

P R E S S E M I T T E I L U N G

Hauptversammlungs-Saison 2015: Aktionärstreffen ist meist ungeliebte Pflicht

Zwiespältige Erfahrungen mit Stimmrechtsberatern – Diversity und Vorstandsvergütung im Fokus – Jedes 7. Unternehmen rechnet mit sinkender Bedeutung der HV – Aktuelle Studie von Cortent Kommunikation und AAA HV Management

Frankfurt am Main, 3. Februar 2015 – Pflicht statt Kür lautet offenbar die Vorgabe für die Hauptversammlung in vielen börsennotierten Unternehmen: Für knapp zwei Drittel der Emittenten (ca. 65 Prozent) ist das jährliche Aktionärstreffen lediglich ein Pflichttermin, so dass der Aufwand auf das Nötigste beschränkt wird. Das ergab eine aktuelle Umfrage der auf Finanzkommunikation spezialisierten Cortent Kommunikation AG, Frankfurt/Main, und dem HV-Dienstleister AAA HV Management GmbH, Köln, unter börsennotierten Unternehmen aus allen Transparenzlevels. Gleichwohl erachten drei Viertel der befragten Unternehmen die HV als wichtiges Kommunikationsinstrument für den Dialog mit Privatanlegern. Hingegen halten nur rund 31 Prozent der Emittenten das Aktionärstreffen für ein wichtiges Instrument im Austausch mit institutionellen Investoren.

Trotz des offenbar wichtigen Dialogs mit Privatanlegern nutzen nur 18 Prozent der Unternehmen ihre HV, um für ihre Produkte und Dienstleistungen zu werben. Und immerhin 14 Prozent der befragten Unternehmen erwarten sogar, dass die Bedeutung der HV als Kommunikationsinstrument künftig sinken wird.

„Inhalte statt Inszenierung stehen bei der HV-Saison 2015 im Mittelpunkt. Es ist zwar lobenswert, dass Unternehmen mit Transparenz und Information punkten wollen. Allerdings vergeben viele Emittenten auch Chancen für eine positive Positionierung. Vielfach verzichten sie darauf, das Aktionärstreffen auch als Plattform für ihre Dienstleistungen und Produkte zu nutzen. Nachholbedarf gibt es überdies in der Online-Kommunikation mit den Anlegern während der HV. Insgesamt ist die HV ungeliebte Pflicht. In der Kommunikation mit den Anlegern – immerhin den Eigentümern – lassen die Emittenten viele Chancen ungenutzt“, erläutert der Vorstandsvorsitzende der Cortent Kommunikation AG Volker Siegert.

Defizite gibt es vor allem bei der Online-Kommunikation: Erst 25 Prozent der befragten Unternehmen bieten eine Live-Übertragung im Internet an, gar nur vier Prozent berichten aktuell über ihre Social-Media-Kanäle. Immerhin: Fast jeder zehnte Emittent ermöglicht seinen Aktionären die Online-Abstimmung.

Das Thema Unternehmensführung dürfte auf den anstehenden Hauptversammlungen an Bedeutung weiter zulegen. So erwarten rund 43 Prozent der befragten Unternehmen, dass der Aspekt Diversity und Frauenquote im Aufsichtsrat eine große Rolle spielen wird, nachdem in der Saison bei nur knapp 30 Prozent der HVs dieses Thema diskutiert wurde. Auch die Vorstandsvergütung gewinnt thematisch weiter an Bedeutung – nach knapp 28 Prozent im Vorjahr rechnen nunmehr 39 Prozent der HV-Verantwortlichen mit Diskussionen über das Salär. Auf Platz drei der Trendthemen kommt die Transparenz in der Finanzberichterstattung. Das Thema Nachhaltigkeit und Integrierte Berichterstattung scheint hingegen auf der Hauptversammlung in den Hintergrund gerückt zu sein.

Im Kontakt mit Stimmrechtsberatern und Anlegerschutzgemeinschaften blicken die HV-Verantwortlichen auf zwiespältige Erfahrungen zurück: „Stimmrechtsberater fördern den kritischen, aber konstruktiven Dialog auf der Hauptversammlung“, meinen mehr als 50 Prozent derer, die Erfahrungen mit Stimmrechtsberatern und Aktionärsvertretern gemacht haben. Interessant hierbei: Gleichzeitig bescheinigt ein Teil derselben Unternehmen dieser Ziel-

gruppe aggressives Auftreten beziehungsweise Verfolgung eigener Interessen. „Trotz teils schlechter Erfahrungen: Unternehmen müssen den Dialog mit Stimmrechtsberatern aktiv suchen, nur so können KampfAbstimmungen und unbotmäßige Kritik auf der HV tendenziell vermieden werden. Angesichts des steigenden Anteils internationaler Investoren dürfte die Bedeutung der Stimmrechtsberater weiter zunehmen“, urteilt Cortent-Vorstand Siegert.

An der Umfrage im November und Dezember 2014 hatten sich 51 Unternehmen aus allen Börsensegmenten beteiligt. Die vollständige Studie steht als PDF-Dokument auf der Website von Cortent Kommunikation bereit.

Kontakt:

Cortent Kommunikation AG
Volker Siegert
Clemensstr. 3
60487 Frankfurt

t: 069 5770300-0
f: 069 5770300-10
info@cortent.de
www.cortent.de

Cortent Kommunikation AG

Die Cortent Kommunikation AG ist die inhabergeführte Berateragentur für Unternehmenskommunikation und Public Relations mit Sitz in Frankfurt und Hamburg. Das Team aus Journalisten, PR- und IR-Managern, Coaches und Analysten entwickelt Strategien und Maßnahmen zur zielgruppengenauen Kommunikation in den Bereichen Media Relations, Mitarbeiterkommunikation, Finanzkommunikation & IR, Corporate Publishing, Coaching und Kommunikationsmanagement. Gegründet wurde die Agentur 1999 als equinet Communications unter dem Dach der equinet Bank. Aufsichtsratsvorsitzender ist seit 2001 Anton Hunger. 2008 haben die beiden Vorstände Matthias Kasper und Volker Siegert alle Anteile übernommen und das Unternehmen in Cortent Kommunikation AG umfirmiert. Im selben Jahr verstärkte Rezzo Schlauch, Rechtsanwalt und Staatssekretär a. D., den Aufsichtsrat. 2010 vergrößerten Anton Hunger und Dr.-Ing. Wendelin Wiedeking den Eigentümerkreis. Seit 2012 ist der Rechtsanwalt Dr. Armin Reiners Mitglied des Cortent-Aufsichtsrats.