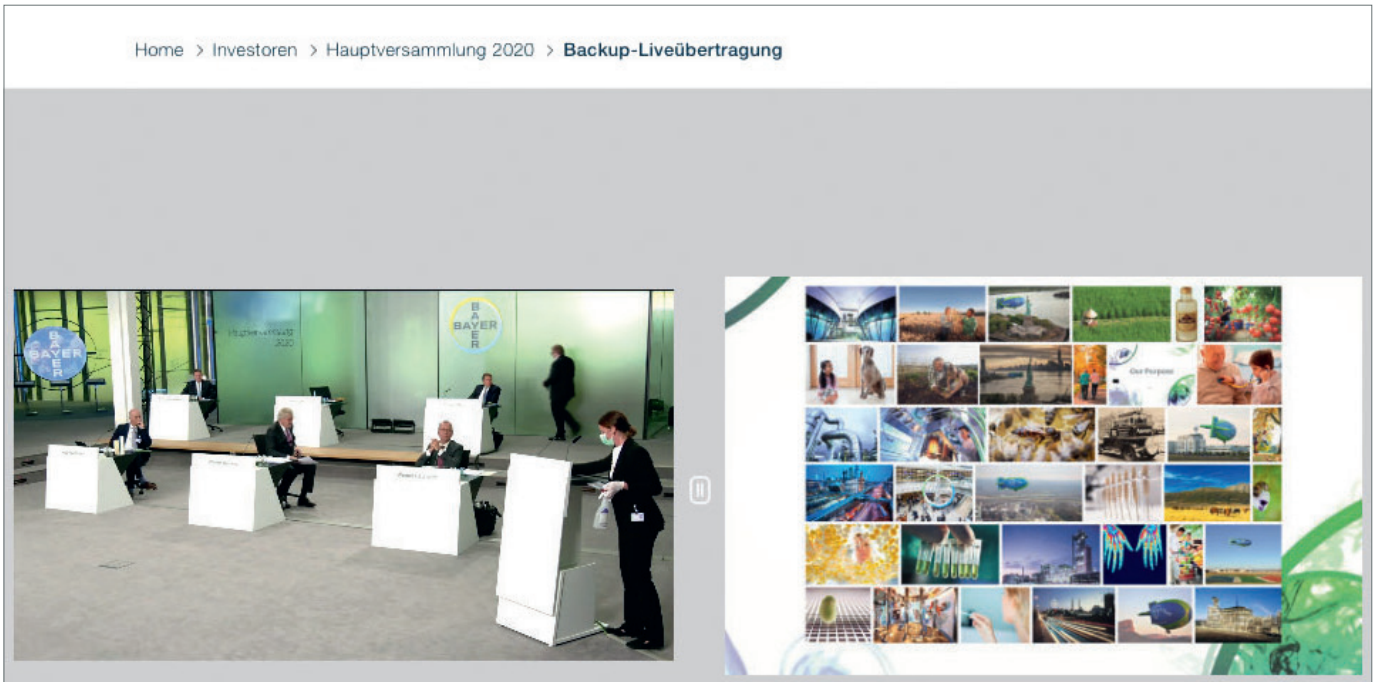

Desinfektion bevor der nächste Redner ans Pult tritt: *die Szenerie bei der Online-HV von Bayer. Das Web-Event des Leverkusener Dax-Konzerns war am 28. April 2020 die erste große virtuelle Hauptversammlung in Deutschland.*

Foto: Screenshot www.bayer.de

HAUPTVERSAMMLUNGEN 2020

Format wird sich drastisch verändern

*Wegen der **Corona-Krise** dürfen Aktiengesellschaften ihre **Hauptversammlung** in diesem Jahr erstmals als **reines Online-Event** abhalten. IR-Experte **Lutz Grüten** und Digitalexperte **Tom Levine** von der Kommunikationsberatung Brunswick sehen große Chancen für Unternehmen.*

Ende März wurde für Hauptversammlungen die Präsenzpflicht für dieses Jahr aufgehoben. Das macht den Weg für virtuelle Hauptversammlungen frei. Wie bewerten Sie das?

Lutz Grüten: Es gibt, wie bei jeder neuen Entwicklung, Chancen und Risiken. Aber wir sind uns ganz sicher, dass die Chancen, die eine virtuelle Hauptversammlung für Unternehmen bietet, eindeutig überwiegen.

Welche Chancen bietet ein Online-Event?

Grüten: Unternehmen können aus einer virtuellen HV eine Erlebniswelt machen, die nicht bloß für Aktionäre, sondern auch für bestehende und künftige Kunden interessant ist. Im Umfeld der normalen Präsenz-HV gibt es mannigfaltige Mög-

lichkeiten, eigene Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren – und nun gibt es die wunderbare Chance, diese Erlebniswelt ins Internet zu bringen.

Wie kann man sich so eine Veranstaltung vorstellen?
Tom Levine: Es gibt verschiedene Ausgestaltungsmöglichkeiten. Rein rechtlich gesehen, wird es ausreichen, einen Livestream der Reden anzubieten, die Fragen der Aktionäre per E-Mail einzusammeln und die Abstimmungen per Briefwahl oder Aktionärsportal abzuhalten. Diese Minimalvariante wäre also nicht viel mehr als eine Videokonferenz, in die sich nur Aktionäre einwählen können und in der zum Beispiel mit einer PowerPoint-Präsentation die Fragen der Aktionäre beantwortet werden.

Klingt nicht sonderlich attraktiv.
Levine: Aus Kommunikationsperspektive ist eine solche Aufbereitung nicht bloß unattraktiv, sondern wir glauben, dass Unternehmen damit ein hohes Risiko eingehen. Sehr viele Aktionäre würden diese Form einer virtuellen Hauptversammlung gar nicht mitverfolgen. Viele Punkte, die das Unternehmen adressieren will, würden untergehen.

Grüten: Kein Mensch wird drei, vier Stunden vor einem Bildschirm sitzen und sich eine endlose PowerPoint-Präsentation anschauen. Leute wollen unterhalten werden. Auf einer Präsenz-HV ist das ja auch so: Es gibt zwischen den Vorträgen immer wieder Einspieler, es gibt Musik, es gibt Reden der Aktionäre und eine Frage-Antwort-Runde, die eine bestimmte Dynamik entfalten kann.

Wie könnte man so ein Web-Event also besser gestalten?
Levine: Man muss die virtuelle Hauptversammlung auch als Kommunikations- und Entertainment-Paket begreifen. Die wichtigsten Reden sollten zum Beispiel vorher als Videos gedreht sein, es müssten immer wieder Filmbeiträge eingespielt, Statistiken und Daten grafisch attraktiv, vielleicht sogar interaktiv aufgearbeitet werden. Es geht nicht darum, eine Show abzuziehen, sondern mehr Emotionalität aufzubauen und den Aktionären wichtige Botschaften über Daten und Bildwelten zu vermitteln. Eine virtuelle HV ist eine Chance, kommunikativ sehr viel mehr zu erreichen, als das in einer Präsenz-HV möglich wäre.

IR-Experte Lutz Grüten: *„Kein Mensch wird drei, vier Stunden vor einem Bildschirm sitzen und sich eine endlose PowerPoint-Präsentation anschauen."*

Digitalexperte Tom Levine: *„Man muss die virtuelle Hauptversammlung auch als Kommunikations- und Entertainment-Paket begreifen."*

Sie gehen davon aus, dass die Unternehmen ein Interesse haben, ihre HV 2020 offensiv zu präsentieren. Was ist, wenn das Gegenteil der Fall ist?
Levine: Wenn Unternehmen glauben, dass sie in diesem Jahr nichts zu erzählen haben, dann irren sie gewaltig. Natürlich gibt es wegen Covid-19 für das laufende Jahr keine guten Zahlen und keine guten oder nur unsichere Prognosen. Aber die Menschen werden sich lange daran erinnern, wie ein Unternehmen sich in einer solchen Krise verhalten hat – gegenüber seinen Kunden, seinen Mitarbeitern und auch seinen Investoren. Dieses Unternehmen hat bei Covid-19 den Kopf eingezogen und sich weggeduckt, jenes Unternehmen wiederum war aktiv, hat transparent kommuniziert und Begeisterung und Leidenschaft gezeigt – bei welchem will ich dann in Zukunft wohl lieber investieren?

Welche konkreten Vorteile bietet eine virtuelle HV Unternehmen darüber hinaus?
Levine: Man erreicht eine viel repräsentativere Zielgruppe. Schauen Sie sich einmal an, wer auf einer klassischen Präsenz-HV vertreten ist: neben institutionellen Teilnehmern meist nur ältere Herrschaften. Das ist nicht der klassische Querschnitt einer Personengruppe, die ganz normal in Aktien investiert. Aber der Durchschnittsaktionär, der berufstätig ist, hat kaum die Möglichkeit, eine solche Veranstaltung zu besuchen. Eine Online-HV kann sich jeder anschauen.

Grüten: Man darf auch nicht vergessen, dass eine Präsenz-HV für Unternehmen hohe Kosten verursacht. Allein der Bühnenbau geht oft in die Millionen – für einen einmaligen Effekt. Was sie an multimedialen Erzeugnissen hingegen für eine virtuelle HV produzieren, ist nicht nur sehr viel günstiger – man kann diese multimedialen Produkte auch weiterverwerten. Sie sind ein gutes Marketing-Tool.

Haben Sie ein Beispiel für ein solches „multimediales Erzeugnis"?
Grüten: In Deutschland ist die Hauptversammlungssaison 2020 noch gar nicht richtig gestartet. Diejenigen Hauptversammlungen, die Anfang April hätten stattfinden sollen, wurden vorsorglich alle verschoben. Die ersten virtuellen HVs >

in Deutschland werden wir ab Ende April sehen. Hier ist das Thema absolutes Neuland, während es in den USA und auch in der Schweiz schon einige, zumeist einfache Online-HVs gab.

Levine: Ich habe mir dieser Tage die Hauptversammlung von Starbucks angesehen. Die ist im Internet immer noch verfügbar. Das ist sehr mit der heißen Nadel gestrickt worden, aber sie haben sich Mühe gegeben. Der Vorstand sitzt in einer Art Café auf Hockern, also quasi im Starbucks nebenan. Die Rede vom CEO ist ehrlich, emotional, klar. Und auch seine Kolleginnen und Kollegen kommen zu Wort, wie in einer Talkshow, nur eben ohne Publikum. Ich fand das recht gelungen – würde allerdings etwas mehr Film und Animation einbringen, wenn man die Zeit zur Vorbereitung hat.

Wie wird das Medium Internet den Charakter einer Hauptversammlung verändern?

Grüten: Sehr drastisch. Das Format der Hauptversammlung wird nicht bloß visueller und inhaltsreicher, sondern auch fokussierter werden müssen. Denn eine einstündige Vorstandsrede wird sich im Internet niemand mehr anschauen. Gewissermaßen wird sich unsere gesamte HV-Kultur verändern.

Levine: Die Hauptversammlung wird auch serviceorientierter werden. Die Fragen, die man über einen gewissen Zeitraum an den Vorstand stellen kann, können beispielsweise thematisch gebündelt beantwortet werden, etwa auf einer Website in unterschiedlichen „Themenräumen". Durch Animationen und Grafiken kann man diese Antworten sehr viel detaillierter und verständlicher ausarbeiten, als das in einer Präsenzveranstaltung je ad hoc möglich wäre. Die Beziehung zwischen Unternehmen und Aktionären kann sich damit auch verändern. ◀