

Virtuelle Hauptversammlungen können das Verhältnis der Unternehmen zu ihren Anteilseignern revolutionieren, meint **Tom Levine**.

Mut zum Quantensprung



Brunswick Group [M]

Es ruckelt noch etwas. Hier fehlt die Kameraführung. Dort deprimiert das Ambiente. Drüben hat die Anmeldung wohl bei Kafka gespickt, so absurd wirkt der Prozess. Und über die Powerpoint-Künste, da sei der Mantel des Schweigens gehüllt. Schwamm drüber. Wir üben ja erst. Die virtuelle Hauptversammlung ist gerade mal zwei Monate alt in Deutschland; es hat bislang nur knapp drei Dutzend Aktionärstreffen ins Internet verschlagen. Wenn es dazu überhaupt schon eine Zwischenbilanz geben darf, dann höchstens die: Aller Anfang ist schwer. Und die meisten Chancen, die die Digitalisierung dem Stillesein der Anteilseigner bieten kann, scheinen noch nicht einmal erkannt.

Die virtuellen Hauptversammlungen der vergangenen Wochen waren oftmals Notbehelfe, mäßige Kopien des Originals. Aus Angst, sich in juristisch schwer vermintem Gelände einen teuren Fehltritt zu erlauben, trauten sich die Unternehmen teilweise nicht einmal, die Sitzordnung auf der Bühne zu ändern. Dennoch wurde hier und da sichtbar, welche Möglichkeiten sich mit der Befreiung von den Zwängen einer Kongresshalle ergeben können.

Manch einer erkannte zum Beispiel, dass eine virtuelle Hauptversammlung nicht vollumfänglich zwischen offizieller Eröffnung und Abschluss gequetscht werden muss. Natürlich gibt es immer noch diese klar definierte „Live-Phase“, in der das Pflichtprogramm unter notarieller Aufsicht stattfindet und die Fragen der Aktien-Besitzer beantwortet werden.

Kein Gesetz aber verbietet, die Reden der Vorsitzenden von Aufsichtsrat und Vorstand aufzuzeichnen und vorab ins Netz zu stellen, Fragen frühzeitig einzusammeln und zu beantworten. Die ganz Mutigen erlaubten den Aktionären gar, sich vor, während oder nach der HV in einzelne Themen stärker einzuarbeiten. Auf HV-Websites wurde dazu allerhand Material gereicht, vereinzelt sinnvoll aufbereitet, grafisch unterfüttert. Es war quasi die Frühform einer „HV on demand“ zu besichtigen.

Mit der zeitlichen und räumlichen Entzerrung erreichten die Emittenten dabei ein ganz „neues“ Publikum. Auf den klassischen Präsenz-HVs sind neben institutionellen Teilnehmern zu meist ältere Kleinaktionäre vertreten, weil der berufstätige Teil der Investoren kaum Gelegenheit hat anzureisen. Online sind diese Anleger eher dabei, wie die ersten Gehversuche bestätigten. Die Mischung des Publikums wird breiter - und damit auch die Qualität des Austauschs.

Dass der Dialog sich allerdings noch erheblich erweitern kann, bestätigen Insider gern. In der Berichtssaison 2020 fehlte dazu bislang der Mut. Auch beim Einsatz von Video und Animation, von Apps oder sozialen Kanälen, bei der Auswahl des Tagungsorts oder gar eines thematischen Rahmens: Es wurde überall lieber heruntergefahren statt ausgebaut, denn man wollte in der Krise bloß nicht großzügig, gar verschwenderisch wirken.

Es ist stark zu befürchten, dass da an der falschen Stelle gezeitigt wurde. Die virtuelle HV ist ohnehin schon ein Sparpaket, weil Aufwände etwa für Saalmieten, Catering, Bühnen-

bauten wegfallen. Die Kassenwarte freuten sich über 50 Prozent Kostenreduktion - und nahmen dafür die digitale Freudlosigkeit billigend in Kauf. Dass erste Forderungen laut werden, 2021 bitte wieder zur Normalität zurückzukehren, wundert da nicht.

Chance vertan? Es wäre bitter. Der digitale Auftritt kann den analogen in vielerlei Hinsicht überstrahlen. Die „HV-Website“ schafft dem Unternehmen multimediale Möglichkeiten, Anteilseigner mit eigenen Positionen umweglos zu erreichen, Botschaften zu setzen, Argumente mit Material zu unterfüttern. Der Dialog mit Aktionären kann hier über die formalen Wege der Aktionärsfragen hinaus erweitert werden; in Chats oder Foren etwa könnten Aktionäre informell untereinander oder mit Firmenexperten Themen erörtern.

Covid-19 schiebt uns überall mit Macht ins digitale Zeitalter. Die virtuelle Hauptversammlung ist ein gutes Beispiel dafür. Ein konsequent digitales Neudenken dieses Unternehmensorgans wird das Verhältnis zwischen Aktienbesitzern und Unternehmensführungen stark verändern - noch ist nicht ausgemacht, in welche Richtung. Digitalisierung treibt Transparenz, Geschwindigkeit und die Möglichkeiten zur Interaktion. Wer davon profitieren will, muss jetzt mitmachen, ausprobieren und mitgestalten. Für Nachzügler ist die Lernkurve steiler. Und ihr Risiko ist hoch, kommunikativ zu den Verlierern zu zählen.

„**Der digitale Auftritt kann den analogen in vielerlei Hinsicht überstrahlen.**“

Der Autor ist Digital Director der Unternehmensberatung Brunswick.

Anzeige

WIRTSCHAFT NEU ERLEBEN.

Dabei sein
und App
downloaden

Tauchen Sie mit der WirtschaftsWoche Virtual-Reality-App ein in die Welt von morgen: Wir bringen Sie an Orte, an denen die Technologien der Zukunft entstehen. Bauen Sie mit am Auto der Zukunft oder assistieren Sie im hypermodernen OP - und lernen Sie Wirtschaft aus völlig neuer Perspektive kennen.

Das Abenteuer beginnt
hier: wiwo.de/vr



**Wirtschafts
Woche**