



Die Hauptversammlung 2015

Zielgruppen, Themen und Instrumente in der
Kapitalmarktkommunikation

Februar 2015

Cortent
KOMMUNIKATION

Erkenntnisse der Studie – eine Zusammenfassung

Die Hauptversammlung ist für börsennotierte Unternehmen der wichtigste Termin im Finanzkalender. Neben Vorstand und Aufsichtsrat ist sie laut Aktiengesetz das dritte Organ der Aktiengesellschaft. Hier stimmen die Aktionäre – sprich die Eigentümer - über wichtige Unternehmensentscheidungen und Personalfragen ab. Doch wie stehen die Gesellschaften zu diesem alljährlichen Event? Wie nutzen und gestalten Unternehmen diesen Rahmen? Und welche Kommunikationspotenziale bleiben möglicherweise ungenutzt? Mit diesen Fragen beschäftigt sich die diesjährige IR-Studie von Cortent Kommunikation. Ein relativ neues und noch wenig untersuchtes Thema dabei sind auch die Erfahrungen mit Stimmrechtsberatern. Darüber hinaus wächst der Druck auf gelistete Unternehmen, sich mit den Themen der guten Unternehmensführung auseinanderzusetzen, darunter Diversity, Nachhaltigkeit und Transparenz. Wir haben nachgefragt, inwieweit diese Themenkomplexe den Weg in die Hauptversammlung gefunden haben oder künftig in den Fokus rücken werden.

An der aktuellen Studie der Cortent Kommunikation AG und AAA HV Management GmbH beteiligten sich im November und Dezember 2014 insgesamt 51 gelistete Unternehmen aus allen Börsensegmenten und gaben Auskunft über ihre Erfahrungen mit der Hauptversammlung.

1. Pflichtschuldiger Dialog mit Privatanlegern

Fast drei Viertel der befragten Unternehmen halten die Hauptversammlung für eine wich-

tige Plattform im Dialog mit Privatanlegern. Aber nur bei etwa einem Drittel gilt dies auch für den Dialog mit institutionellen Investoren. Und trotz der hohen Bedeutung für die Ansprache der Privatanleger urteilt gleichzeitig ein Großteil, dass sie die HV lediglich als einen Pflichttermin wahrnehmen und daher den Aufwand dafür auf das Nötigste beschränken. Zudem nutzen die Gesellschaften das Event kaum, um ihre Produkte und Dienstleistungen bekannter zu machen und ihren Eigentümern die Geschäftstätigkeit näherzubringen.

2. Zwiespältige Haltung zu Stimmrechtsberatern

Rund 85 Prozent der befragten IR-Manager hatten bereits Kontakt zu Stimmrechtsberatern oder Anlegerschutzgemeinschaften – mehr als die Hälfte davon sucht den Dialog von sich aus, vor allem im Zuge der Hauptversammlung. „Stimmrechtsberater fördern den kritischen, aber konstruktiven Dialog auf der Hauptversammlung“, meinen mehr als 50 Prozent derer, die Erfahrungen mit Stimmrechtsberatern und Co. gemacht haben. Interessant hierbei: Gleichzeitig bescheinigt ein Teil derselben Unternehmen dieser Zielgruppe aggressives Auftreten und/oder die Verfolgung eigener Interessen.

3. Diversity und Vorstandsvergütung als Spitzenreiter bei Trendthemen

Schon in der vergangenen HV-Saison war das Thema Diversity und Frauenquote im Aufsichtsrat das Sonderthema Nummer eins bei den befragten Unternehmen: Fast 30 Prozent setzten sich 2014 damit auf der Hauptversammlung auseinander. Zur kommenden HV erwarten sogar etwa 44 Prozent, dass das Thema in den Fokus rückt. Ähnlich sieht es bei der Vorstandsvergütung

aus – obwohl die Thematik gerade im Prime Standard alles andere als neu ist. Während knapp 27 Prozent das Thema bereits auf der vergangenen HV abgehandelt haben, rechnen im Jahr 2015 sogar rund 38 Prozent der Befragten mit Diskussionen rund um das Vorstandssalär. 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.

4. Ungenutztes Potenzial bei neuen Kommunikationskanälen

Rund drei von vier Unternehmen bieten keine Live-Übertragung ihrer Hauptversammlung im Internet an. Immerhin rund jeder fünfte Befragte überträgt den Bericht des Vorstands online, 6 Prozent sogar die gesamte HV. Daran wird sich auch 2015 nichts ändern. Dasselbe Bild zeigt sich bei der Wahl weiterer digitaler Kommunikationskanäle im Rahmen der HV: Nur rund 4 Prozent der Emittenten berichten über ihre Social-Media-Kanäle live vom Event. Jedoch bietet immerhin fast jedes zehnte befragte Unternehmen die Möglichkeit der Online-Abstimmung an.

Fazit

Anspruch und Wirklichkeit klaffen bei vielen Emittenten weit auseinander. Die Hauptversammlung ist zwar ein wichtiges Mittel in der Kapitalmarktkommunikation, gerade im Dialog mit Privatanlegern. Dennoch beschränken viele Gesellschaften ihren Aufwand auf das Nötigste. Das zeigt die Ambivalenz bei etwa 40 Prozent der Unternehmen zwischen kommunikativem Anspruch und kostenbewusster Pflichterfüllung gegenüber den Anteilseignern. Immerhin ist die

Mehrheit offenbar der Meinung, dass der Dialog mit Aktionären, vor allem Kleinanlegern, nicht zu unterschätzen ist. In der Gestaltung der Hauptversammlung spiegelt sich das jedoch nicht wider: Gerade die Verfolgung der Hauptversammlung über Online-Kanäle wird von den befragten Unternehmen noch selten angeboten, genauso wenig wie die Online-Teilnahme – wer nicht direkt vor Ort ist, bleibt außen vor.

Möglicherweise ändert sich das langfristig – zumindest bei den Unternehmen, die in den Indizes gelistet und entsprechend bekannt sind. Eine Studie des Deutschen Aktieninstituts belegt, dass mehr als die Hälfte der deutschen Aktionäre älter als 40 Jahre ist¹. Sollen Aktien für die jüngeren potenziellen Privatanleger in Zukunft attraktiv bleiben, sollten sich Unternehmen auch bei der Hauptversammlung stärker nach deren Kommunikationspräferenzen richten. Denn unsere Befragung zeigt: Das Kommunikationspotenzial, vor allem im Hinblick auf moderne, digitale Medien und Kommunikationsinstrumente, wird derzeit noch kaum ausgeschöpft. Zudem sehen nur wenige Emittenten die Hauptversammlung als Plattform, um über ihre Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Dabei sind vor allem Privatanleger – laut einer Studie der Universität Leipzig fast 80 Prozent² – an den Produkten eines Unternehmens interessiert.

Gegenüber Stimmrechtsberatern und Anlegerschutzgemeinschaften scheinen Unternehmen zwiespältig eingestellt zu sein: Während besagte Akteure für die Mehrheit

¹ Deutsches Aktieninstitut e.V. (2014): *Aktionärszahlen des Deutschen Aktieninstituts 2013*. Online: https://www.dai.de/files/dai_usercontent/dokumente/studien/2014-03-05%20DAI%20Aktionaerszahlen%202013.pdf

² Universität Leipzig (2012): *Anlegerstudie 2012: Informationsanforderungen von Privatanlegern und Perspektiven für Investor Relations*. Online: <http://www.anlegerstudie.com/>

der Befragten zum kritischen, aber konstruktiven Dialog beitragen, nimmt gleichzeitig ein großer Teil der Emittenten tendenziell negative Verhaltensweisen wahr, etwa aggressives Auftreten oder das Verfolgen eigener Interessen. In der Tat sehen Emittenten und Kapitalmarktexperten laut dem Deutschen Investor Relations Verband die Übertragung des Stimmrechts an Stimmrechtsberater kritisch und fürchten, dass institutionelle Investoren ihre Verantwortung leichtfertig auslagern³. Andererseits bleibt den Gesellschaften nichts anderes übrig, als sich mit dem Phänomen auseinanderzusetzen und die Zusammenarbeit konstruktiv zu gestalten: Schließlich stammte schon 2014 der überwiegende Teil der Aktionäre, die in Dax-, MDax-, SDax- und TecDax-Unternehmen investieren, aus dem Ausland^{4,5}. Das spricht für eine Internationalisierung des deutschen Aktienmarkts – zumindest was das Engagement institutioneller Investoren betrifft.

Nachdem das Bundeskabinett Ende 2014 einen Gesetzentwurf zur Frauenquote beschlossen hat, die ab 2016 in Kraft treten soll, ist das Thema Diversity und Frauenquote auch bei den befragten Unternehmen ein Spitzenthema auf der Hauptversammlung – Tendenz für 2015 steigend. Auch die Vorstandsvergütung ist ein Dauerbrenner.

³ DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e.V. (2014): *DIRK IR-GUIDE BAND IX: Stimmrechte auf der Hauptversammlung – Empfehlungen zur Zusammenarbeit mit Proxy Advisors*. Online: https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/IR%20Guide%20Proxy%20Advisor_FINAL.pdf

⁴ Ipreo Ltd. / DIRK e.V. (2014): *Investoren der Deutschland AG: Die Aktionärsstruktur des deutschen Leitindex DAX*. Online: [https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/Ipreo%20%20DIRK%20-%20DAX-Studie%20Juni%202014%20\(final\).pdf](https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/Ipreo%20%20DIRK%20-%20DAX-Studie%20Juni%202014%20(final).pdf)

⁵ Cometic AG / DIRK e.V. (2015): *Wem gehört der börsennotierte Mittelstand? Update 2015*. Online: https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/150127_Wem_geh%C3%B6rt_der_deutsche_b%C3%B6rsennotierte_Mittelstand_150126.pdf

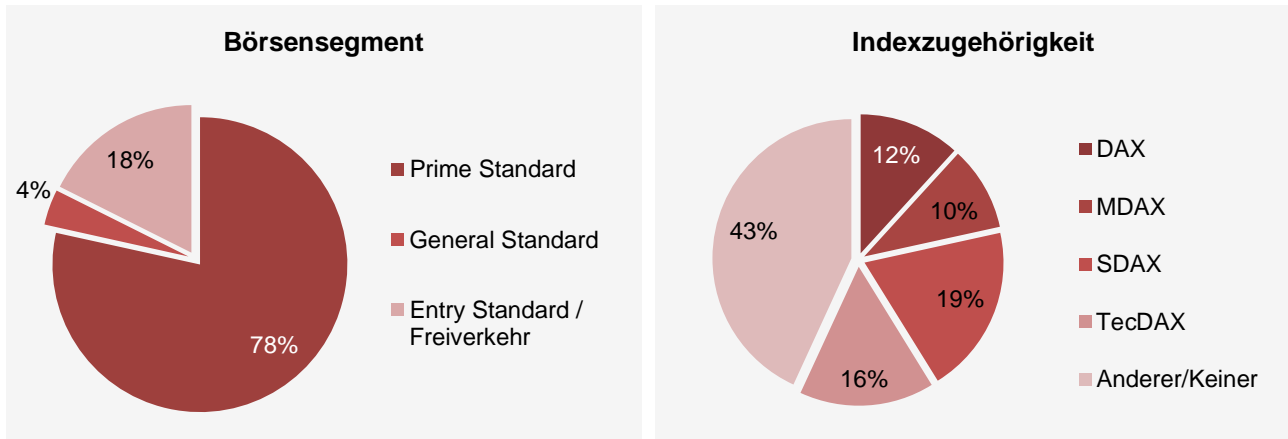
Das hängt zum einen damit zusammen, dass Anleger seit 2013 nach dem Gesetz bei der Hauptversammlung über die Vorstandsvergütung abstimmen dürfen. Zum anderen können Aktionäre diesen Punkt von sich aus auf der Hauptversammlung thematisieren, auch wenn er nicht auf der Tagesordnung steht. Obwohl Unternehmen seit Jahren verpflichtet sind, die Vorstandsgehälter im Geschäftsbericht offen zu legen, besteht offenbar an dieser Stelle immer noch vermehrter Diskussionsbedarf.

Das Thema Nachhaltigkeit und Integrierte Berichterstattung scheint auf den Hauptversammlungen der Befragten hingegen weniger bedeutend zu sein, obwohl vor allem institutionelle Investoren vermehrt großen Wert auf verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung legen⁶ und sich die EU-Mitgliedsstaaten 2014 auf eine Berichtspflicht zu ESG-Themen (Environment, Social, Governance) geeinigt haben. Es ist deshalb damit zu rechnen, dass dieser Themenkomplex mittel- und langfristig auch bei der Hauptversammlung wieder verstärkt auf den Tisch kommt.

⁶ UN Global Compact, UNCTAD, UNEPFI, PRI (2015): *Private Sector Investment And Sustainable Development*. Online: <http://www.unpri.org/publications/>

Die Ergebnisse im Detail

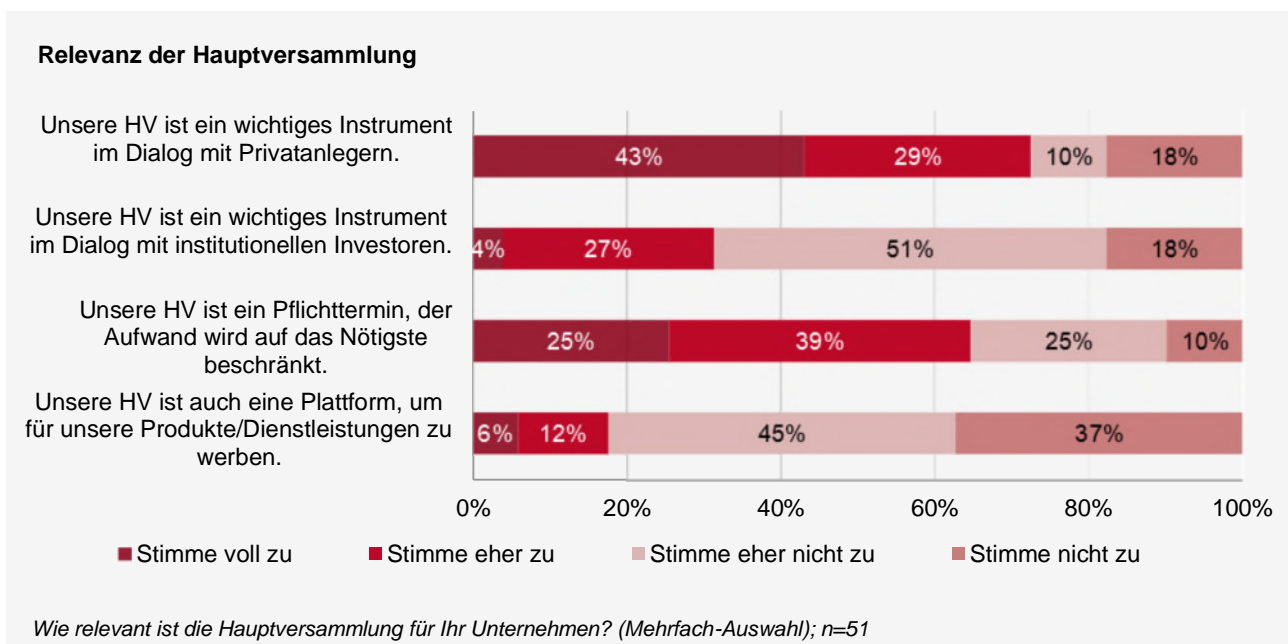
An der Befragung hatten sich 51 Unternehmen aus dem Prime Standard, dem General und dem Entry Standard beteiligt. Rund 57 Prozent der Unternehmen notierten im Befragungszeitraum (November 2014 bis Januar 2015) entweder im Dax, MDax, SDax oder TecDax.



Pflichtschuldiger Dialog mit Privatanlegern

Rund 73 Prozent der befragten Unternehmen geben an, dass für sie die Hauptversammlung ein wichtiges Instrument im Dialog mit Privatanlegern ist. Gleichzeitig ist jedoch für fast zwei Drittel der Gesellschaften die

Hauptversammlung ein Pflichttermin und daher der Aufwand dafür auf das Nötigste beschränkt. Das zeigt den Spagat vieler Unternehmen zwischen gutem Willen zum Dialog mit den Kleinaktionären und kostenbe-



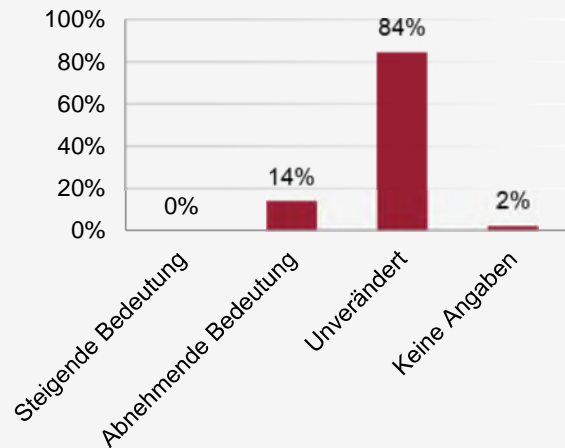
wusstem Umgang mit nicht-operativen Aufgaben. Nur knapp ein Drittel erachtet die Veranstaltung als bedeutende Plattform für den Kontakt zu institutionellen Investoren.

Auffällig ist, dass noch nicht einmal jedes fünfte Unternehmen seine Hauptversammlung nutzt, um über seine Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Dabei wäre das eine gute Gelegenheit, Aktionäre auch auf der Hauptversammlung inhaltlich und emotional vom eigenen Geschäftsmodell und speziellen Kompetenzen zu überzeugen. Immerhin haben fast 80 Prozent der Privatanleger Interesse an Informationen zu Produkten des jeweiligen Unternehmens⁷.

Für rund 84 Prozent der befragten Emittenten bleibt die kommunikative Bedeutung der Hauptversammlung auch in Zukunft gleich. Immerhin rund 14 Prozent geben an, dass ihre Bedeutung im jeweiligen Unternehmen sinken wird.

Insgesamt bleiben viele Möglichkeiten ungenutzt, Anleger vom eigenen Unternehmen zu überzeugen – gerade im persönlichen Kontakt auf der Hauptversammlung.

Künftige Bedeutung der HV als Kommunikationsinstrument



Welche Bedeutung wird die HV als Kommunikationsinstrument für Ihr Unternehmen in Zukunft haben?; n=51

⁷ Universität Leipzig (2012): Anlegerstudie 2012: Informationsanforderungen von Privatanlegern und Perspektiven für Investor Relations. Online: <http://www.anlegerstudie.com/>

Zwiespältige Haltung zu Stimmrechtsberatern

Eine Zielgruppe, die in den vergangenen Jahren enorm an Bedeutung gewonnen hat, sind Stimmrechtsberater sowie Anlegerschutzgemeinschaften – mindestens 85 Prozent der Befragten hatten bereits mit ihnen zu tun. Darunter sind sowohl Unternehmen aus dem Prime als auch aus dem Entry Standard.

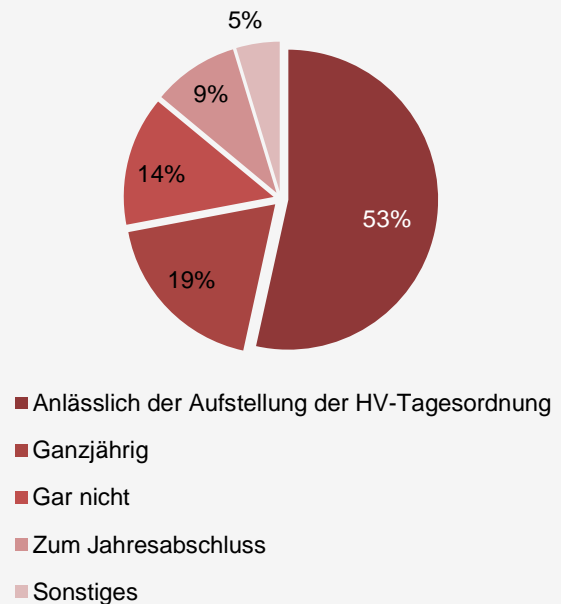
Davon suchen mehr als die Hälfte von sich aus den Kontakt zu Stimmrechtsberatern und ggf. Anlegerschützern – vor allem im Zuge der Hauptversammlung. Rund 19 Prozent derer, die schon Kontakt zu dieser Zielgruppe hatten, haben sogar ganzjährig mit ihnen zu tun. Etwa 9 Prozent nehmen schon anlässlich des Jahresabschlusses mit Stimmrechts- und Anlegervertretern Kontakt auf.

Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen führt mit Investoren jedoch keine Diskussion über die Abstimmungsempfehlungen von Stimmrechtsberatern und Co. – während rund 23 Prozent genau diesen Dialog suchen. Etwa ein Viertel der Befragten mit Erfahrungen zu Stimmrechtsvertretern wollte zu dieser Frage keine Angaben machen.

Was nun die konkreten Erfahrungen angeht, ist die Haltung vieler der befragten Unter-

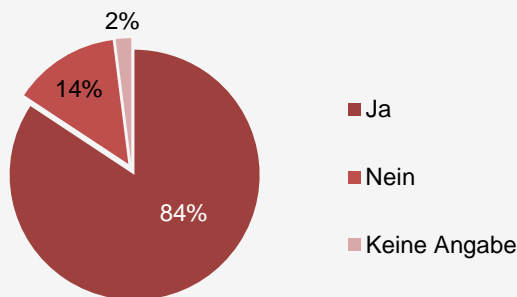
nehmen durchaus ambivalent: Für rund 54 Prozent tragen Stimmrechtsberater und Anlegerschützer zu einem zwar kritischen, aber dennoch konstruktiven Dialog bei. Während rund 30 Prozent weder positive noch negative Erfahrungen mit Vertretern dieser Gruppe

Zeitpunkt für den Kontakt zu Stimmrechtsberatern



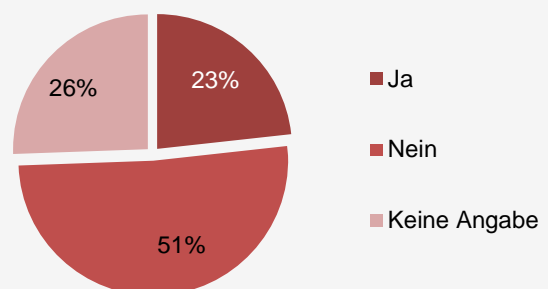
Wann suchen Sie den Dialog mit den Stimmrechtsberatern?; n=43

Kontakt mit Stimmrechtsberatern



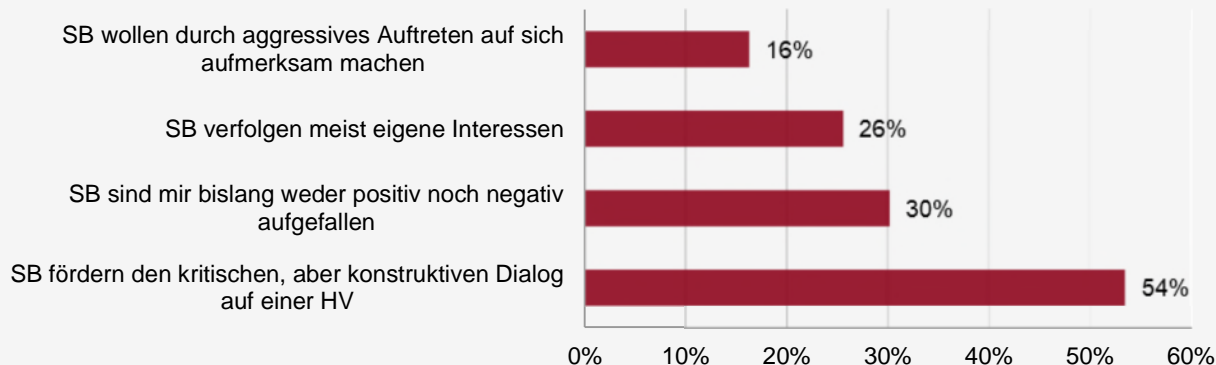
Hatten Sie bereits Kontakt mit Stimmrechtsberatern (Schutzgemeinschaften bzw. institutionellen Stimmrechtsvertretern)?; n=51

Diskussion mit Investoren um Abstimmungsempfehlungen



Diskutieren Sie mit Ihren Investoren die Empfehlungen der Stimmrechtsberater?; n=43

Erfahrungen mit Stimmrechtsberatern



Welche Erfahrung haben Sie mit Stimmrechtsberatern (SB) gemacht? (Mehrfach-Auswahl); n=43

gemacht haben, urteilen etwa 26 Prozent, dass diese eigene Interessen verfolgen. Rund 16 Prozent bescheinigen Stimmrechtsberatern und Co. gar aggressives Auftreten.

Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass ein Teil der befragten IR-Manager Stimmrechtsvertretern zugesteht, zum konstruktiven Dialog beizutragen, aber ihnen gleichzeitig auch mindestens eine der tendenziell negativen Eigenschaften zuschreibt. Das spiegelt die Haltung der Kapitalmarkt-Community wider: Denn tatsächlich sehen Emittenten und Experten die Übertragung des Stimmrechts bzw. Abstimmungsempfehlungen kritisch. Sie befürchten, dass institutionelle Investoren so ihre Verantwortung leichtfertig abgeben und Stimmrechtsberater möglicherweise nicht immer im Interesse der tatsächlichen Anteilseigner handeln könnten⁸.

Die Stimmrechtsberatung hat jedoch in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen – hauptsächlich für Investoren aus dem Aus-

land. Mittlerweile sind sowohl der Dax als auch der MDax, SDax und TecDax mehrheitlich in der Hand ausländischer Investoren^{9,10}. Das spricht für eine Internationalisierung des deutschen Aktienmarkts – zumindest was das Engagement institutioneller Investoren betrifft. Aus diesem Grund dürfte den befragten Emittenten an einer konstruktiven Zusammenarbeit mit Stimmrechtsberatern und auch Anlegerschutzgemeinschaften gelegen sein.

⁸ DIRK - Deutscher Investor Relations Verband e.V. (2014): *DIRK IR-GUIDE BAND IX: Stimmrechte auf der Hauptversammlung – Empfehlungen zur Zusammenarbeit mit Proxy Advisors*. Online: https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/IR%20Guide%20Proxy%20Advisor_FINAL.pdf

⁹ Ipreo Ltd. / DIRK e.V. (2014): *Investoren der Deutschland AG: Die Aktionärsstruktur des deutschen Leitindex DAX*. Online: [https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/Ipreo%20%20DIRK%20-%20DAX-Studie%20Juni%202014%20\(final\).pdf](https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/Ipreo%20%20DIRK%20-%20DAX-Studie%20Juni%202014%20(final).pdf)

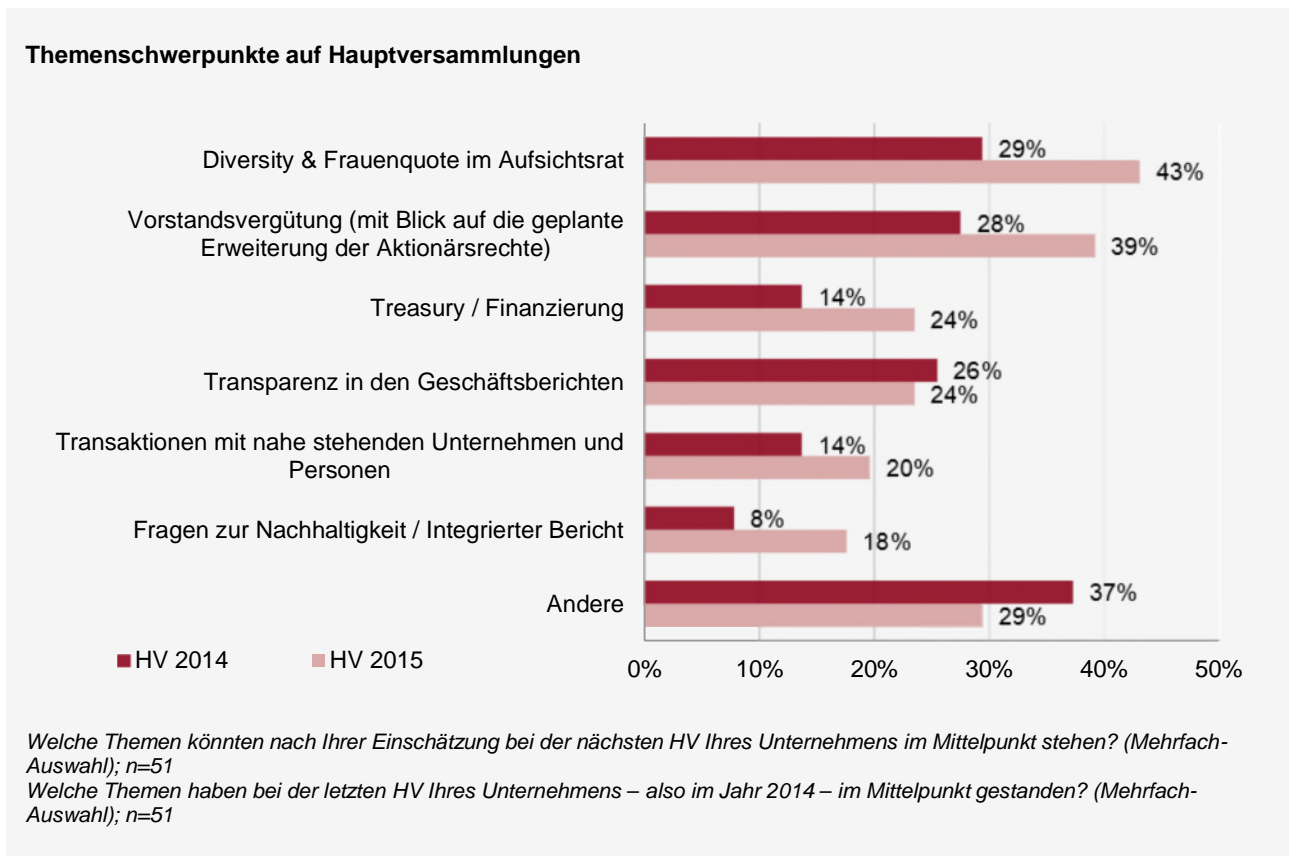
¹⁰ Cometis AG / DIRK e.V. (2015): *Wem gehört der börsennotierte Mittelstand? Update 2015*. Online: https://www.dirk.org/dirk_webseite/static/uploads/150127_Wem_g%C3%B6rt_der_deutsche_b%C3%B6rsennotierte_Mittelstand_150126.pdf

Diversity und Vorstandsvergütung als Spitzenreiter bei Trendthemen

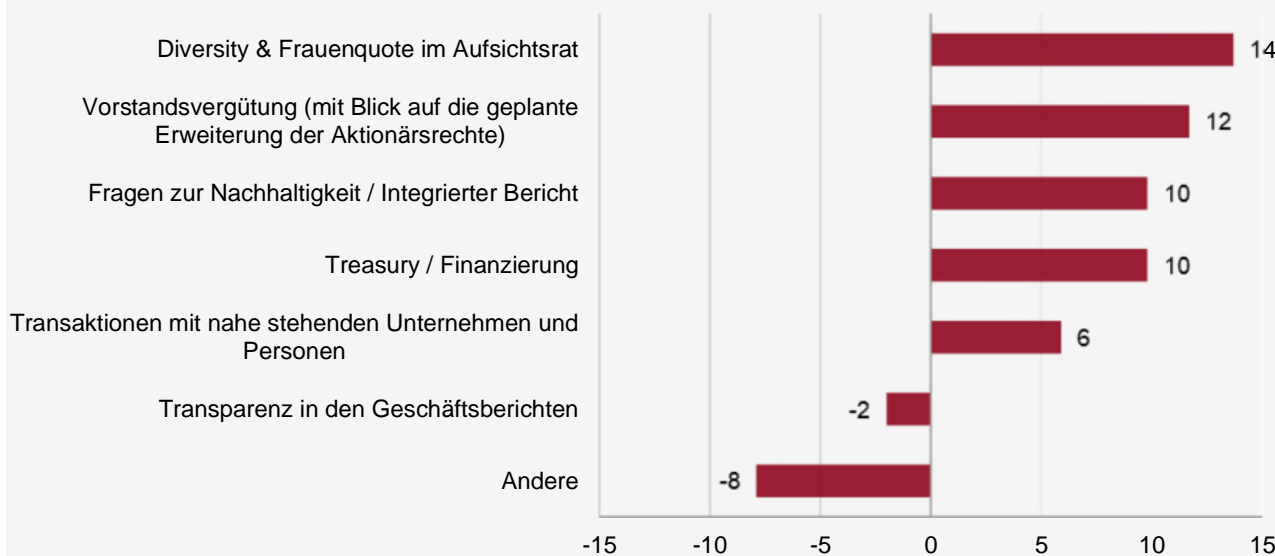
Auf jeder Hauptversammlung wird selbstverständlich über den Geschäftsverlauf sowie die Unternehmensstrategie gesprochen. Doch es gibt auch einige nicht-finanzielle Sonderthemen, die für Anleger durchaus interessant sind. Das Sonderthema Nummer eins auf der Hauptversammlung der befragten Unternehmen ist eindeutig der Aspekt Diversity und Frauenquote im Aufsichtsrat. Dieses Thema haben rund 29 Prozent der Emittenten auf ihrer letzten Hauptversammlung diskutiert. Auf Rang zwei folgt die Vorstandsvergütung, der rund 28 Prozent der Befragten Platz einräumen. Auch die Transparenz in Geschäftsberichten wurde 2014 bei 26 Prozent der Emittenten thematisiert. Weiter hinten folgen mit je 14 Prozent die Themen Finanzierung

sowie Transaktionen mit nahestehenden Personen und Unternehmen. Aspekte der Nachhaltigkeit und integrierter Berichterstattung spielten hingegen bei nur 8 Prozent eine Rolle.

Diese Themen bleiben nach Ansicht der befragten IR-Manager auch künftig Gesprächsstoff. Rund 43 Prozent gehen davon aus, dass das Thema Diversity und Frauenquote im Aufsichtsrat bei der nächsten Hauptversammlung eine Rolle spielt – das wäre ein Zuwachs von rund 14 Prozentpunkten. Ähnliches gilt für die Vorstandsvergütung, die 2015 bei 39 Prozent der befragten Unternehmen thematisiert werden soll. Der Transparenz in Geschäftsberichten schreiben die Unternehmen hingegen zukünftig weniger Relevanz zu.



Entwicklung der Bedeutsamkeit der HV-Themen von 2014 bis 2015 (in Prozentpunkten)



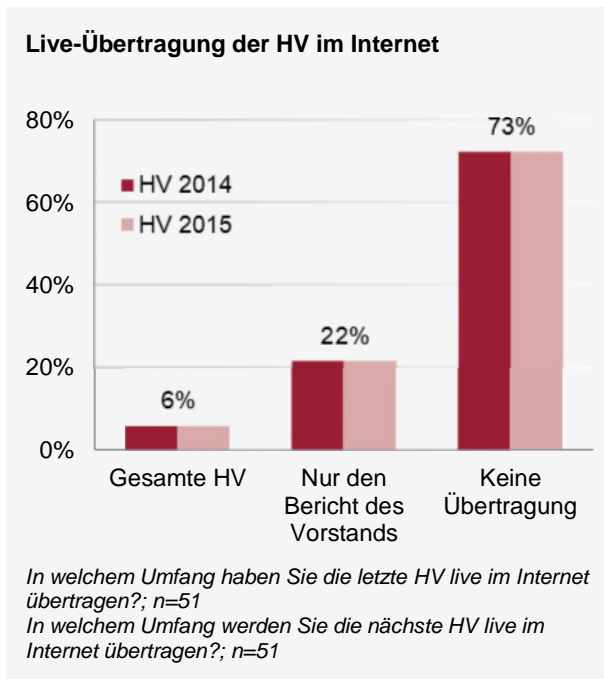
Die Bedeutung der Frauenquote und Vielfaltigkeit in der Unternehmensführung lässt sich leicht mit den neuen Vorstößen der Bundesregierung erklären: Das Bundeskabinett hat Ende 2014 einen Gesetzentwurf zur Frauenquote beschlossen, die ab 2016 in Kraft treten soll. Auch das Thema Vorstandsvergütung ist mittlerweile gesetzlich geregelt. Seit 2013 sind Anleger berechtigt, auf der Hauptversammlung über die Gehälter der Vorstände abzustimmen. Darüber hinaus können Aktionäre das Thema natürlich auch jederzeit von sich aus auf der Hauptversammlung aufs Tapet bringen. Nach den Ergebnissen der Umfrage besteht an dieser Stelle offenbar noch Diskussionsbedarf.

Das Thema Nachhaltigkeit und integrierte Berichterstattung ist bei den Befragten jedoch in den Hintergrund gerückt – obschon rund 10 Prozent der Unternehmen dem Thema bei der kommenden Hauptversammlung im Gegensatz zu 2014 einen Schwerpunkt einräumen. Immerhin legen vor allem institutionelle Investoren vermehrt großen Wert auf verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung¹¹. Zudem haben sich die EU-Mitgliedsstaaten 2014 auf eine Berichtspflicht zu ESG-Themen (Environment, Social, Governance) geeinigt. Es ist deshalb damit zu rechnen, dass dieser Themenkomplex vielleicht nicht bei der Hauptversammlung 2015, aber mittel- und langfristig wieder verstärkt auf den Tisch kommt.

¹¹ UN Global Compact, UNCTAD, UNEPFI, PRI (2015): *Private Sector Investment And Sustainable Development*. Online: <http://www.unpri.org/publications/>

Ungenutztes Potenzial bei neuen Kommunikationskanälen

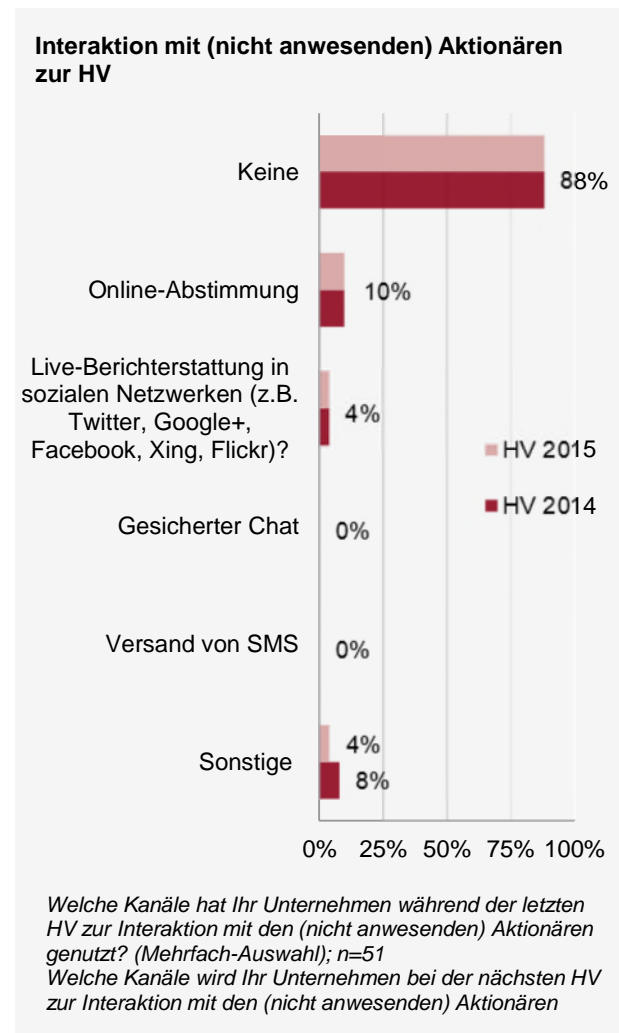
Die Hauptversammlung scheint noch nicht im Online-Zeitalter angekommen zu sein: So bieten rund drei Viertel der befragten Unternehmen keinerlei Live-Übertragung ihrer Hauptversammlung im Internet an. Immerhin rund jeder fünfte Befragte überträgt den Bericht des Vorstands online, 6 Prozent sogar die gesamte HV. Den Ergebnissen zufolge wird sich daran auch 2015 nichts ändern.



Genauso ernüchternd sind die Antworten zu weiteren, überwiegend digitalen Kommunikationskanälen: Nur rund 4 Prozent der Emittenten berichten über ihre Social-Media-Kanäle live vom Event. Immerhin bietet fast jedes zehnte befragte Unternehmen die Möglichkeit der Online-Abstimmung an. Von den Befragten überhaupt nicht genutzt werden beispielsweise der Versand von SMS oder ein gesicherter Chat. Rund 88 Prozent kommunizieren überhaupt nicht mit ihren abwesenden Aktionären während der Hauptversammlung.

Auch hier sind keine abweichenden Tendenzen für 2015 erkennbar.

Die Zögerlichkeit vieler Unternehmen kann unter Umständen damit zusammenhängen, dass bei der Hauptversammlung vielerlei juristische Regeln beachtet werden müssen. Diese lassen sich oft nur mit großem Aufwand in der Online-Kommunikation berücksichtigen, wie beispielsweise ein Live-Chat.



Möglicherweise ändert sich das langfristig – zumindest bei den Unternehmen, die in den Indizes gelistet und entsprechend bekannt

sind. Laut einer Studie des Deutschen Aktieninstituts, ist mehr als die Hälfte der deutschen Aktionäre älter als 40 Jahre¹². Wenn also Aktien für jüngere potenzielle Privataktionäre in Zukunft attraktiv bleiben sollen, müssen sich Unternehmen auch zur Hauptver-

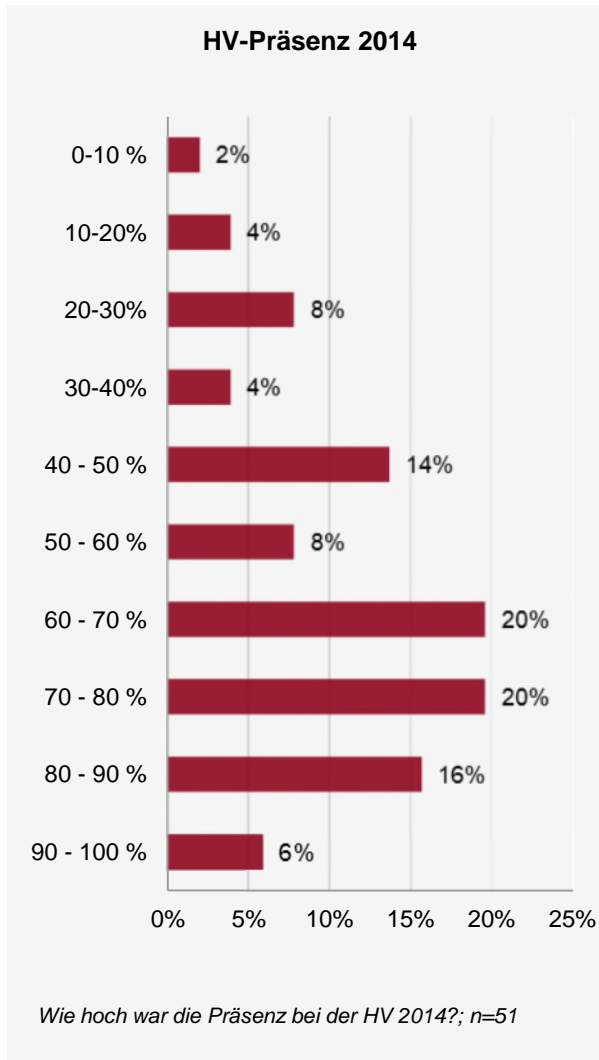
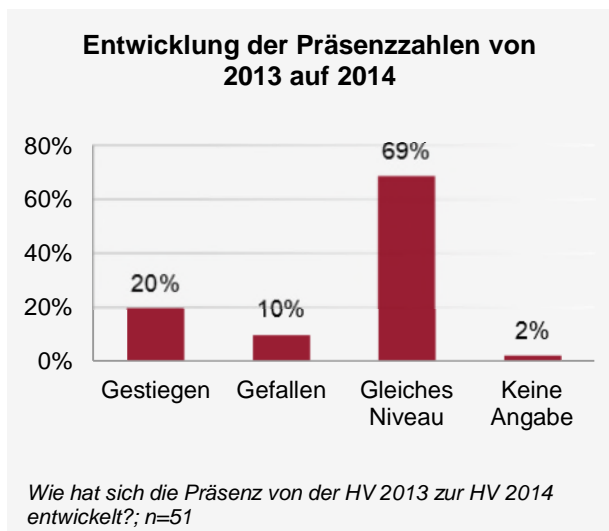
sammlung stärker mit deren Kommunikationspräferenzen auseinandersetzen. Denn das Kommunikationspotenzial, vor allem im Hinblick auf moderne, digitale Medien und Kommunikationsinstrumente, wird derzeit noch kaum ausgeschöpft.

¹² Deutsches Aktieninstitut e.V. (2014): *Aktionärszahlen des Deutschen Aktieninstituts 2013*. Online: https://www.dai.de/files/dai_usercontent/dokumente/studien/2014-03-05%20DAI%20Aktionaerszahlen%202013.pdf

Präsenz bei Hauptversammlungen stabil

Im Jahr 2013 beklagten viele Dax-Unternehmen einen Rückgang der Präsenz auf der Hauptversammlung¹³. Doch bei den hier befragten Unternehmen verzeichneten 2014 fast zwei Drittel eine Präsenz von mehr als 60 Prozent.

Bei etwa 69 Prozent blieb das Präsenzniveau gegenüber 2013 damit in etwa gleich, bei rund 20 Prozent der Unternehmen stieg die Präsenz sogar. Nur rund jeder Zehnte gab an, dass die Präsenz 2014 niedriger ausgefallen sei als noch im Vorjahr.



¹³ Frankfurter Allgemeine Zeitung (28.05.2013): „Die Präsenz auf Hauptversammlungen sinkt“. Online: <http://www.faz.net/aktuell/finanzen/aktien/dax-gesellschaften-die-praesenz-auf-hauptversammlungen-sinkt-12198564.html>

Impressum

Herausgeber:

Cortent Kommunikation AG
Clemensstraße 3
60487 Frankfurt am Main
Tel.: 069 – 5770 300 61
Fax: 069 – 5770 300 10
info@cortent.de
www.cortent.de

in Kooperation mit
AAA HV Management GmbH

Studienleiter:

Volker Siegert, Christian Dose

Redaktion & Layout:

Lisa Schreiber

Februar 2015

© 2015, Cortent Kommunikation AG / AAA HV Management GmbH

Alle Rechte, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, vorbehalten. Alle Texte, Grafiken und Bilder sind urheberrechtlich geschützt. Das betrifft insbesondere die Vervielfältigungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in andere Medien, einschließlich solcher in elektronischer Form, sowie die Bereitstellung auf einem anderen Server. Die Vervielfältigung und Verwertung der dargestellten Informationen oder Daten ist nicht gestattet, soweit keine schriftliche Genehmigung der Cortent Kommunikation AG vorliegt.

Hinweis zur Haftung:

Wir bemühen uns stets um eine sorgfältige Recherche und aktuelle Informationen, übernehmen jedoch für die Richtigkeit externer Quellen keine Garantie. Zudem sind die enthaltenen Informationen allgemeiner Natur und ersetzen keine individuelle rechtliche oder sonstige fachliche Beratung.

