

# Digitale Einladung zur Hauptversammlung

## Widerspruchslösung erhöht die E-Mail-Quote deutlich

Musste man bei Namensaktien in den letzten Jahren immer wieder mit Gewinnspielen die Bereitschaft für den elektronischen Versand bei den Aktionären wecken, gibt es nun eine effektivere Möglichkeit: Durch eine Widerspruchslösung kann die E-Mail-Quote der Einladung zur Hauptversammlung (HV) deutlich erhöht und damit die durchgängige Digitalisierung der Hauptversammlung weiter vorangetrieben werden. **Von Stefanie Schmid-Kölbl**

**D**er Versand der Einladung zu Hauptversammlungen erfolgt bei vielen Aktiengesellschaften mit Namensaktien größtenteils noch über den Postweg, doch das Potenzial für den Ausbau der elektronischen Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Aktionären war noch nie so hoch wie heute. Gesellschaften mit Namensaktien konnten schon bisher die Einladung zur Hauptversammlung per E-Mail versenden. Dazu benötigten sie die explizite Einwilligung des Aktionärs für die Verwendung der elektronischen Adressen. Die E-Mail-Adresse war bis zu diesem Zeitpunkt standardmäßig noch kein Bestandteil der Daten im Aktienregister.

Dem Gesetzgeber sei Dank: Durch das Gesetz zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II) wurde § 67 Abs. 1 Aktiengesetz um den Passus „... einer Postanschrift **sowie einer elektronischen Adresse** ...“ ergänzt. Depotbanken leiten deshalb nun zunehmend die elektronischen Adressen der Aktionäre an die Aktienregister weiter, sodass die Zahl elektronischer Adressen im Aktienregister stetig



Bild: © UN – stock.adobe.com

steigt. Diese E-Mail-Adressen können nun zum Versand der HV-Einladung verwendet werden. Noch fehlen einige Banken in der Liste der Datenlieferanten, doch ist hier ein positiver Trend zu beobachten. Immerhin sind Banken zur Lieferung rechtlich verpflichtet. E-Mail-Adressen dürfen unter bestimmten Voraussetzungen verwendet werden. Hier hilft ein Blick in das Wertpapierhandelsgesetz (WpHG).

§ 49 Abs. 3 Nr. 1 lit. d WpHG besagt, dass: „... die zur Ausübung von Stimmrechten Berechtigten in die Übermittlung im Wege der Datenfernübertragung ausdrücklich eingewilligt haben oder einer Bitte in Textform um Zustimmung nicht innerhalb eines angemessenen Zeitraums widersprochen und die dadurch als erteilt geltende Zustimmung nicht zu einem späteren Zeitpunkt widerrufen haben, ...“

### Widerspruchslösung – Umsetzung des § 49 Abs. 3 Nr. 1 lit. d WpHG

Die E-Mail-Adressen aus dem Bankkanal können Unternehmen nach ARUG II für die elektronische Zusendung der Einladung nutzen. Dazu benötigen sie die Zustimmung des Aktionärs. Diese kann durch eine Widerspruchslösung anstatt durch aktive Zustimmung eingeholt werden. Dieses Ver-

fahren ist erfolgversprechend und aktionärsfreundlich einsetzbar.

In der Praxis kann dieser Prozess folgendermaßen umgesetzt werden: Die Aktionäre werden in einer E-Mail darüber informiert, dass ihre E-Mail-Adresse der Gesellschaft vorliegt und für den zukünftigen Versand der Einladung zur Hauptversammlung verwendet werden soll. Widerspricht der Aktionär nicht innerhalb einer in der E-Mail vorgegebenen Frist (variiert zwischen zwei und vier Wochen), wird dies als Zustimmung zum E-Mail-Versand angesehen.

Sollte ein Aktionär die Widerspruchsfrist versäumen, kann er über den Onlineservice, die Hotline oder per E-Mail zu jedem Zeitpunkt seinen Widerruf zum elektronischen Versand der HV-Einladung erklären.

Bei Neuaktionären, bei denen die E-Mail-Adresse direkt mit der Eintragung in das Aktienregister mitgeliefert wird, kann im Anschluss an die Eintragung direkt eine „Begrüßungs-E-Mail“ versendet werden, die neben der Information zur Verwendung der E-Mail-Adresse zum HV-Einladungsversand auch Informationen zum Unternehmen enthält.

### Vergleich zur Inhaberaktie

Bei Inhaberaktien werden die Informationen zur Hauptversammlung dem Aktionär



#### ZUR AUTORIN

**Stefanie Schmid-Kölbl** ist Projektleiterin bei der **ADEUS Aktienregister-Service-GmbH** – einem Unternehmen der Allianz.

durch die depotführende Bank übermittelt. Es gibt dafür gesonderte Geschäftsprozesse der jeweiligen Banken, die gehäuft auch die elektronische Übermittlung an den Aktionär einsetzen. Da jedoch den Anmeldestellen in den meisten Fällen nur die Postadresse der Aktionäre über die Banken übermittelt wird, kommt es in diesem Prozessabschnitt zu einem Medienbruch, der mit der Lieferung der E-Mail-Adresse an die Anmeldestellen vermieden werden könnte. Somit bleibt den Anmeldestellen bei der Zusendung von Zugangsdaten oder Eintrittskarten bisher nur die Postsendung als Versandmedium.

### Aktionär und Gesellschaft profitieren

Das Versenden von Einladungen per E-Mail ist in der Regel für die Gesellschaften kosteneffizienter als der Postversand. Der E-Mail-Versand bietet nicht nur einen Mehrwert für die Aktiengesellschaften. Auch für die Aktionäre entsteht eine Reihe von Vorteilen im Vergleich zur postalischen Zusendung.

E-Mails werden in der Regel sofort zugestellt und können von den Aktionären unmittelbar geöffnet werden. Aktionäre können somit schnell auf die Einladung reagieren und sich umfänglich informieren, was im Vergleich zur herkömmlichen Briefpost eine schnellere Kommunikation ermöglicht. In den E-Mails können zudem Links zu weiteren Informationen aufgenommen werden, um Aktionären damit eine einfachere Nutzung des Onlineservice für die Ausübung der Aktionärsrechte zu ermöglichen. Dadurch ist eine lückenlose digitale Kommunikation über alle Teile hinweg ohne Medienbruch möglich.

Sollten E-Mails wider Erwarten vom Empfangsserver nicht angenommen und als „Bouncer“ zurückgesendet werden, wird

„Die Digitalisierung des Einladungsversands zur Hauptversammlung hat für Siemens Energy einen hohen Stellenwert. Sie ermöglicht eine schnellere Zustellung der Einladung an unsere Aktionäre, ist kosteneffizienter als der Postversand und spart insbesondere wichtige Ressourcen. Dies fördert unser Ziel, ein wichtiger Partner für die Energiewende zu sein“  
(Siemens Energy AG)

dies registriert und der Aktionär erhält seine Einladung weiterhin als Postbrief.

Siemens Energy gehört zu den ersten Gesellschaften, die das Potenzial der im Aktienregister vorhandenen E-Mail-Adressen genutzt haben und die entsprechende Zustimmung der Aktionäre über die Widerspruchslösung bereits vor der Hauptversammlung einholen konnten. Dadurch profitieren die Aktionäre von Siemens Energy von der durchgängigen Digitalisierung der Aktionärskommunikation.

Die Allianz SE setzt ebenso auf den Ausbau der elektronischen Kommunikation und sieht wesentliche Vorteile in der elektronischen Informationsübermittlung.

„Wir sehen im E-Mail-Versand ein zeitgemäßeres Kommunikationsmittel, gerade vor dem Hintergrund des internationalen Aktionariats der Allianz. Der E-Mail-Versand senkt den Papierverbrauch erheblich und ermöglicht Einsparungen von Druck- und Transportkosten.“  
(Allianz SE)

Die Formulierung der Informations-E-Mail an die Aktionäre sollte klar, informativ und deutlich sein. Die Möglichkeit, einen Widerspruch einzulegen, muss eindeutig und unkompliziert ausübbar sein. In die E-Mail wird ein Button integriert, der es ermöglicht, seinen Widerspruch komfortabel abzugeben. Für den Widerspruch werden darüber hinaus auch die Wege per E-Mail, Brief oder über die Aktionärshotline angeboten.

Durch den Einsatz der Widerspruchslösung konnten viele Gesellschaften die E-Mail-Quote erheblich steigern. Die geringen Widerspruchsquoten in der Praxis, die im Durchschnitt unter 3% liegen, zeigen deutlich das große Interesse der Aktionäre an der elektronischen Kommunikation. Die Reaktionen der Aktionäre waren auch abseits der Widerspruchszahlen durchweg positiv – negative Nachfragen zum Verfahren an den Hotlines gab es praktisch nicht.

### Fazit

Vergleicht man die Namensaktie und die Inhaberaktie in Bezug auf die durchgängige Digitalisierung der Aktionärskommunikation, ist die Namensaktie weiter im Vorteil. Dies liegt nicht zuletzt an der Möglichkeit der di-

„Die Allianz ist mit dem Ergebnis der E-Mail-Kampagne sehr zufrieden, die Zustimmungquote seitens der Aktionäre war sehr hoch. Zum Einladungsversand der Hauptversammlung 2024 konnte die E-Mail-Quote daher bereits signifikant gesteigert werden.“  
(Allianz SE)

„Siemens Energy hatte bereits vor der E-Mail-Kampagne eine hohe E-Mail-Quote. Die zusätzliche Initiative ermöglichte es uns nun, das gewachsene Potenzial des digitalen Versands auszuschöpfen. Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden.“  
(Siemens Energy AG)

rekten Kommunikation mit dem Aktionär, während bei der Inhaberaktie die Kommunikation im ersten Schritt über die Bank stattfindet. Die Banken liefern meist Postadressen an die Anmeldestellen – und hier beginnt der Medienbruch. Daher sollte bei der Lieferung von E-Mail-Adressen nachgeschärft werden, um auch bei der Inhaberaktie die durchgängige Digitalisierung voranzutreiben.

ARUG II hat die Weichen gestellt, Aktiengesellschaften mit Namensaktien können in vielen Fällen ohne Medienbruch die Aktionäre von der Einladung zur Hauptversammlung über den Onlineservice bis hin zur Hauptversammlung digital begleiten. Durch die Widerspruchslösung können Gesellschaften die E-Mail-Quote steigern und die elektronische Kommunikation zu den Aktionären ausbauen. Auch bei Neuaktionären kann dieses Verfahren eingesetzt werden: In Verbindung mit einer Begrüßungsmail kann die konkludente Zustimmung zum elektronischen Versand der Hauptversammlungseinladung gleich zu Beginn der Aktionärsbeziehung eingeholt werden. Wichtig ist eine klare, informative und deutliche Erklärung zu den Widerspruchsmöglichkeiten. Die klare Erwartung der Emittenten dabei ist, dass mehr bzw. alle Banken die E-Mail-Adressen an die Aktienregister liefern, damit die Digitalisierung der Aktionärskommunikation reibungslos und erfolgreich fortgesetzt werden kann, ganz nach dem Motto „Schreibst du noch – oder klickst du schon?“ ■