

MARTIN SPIELER ÜBER AKTIVE AKTIONÄRE IN SCHWEIZER BÖRSENFIRMEN

Die Verantwortung wahrnehmen

Der von Michael Pieper gewonnene Kampf um die Macht beim Bodenbelags-, Klebstoff- und Transportbänder-Konzern Forbo steht symbolhaft für einen Trend, der sich zunehmend auch in der Schweiz abzeichnet: Aktionäre geben sich nicht mehr allein damit zufrieden, passiv an einer Gesellschaft beteiligt zu sein, sondern mischen sich ein und kämpfen für Strategie- oder Führungswechsel. Eine derartige Entwicklung ist derzeit bei Unaxis im Gang, wo die Victory Holding des Österreicherers Mirko Kovats öffentlich erklärt, dass sie Konzernchef Harald Eggers feuern will. Auch bei Sarna und SIG übt Grossaktionär Tito Tettamanti über seine Sterling Investment Group Druck auf den Ver-

waltungsrat aus. Bei Sarna hat Tettamanti eine Fusion mit Sika vorgeschlagen. Obwohl sich der Sarna-Verwaltungsrat mit dieser Idee schwer tut, kommt es bei der Obwaldner Firma, auch aufgrund des Drucks seitens des Aktionärs-

In der Schweiz haben wir zu wenig aktive Aktionäre.

tes, zu einer einschneidenden Veränderung. Sarna trennt sich von der Sparte Automotive. Einen fundamentalen Strategiewechsel bereits erzwungen hat Sterling zusammen mit der Müller-Möhl-Gruppe bei Ascom.

Auch beim Rückversicherer Converium formieren sich in Hin-

blick auf die Generalversammlung offenbar Grossaktionäre, um eine Machtübernahme vorzubereiten. Da könnte es – wie bei Forbo – zu einem Schlagabtausch zwischen Aktionärsgruppen kommen.

Man mag im Fall von Forbo Michael Pieper, der unmittelbar nach seinem Ausscheiden aus dem VR vom In- zum Outsider wandelte und sein Engagement stark ausbaute, kritisieren. Immerhin ist er aber bereit, beim Eglisauer Konzern unternehmerische Verantwortung wahrzunehmen; er trägt ein weit höheres persönliches Risiko – er hat 170 Mio Fr. investiert – als all die weiteren früheren Verwaltungsräte, die ihn kritisieren.

Weniger eindeutig präsentiert sich die Lage bei Unaxis: Ob Mirko Kovats tatsächlich daran interessiert ist, einen unternehmerischen Tatbeweis anzutreten oder ob die Unaxis-Beteiligung für ihn und sei-

ne Gefährten nicht viel eher reine Spekulation ist, muss sich nach der Unaxis-GV Ende April 2005 erst noch weisen. Hier wäre erfreulich, wenn die Grossaktionärin Bührle ihren Einfluss stärker ausüben und dafür sorgen würde, dass Ordnung ins Haus Unaxis kommt.

Was in der Schweiz derzeit anhand mehrerer prominenter Beispiele zu beobachten ist, dass die Zeit der Stillhalter im Aktionariat langsam vorbei ist, gehört in den USA und Grossbritannien längst zur Tagesordnung. In unserem Land vollzieht sich dieser Wandel bislang nur langsam. Dabei sind die Vorteile offensichtlich: Allein das Auftreten eines Grossaktionärs, der aufgrund seines finanziellen Engagements ein stärkeres Interesse am Erfolg einer Gesellschaft hat als ein VR-Mitglied ohne grössere Beteiligung, sorgt häufig für mehr Dynamik in Management und VR.

Noch haben wir in der Schweiz zu wenig aktive Aktionäre, die ihre Verantwortung als Eigentümer wahrnehmen. Diese Verantwortung sollten auch Pensionskassen stärker ausüben. Aktive Aktionäre übernehmen unternehmerische Initiative, beschleunigen Prozesse oder ermöglichen eine Wende. Wenn Eigentümer Einfluss auf die Unternehmung nehmen, wird es für Manager und Verwaltungsräte schwierig, sich ungerechtfertigt hohe Saläre und Honorare zuzuschreiben. Aktive Aktionäre bieten am ehesten Gewähr, dass Corporate-Governance-Regeln nicht zu Papier-Tigern verkommen. Davon profitieren nicht nur Gross-, sondern auch übrige Aktionäre.



Martin Spieler ist Chefredaktor der «Handelszeitung».

Auch Ihre Meinung ist gefragt: meinung@handelszeitung.ch

DIE KARIKATUR DER WOCHE



EINSCHREIBEN

Peter Künzli
Zentralpräsident
GastroSuisse
Blumenfeldstr. 20
8046 Zürich

Sehr geehrter Herr Künzli
Jetzt bin ich doch ein wenig enttäuscht von Ihnen. Mitte Dezember 04 konnte ich Ihnen noch zu der Mannhaftigkeit gratulieren, den demokratischen Entscheid mit den 0,5 % akzeptiert zu haben – und auch zu Ihren kreativen Vorschlägen, wie die Beizer damit umgehen können. Und was muss ich nun vernehmen? Weinerlich (sic!) beklagen Sie sich über «be-trächtliche» und «gravierende» Alkohol-Umsatzrückgänge von «bis zu 20%». Dabei kennt Ihr Verband die konkreten Zahlen noch gar nicht. Wo ist Ihre anfängliche Kreativität mit neuen Angeboten auf der Weinkarte geblieben? Sehen Sies doch positiv: Von dem bereits gravierenden Rückgang der landesweiten Fahrausweisentzüge profitieren doch vor allem die am stärksten gebeutelten Beizen in ländlich-bäuerlichen Gebieten. Fordern Sie doch im Parlament entsprechende Subventionen ein, zu-lasten des Gesundheitswesens oder der «Angstmacherkampagne» der Beratungsstelle für Unfallverhütung. Bei der jetzigen politischen Lage kommen Sie damit vielleicht sogar durch. Also: Tränen trocken, Kopf hoch und Mund zu!

Ihr Eckhard Baschek

Köbi Kuhn
Fussball-
Nationaltrainer
Postfach
3000 Bern 15

Sehr geehrter Herr Kuhn
Ich spreche Sie bewusst nicht mit «Lieber Köbi» an, denn ich weiss, dass Sie sich von Ihren Spielern ebenfalls Siezen lassen. Sie fordern Respekt und Verbindlichkeit, Sie wollen als Autorität anerkannt werden. Diese Eigenschaften, Herr Kuhn, dürfen zum Erfolg der Fussball-Nationalmannschaft am Samstagabend gegen Frankreich im legendären Stade de France beigetragen haben. Sie haben zwar nicht gewonnen, aber dem grossen Gegner mit einer soliden Leistung (und etwas Glück) einen wertvollen Punkt abge-luchst. Eines ist mir besonders aufgefallen, und dafür sollten Sie eigentlich ein Vorbild für eine demotiviert wirkende, an Selbstzweifeln nagende und an Unentschlossenheit krankende Schweiz werden: Sie haben den ältesten und erfahrensten Spieler sozusagen als Rückgrat ins Tor gesetzt und dabei auf junge, hungrige Spieler gesetzt, die ohne Komplexe, ohne Minderwertigkeitskomplexe auftrumpften. Und was die Schweiz von Ihnen auch noch lernen kann: Sie sind lernfähig. An der letztjährigen Europameisterschaft setzten sie auf das alt Bewährte, auf den Denkmalschutz – und verloren. Mit fussballerischen Grüssen
Pascal Ihle

GASTAUTOR PETER FENKART ÜBER DEN NUTZEN VON CORPORATE GOVERNANCE IN DER KOMMUNIKATION

Transparenz schafft Vertrauen

Als sich Ende der 90er Jahre die aufgeregte Diskussion zum Thema Shareholder Value legte, trat mit Corporate Governance ohne Verzug ein neuer Begriff ins Rampenlicht der Wirtschaftspublizistik. Juristen, Ökonomen, Ethiker und selbst Politiker beteiligten sich aktiv am Disput über die Regeln guter Unternehmensführung. Krasse Management-Fehlleistungen in der Schweiz und im Ausland verliehen dem Thema zusätzlichen Auftrieb. Das angeschlagene Vertrauen der Anleger sollte – angelehnt an die angelsächsische Praxis – mit Corporate Governance zurückgewonnen werden. 2002 legte Economie-suisse den «Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance» vor, und gleichzeitig setzte die SWX Swiss Exchange ihre «Richtlinie betreffend Information zur Corporate Governance» in Kraft.

Code und Richtlinie richten sich mit dem Ziel, Aktionärsinteressen angemessen zu schützen, ausschliesslich an Publikumsgesellschaften. Inzwischen sind auch bei ausserbörslich gehandelten Aktiengesellschaften und privat gehaltenen Familiengesellschaften Bestrebungen im Gange, die im Sinne guter Unternehmensführung die Checks and Balances verbessern sowie eine wirkungsvollere Risikokontrolle und eine erhöhte Transparenz schaffen sollen. Mit einiger Verzögerung hat die Diskussion um Corporate Governance schliesslich auch bei gemeinnützigen Organisationen eingesetzt. Diese Entwicklung ist ebenso erfreulich wie verständlich, denn gerade diese Institutionen sind in besonderem Mass auf das Vertrauen ihrer Spender angewiesen.

Zurück zu den Publikumsgesellschaften: Mittlerweile soll der

Umsetzungsgrad der SWX-Richtlinie 94% betragen. Zudem kommt eine von der Unternehmensberatungsgesellschaft PwC weltweit bei 1300 Führungskräften durchge-

Interessiert nicht nur Share-, sondern alle Stakeholder.

führte Umfrage zum Schluss, dass die Mehrheit der Befragten Corporate Governance als Werttreiber und Quelle zur Darstellung von Konkurrenzvorteilen einstuft.

Auch wenn solch positive Resultate viel versprechend klingen, kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass für viele Unternehmen Corporate Governance nach wie vor eher ein Lippenbekenntnis

als gelebter Alltag ist. Mit einer Berichterstattung über Corporate Governance, die sich nicht lediglich im formalisierten Rahmen der SWX-Richtlinie erschöpft, sondern mit konkreten Beispielen ein plastisches Bild von der Umsetzung und ihren Auswirkungen vermittelt, könnte Corporate Governance verständlich und nachvollziehbar gemacht werden. Es entstünde reale, nicht nur formale Transparenz als Teil der wertorientierten Berichterstattung, wie sie in den letzten Jahren bei Unternehmen, die sich der Nachhaltigkeit verpflichtet fühlen, Einzug gehalten hat.

Diese Form der Berichterstattung verschafft der Unternehmenskommunikation eine neue Dimension. Bedauerlich ist, dass dieses zusätzliche Potenzial bisher nur schwach genutzt wird. Es ist immer noch Standard, über Corporate Governance in einer wenig lese-

freundlichen Sprache und oftmals lieblos dargestellt im Geschäftsbericht und auf der Website zu berichten. Die teils mit beträchtlichem Aufwand erarbeiteten neuen Themen (Corporate Governance, Umwelt, Soziales, Gesellschaft) bleiben dadurch vor allem den Aktionären vorbehalten. In der Kommunikation mit den übrigen Anspruchsgruppen (Geschäftspartner, Mitarbeitende, Öffentlichkeit) werden diese Themen kaum eingesetzt. Und dies, obwohl gerade mit diesen Themen bei allen Stakeholdern, nicht nur bei den Shareholdern, ein wesentlicher Beitrag zur Vertrauensbildung geleistet wird, vor allem dann, wenn sie attraktiv aufbereitet und allen Stakeholdern aktiv zugänglich gemacht werden.



Peter Fenkart ist Berater für Unternehmenskommunikation und Investor Relations, Zollikon.