehr Infos über HGB finden Sie im Internet unter: [www.hgb.de](http://www.hgb.de)*

**Kontakt:**

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

Peter Poppe

Rentzelstraße 10a

20146 Hamburg

Tel. +49 (40) 41 46 13 0

Fax +49 (40) 41 46 13 40

eMail: [poppe@hgb.de](mailto:poppe@hgb.de)