

Eckpfeiler der Aktienkultur: Hauptversammlung und Mitarbeiterbeteiligung

Roundtable-Gespräch mit Klaus Schmidt, ADEUS Aktienregister-Service-GmbH, Christof Schwab, Siemens AG, und Dr. Thomas Zwissler, Zirngibl Langwieser*

Deutsche Hauptversammlungen haben in den letzten zehn Jahren einige Veränderungen durchlaufen. In einem Roundtable-Gespräch des GoingPublic Magazins diskutieren Klaus Schmidt vom HV-Dienstleister ADEUS, Christof Schwab, Investor-Relations-Manager von Siemens, und der Rechtsanwalt Dr. Thomas Zwissler von Zirngibl Langwieser den Wandel der HV-Landschaft und die Vorteile der Namensaktie bei der Investorenansprache. Eine große Bedeutung hat die HV auch für die Aktienkultur, die zudem davon profitiert, dass immer mehr Emittenten auf Mitarbeiterkapitalbeteiligungen setzen.

GoingPublic: Meine Herren, wie haben sich Hauptversammlungen in den letzten zehn Jahren verändert?

Schwab: Generell ist die Hauptversammlung nach wie vor eines der wichtigsten Medien in der Kommunikation mit den Aktionären – insbesondere mit den Privatanlegern. Unsere Hauptversammlung wird nach wie vor von rund 9.000 Teilnehmern besucht. Seit ein paar Jahren können unsere Aktionäre die HV auch im Internet verfolgen. Die elektronischen Neuerungen erstrecken sich über den kompletten HV-Prozess – von der Einladung über die Weisung bis hin zur Mitverfolgung der Redebeiträge.

Zwissler: Der zunehmende Einsatz technischer Hilfsmittel ist sicher eine der wesentlichen Entwicklungen. Vor allem der Einsatz internetbasierter Lösungen wird heute nicht mehr als großes Risiko empfunden und ist aufgrund der Kostenentwicklung auch einer breiteren Basis zugänglich. Unverändert hoch ist der Aufwand, der in die Vorbereitung und Durchführung der Hauptversammlung fließt. Die Ansprüche an eine perfekte Organisation sind eher gestiegen.

GoingPublic: Wie wirken sich die neuen elektronischen Möglichkeiten auf die Präsenz vor Ort bei der HV aus?

Schwab: Das Interesse an der Präsenz-HV bewegt sich weiterhin auf einem stabilen Niveau mit leicht abneh-

mender Tendenz, während im Internet ein starker Zuwachs zu verzeichnen ist.

Zwissler: Präsenzen sind immer abhängig von der wirtschaftlichen Situation des Unternehmens und der Attraktivität der Hauptversammlung als Event. Anzeichen dafür, dass sich dies kurzfristig ändern könnte, sehen wir nicht.

GoingPublic: Wie gut kennen AGs ihre Aktionäre? Hat sich der Kontakt zu Aktionären verbessert?

Zwissler: Viele Gesellschaften haben gelernt, dass es einen Wert hat, seine Aktionäre zu kennen – insbesondere wenn man Erfahrungen mit kritischen Aktionären hatte oder eine Übernahme-situation denkbar ist. Dabei ist die Namensaktie das ideale Instrument, Bestand und Veränderungen in der Aktionärsstruktur nachzuvollziehen, unabhängig von der Unternehmensgröße.

Schwab: Siemens ist ja eine Gesellschaft mit Namensaktien. Die Grundidee dieser Aktiengattung ist, den direkten Dialog zu den Investoren zu ermöglichen. Das funktioniert innerhalb Deutschlands sehr gut, macht aber teilweise an den Landesgrenzen halt, weil dort Systembrüche vorhanden sind. Grundsätzlich ist es eine positive Tendenz, dass sowohl institutionelle als auch private Investoren ihre Aktionärsrechte wahrnehmen. Wie gut der Kontakt und Dialog mit den internationalen Aktionären ist, hängt davon ab, wie die technischen Barrieren der Intermediäre zu überwinden sind. Das ist eine Aufgabe für Europa, dass die Errungenschaften der Namensaktie nicht verwässert werden.



Christof Schwab

*) Klaus Schmidt ist Geschäftsführer der ADEUS Aktienregister-Service-GmbH, Christof Schwab Senior Manager Investor Relations bei der Siemens AG und Dr. Thomas Zwissler Partner bei Zirngibl Langwieser.



Rund 9.000 Teilnehmer kamen auch in diesem Jahr zur Siemens-Hauptversammlung in der Münchener Olympiahalle.
Foto: Siemens AG

GoingPublic: Inwiefern könnte man die Namensaktie dafür nutzen, bereits vor der HV verschiedene Punkte mit den Aktionären abzustimmen?

Zwissler: Es gibt Beispiele aus der Schweiz, bei denen die Aktionäre im Vorfeld der HV gefragt wurden, ob sie bestimmte Punkte wie z.B. Änderungen in der Corporate Governance wünschen, die dann von der Hauptversammlung im Rahmen einer Satzungsänderung umzusetzen wären. Ich kann mir gut vorstellen, dass wir solche Formen des Dialogs zwischen Gesellschaft und Aktionären künftig auch bei uns sehen werden. Man kann dies auch als Trend in Richtung einer Vorverlagerung der Meinungsbildung in das Vorfeld der HV interpretieren, wie dies in den USA üblich ist und auch bei uns langfristig denkbar erscheint.

Schwab: Wenn die Agenden aber zu lang werden, sprengen sie den Rahmen der Hauptversammlung. Hier sollten nur die für das Unternehmen relevanten Themen behandelt werden.

Schmidt: In Deutschland ist es üblich, dass sich Hauptversammlungen auf das für die Gesellschaft Wesentliche konzentrieren. Sie führen Grundsatzbeschlüsse herbei, die zum Beispiel auch Satzungsänderungen betreffen. Gerade im Bereich der Nutzung elektronischer Medien hat sich herausgestellt, dass es nicht sinnvoll ist, über jedes kleine Detail immer wieder neu abstimmen zu lassen, sondern der Verwaltung einen gewissen Spielraum einzuräumen, um flexibel auf aktuelle Entwicklungen eingehen zu können.

Schwab: In Deutschland haben die Aktionäre ohnehin die Möglichkeit, Tagesordnungspunkte einzubringen – sei es als Gegenantrag oder als Tagesordnungsergän-

zungspunkt. Hier sind die Aktionärsrechte bereits sehr weitreichend.

GoingPublic: Inwiefern fördern Sie mit Ihrer Hauptversammlung die Aktienkultur in Deutschland?

Schwab: Siemens hat als eines der ersten Unternehmen in Deutschland die Mitarbeiterbeteiligung sehr stark gefördert. Das geht bis ins 19. Jahrhundert zurück. An der heutigen Aktionärsstruktur lässt sich ablesen, dass ein nicht unbedeutender Prozentsatz von ehemaligen Mitarbeitern das Unternehmen sowohl als Miteigentümer wie auch als kritischer Beobachter begleitet. Für diese Personengruppe ist die Hauptversammlung auch ein wichtiger Treffpunkt. Die Aktienkultur hat bei Siemens einen hohen Stellenwert, aktuell nehmen über 130.000 Mitarbeiter an den Siemens-Aktienprogrammen teil.

Schmidt: Viele Unternehmen binden ihre Auszubildenden in die HV ein, indem diese Serviceaufgaben vor Ort übernehmen. Dabei können die jungen Mitarbeiter miterleben, wie sich das Unternehmen ihren Aktionären gegenüber präsentiert, wie so eine Veranstaltung abläuft, treten in direkten Kontakt mit den Aktionären und erhalten die Chance, das Topmanagement zu sehen. Das ist ein großer Anreiz und fördert die Verbundenheit mit dem Unternehmen.

Schwab: Wir bieten einen Tag vor der Hauptversammlung für unsere Mitarbeiter einen Blick hinter die Kulissen an. Die Teilnehmerzahl ist beschränkt, die Nachfrage nach diesen Führungen ist sehr groß.

GoingPublic: Welche Wege beschreiten andere Emittenten in Sachen Mitarbeiterbeteiligung und Aktienkultur?

Schmidt: Siemens ist auf diesem Gebiet sicher Vorreiter mit einer sehr langen Tradition bei Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen. Viele andere Emittenten haben dieses Thema in den letzten Jahrzehnten in ähnlicher Weise aufgegriffen. Besonders in der jüngeren Vergangenheit werden Belegschaftsaktienprogramme nicht nur in Deutschland, sondern auch international ange-



Klaus Schmidt

boten – obwohl das einen deutlich höheren organisatorischen Aufwand erfordert. Damit wird dem bei vielen deutschen Emittenten zuletzt gestiegenen Anteil von Mitarbeitern im Ausland Rechnung getragen. Es stellt sich die Frage, wie die Attraktivität solcher Programme weiter verbessert werden kann. Das fängt schon bei den unterschiedlichen steuerlichen Regelungen an, betrifft aber auch den Anreiz für ein langfristiges Halten von Mitarbeiteraktien. So wird die Identifikation mit dem Unternehmen gefördert. Zudem tragen die Mitarbeiter und – später – Pensionäre zur Stabilisierung des Aktionärskreises bei.

GoingPublic: Siemens-Aktien verkauft man nicht...

Schwab: Das gilt sicher für viele Mitarbeiter, die bei früheren Beteiligungsprogrammen Aktien erworben haben und diese als Pensionäre weiterhin halten. Trotz zwischenzeitlicher Marktschwankungen haben sie so einen ordentlichen Kapitalstock aufgebaut. Aus Sicht des Unternehmens gehört es zum wirtschaftlichen Denken, den Mitarbeiter zum Mitunternehmer zu machen. Mit gutem Beispiel geht die Gründerfamilie voran, die nach wie vor größter Aktionär von Siemens ist.



Dr. Thomas Zwissler

Zwissler: Das Thema Mitarbeiterbeteiligung dürfte bei den allermeisten Unternehmen auf der Agenda stehen. Dabei ist allerdings zwischen Programmen für das (Top-) Management und Programmen für die breite Belegschaft zu differenzieren, da sie in der Praxis unterschiedlichen Regeln folgen und auch unterschiedlich kommuniziert werden müssen. Die Etablierung einer unternehmensinternen „Aktienkultur“ ist ein Prozess, der über Jahre hinweg kontinuierlich gefördert werden muss.

GoingPublic: Welche Rolle spielt die Internet-Übertragung von HVs für internationale Aktionäre?

Schmidt: Tatsächlich wird die Online-Übertragung einer HV in den letzten Jahren immer stärker in Anspruch genommen. Das gilt sowohl für die Rede des Vorstandes als auch – wenn es angeboten wird – für die Generaldebatte. Die Aktionäre erteilen Vollmachten und Weisungen über das Internet oder nehmen ihre Rechte über die Online-Briefwahl wahr. Den deutschen DAX-Unter-

nehmen wird das immer wichtiger. Nicht zuletzt sind bei den DAX-Unternehmen mit hohem Streubesitzanteil inzwischen 50 bis 80% des Aktienkapitals in ausländischer Hand. Gerade diese Zielgruppe können wir langfristig über die elektronischen Medien besser erreichen und verstärkt in die Hauptversammlung einbinden.

GoingPublic: Wie sieht die HV der Zukunft aus – online und Präsenzveranstaltung?

Schwab: Ich würde mich freuen, wenn die Zunahme der Privataktionäre, die wir seit drei Jahren beobachten, anhält. Dafür spricht, dass Aktien heutzutage eine wesentlich bessere Dividendenrendite bieten als Rentenpapiere. Die Anlagealternativen sind nicht sehr vielfältig. Mit dem Zuwachs an Privataktionären wird die Präsenz-HV weiter ihre Berechtigung haben.

Schmidt: Es ist sicher ein wichtiger Punkt, diesen Aktionärskreis in der Kommunikation stärker zu berücksichtigen. Dafür sind gerade die elektronischen Medien prädestiniert – sowohl bei der Informationsverteilung als auch bei der Ausübung von Aktionärsrechten. Der technische Fortschritt wird sich im HV-Umfeld auch in den nächsten Jahren weiter auswirken. Die letzten zehn Jahre waren durch eine Modernisierung des Aktienrechts geprägt, die für die Nutzung der elektronischen Medien den Durchbruch brachten. In den nächsten Jahren geht es eher darum, deren Nutzung weiter zu verfeinern und dabei weitere Aktionärskreise mit einzubeziehen.

Zwissler: Das ist zutreffend. Es geht aber nicht nur um Aktionärsgruppen, sondern auch um Nutzerverhalten. Die „Generation Internet“ wächst jetzt langsam in die Anlegergruppe mit Aktieninvestments hinein und hat ganz andere Maßstäbe und Erwartungen als die Gruppe der „Digital Immigrants“. Mit dieser Entwicklung werden sich die Unternehmen in den nächsten Jahren auseinandersetzen müssen.

Schmidt: Eine weitere Fortentwicklung erwarte ich bei der Erleichterung der Stimmrechtsausübung über Ländergrenzen hinweg. Hier gibt es auf europäischer Ebene weitere Herausforderungen. Im europäischen Binnenmarkt sind noch erhebliche Anstrengungen zur Harmonisierung zu unternehmen, damit alle Aktionäre ihre Rechte in gleicher Weise ausüben können. Auch im Hinblick auf die Kenntnis internationaler Investoren sehe ich noch einigen Handlungsbedarf, um die traditionellen nationalen Systeme zu harmonisieren.

GoingPublic: An Sie alle Drei vielen Dank für die interessante Diskussion!

Das Gespräch moderierten Daniela Gebauer und Oliver Bönig.