

# Doofpotstrategie werkt niet

Van een onzer verslaggevers

**AMSTERDAM** - Door de economische onzekerheid overwegen veel bedrijven om geen concrete verwachtingen te geven, en zo een negatief beeld te vermijden. De markt prikt hier echter genadeloos doorheen, onder het mom van 'geen nieuws is slecht nieuws'. Radiostilte schaadt het vertrouwen in een bedrijf van beleggers en analisten, die ook bang zijn dat de top in besloten kring wél zijn licht over de toekomst laat schijnen.

Dat blijkt uit onderzoeksresultaten van PwC en Rotterdam School of Management, die vandaag worden gepresenteerd aan bestuurders en analisten. Maar liefst 94% van de respondenten gaf aan het 'niet slim' te vinden als een bedrijf zwijgt over de te verwachten bedrijfsresultaten. Onderzoeksleider Erik Roelofsen: „We weten dat ondernemingen die stoppen met het doen van voorspellingen, dat vaak doen omdat zij slechts nieuws hebben.”

Uit het onderzoek blijkt dat analisten en beleggers daar doorheen prikken, geeft de hooglebaar kapitaalmarktcommunicatie aan. Bestuurders zitten met een lastig dilemma. „Voor-

spellingen kunnen het vertrouwen verhogen, maar anderzijds worden ze erop afgerekend.” Van de analisten heeft driekwart geen begrip voor de minder open houding van bedrijven bij moeilijke omstandigheden.

Beursfondsen die een voorspelling durven doen, zullen dan ook eerder een koopadvies van analisten krijgen, dan fondsen die dit niet doen. Het stoppen met communiceren van de vooruitzichten is bijna altijd slecht, stelt Roelofsen. „Gemiddeld daalt de koers direct met ruim 5%.” Volgens hem doen bedrijven er goed aan voorspellingen voor de lange termijn te doen. Om daarbij factoren die een

rol spelen bij het waarmaken ervan, inzichtelijk te maken.

Maar hij houdt een slag om de arm: als het bedrijf in het verleden de toekomst vaak slechter voorspelde dan analisten, kan de bedrijfstop volgens Roelofsen de kaken beter op elkaar houden.



• Onderzoeksleider Roelofsen.

