



Voll digital: Die HV 2020 der Telekom.

FINANZKOMMUNIKATION

Der große HV-Report 2020

Durch Corona durften Hauptversammlungen erstmals rein digital stattfinden. Welche Dax-Konzerne das Format am besten genutzt und welche Aufsichtsratsvorsitzenden und CEOs am meisten überzeugt haben.

Die Pandemie machte es möglich: Nach Jahrzehnten reiner Präsenztermine und Jahren hybrider Formate folgte 2020 die „HV 3.0“ – die rein digitale Übertragung einer Hauptversammlung. Damit war umsetzbar, was bei vielen Aktiengesellschaften schon lange auf dem geheimen Wunschzettel stand: eine Begrenzung des Aufwands und eine Einschränkung der Fragemöglichkeiten der Aktionärinnen und Aktionäre.

Die Vermutung lag nahe, dass die Unternehmen im Gegenzug versuchen würden, in der Gestaltung und bei der dramaturgischen Konzeption der Übertragungen – also an der Oberfläche – zu brillieren, um zumindest den Anschein einer Entmündigung der Eigentümerinnen und Eigentümer zu minimieren. Es kam jedoch anders.

Das Fazit nach den Hauptversammlungen aller Dax-Konzerne, die unser „HV-Report 2020“ untersucht hat: Die Bandbreite reichte von keiner öffentlichen Übertragung, über abgefilmte Reden der Aufsichtsratsvorsitzenden und CEOs bis hin zu ausgefeilten Inszenierungen, die auch innovative digitale Möglichkeiten ausprobierten. Die digitale Revolution blieb allerdings aus.

Grundlage unserer Analyse ist ein mehr als 20 Punkte umfassender Benchmark-Katalog: Er reicht von der Auffindbarkeit der Übertragung im Netz, Servicehinweisen auf der Homepage des jeweiligen Unternehmens, dem Einsatz von Filmen und Präsentationstechniken, professioneller Visualisierung bis hin zu Regie- und Kameraführung. Besonders Augenmerk liegt auf den Reden der

Aufsichtsratsvorsitzenden, der CEOs, deren Zusammenspiel, der klaren Formulierung der Kernbotschaften und dem gekonnten Einsatz von Storytelling.

Auf die Dramaturgie kommt es an

Der „HV-Report“ gewichtet das dramaturgische Zusammenspiel zwischen den Auftritten der jeweiligen Aufsichtsratsvorsitzenden und CEOs verhältnismäßig stark. Die Top 10 überzeugten daher ausnahmslos auch in diesem Bereich. Dabei wurde auch 2020 deutlich: Noch immer gibt es Aufsichtsratschefs, die sich auf das reine Ablesen von Paragraphen und Formalia beschränken.

Am oberen Ende agieren Aufsichtsratsvorsitzende, die prononciert und klar zu Entwicklungen im Unternehmen, in der Wirtschaft und in der Gesellschaft Stellung beziehen. Als Versammlungsleitende prägen sie damit von Beginn an die Hauptversammlung mit ihren Botschaften. Besonders gut machten das Ulrich Lehner von der Deutschen Telekom, Norbert Reithofer von BMW, Simone Bagel-Trah von Henkel und Jim

Hagemann Snabe von Siemens. Herausragend auch der Auftritt von Joachim Faber von der Deutschen Börse. Wegen Abzügen in der Visualisierung verfehlte das Unternehmen die Top 10 allerdings knapp.

Die besten CEO-Reden

Der „HV-Report 2020“ wertet die Reden der Vorstandsvorsitzenden Rolf Buch (Vonovia), Tim Höttges (Telekom), Ola Källenius (Daimler), Carsten Knobel (Henkel) und Stephan Sturm (Fresenius) gleichauf als die besten der abgelaufenen Saison.

Vonovia-Lenker Buch trat in einer mitreißend vorgetragenen Rede rund um den Vertrauensbegriff mit klaren Botschaften der in der Gesellschaft verbreiteten Kritik an seinem Wohnungsunternehmen entgegen: „Wissen Sie, was das Wichtigste in unserem Geschäft ist? Es ist Vertrauen. Wir benötigen das Vertrauen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unserer Mieterinnen und Mieter. Gerade in diesen Zeiten. Wir sind systemrelevant. Bei uns sind eine Million Menschen zu Hause ... Wir können ja gar nicht weg. Das wollen wir auch nicht. Deshalb müssen wir dazu beitragen, dass unser Land stabil bleibt.“

Auch Telekom-Chef Höttges überzeugte mit einer Klartextrede. Ein exemplarischer Ausschnitt: „Viele reden, und wenn sie reden, dann reden sie im Konjunktiv, nach dem Motto: ‚Wir könnten, wenn wir wollten. Wir würden, wenn wir sollten.‘ Die Telekom ist ein Indikativ-Unternehmen. Wir können, wir wollen und wir machen.“

Daimler-CEO Källenius illustrierte Digitalisierung und Big Data mit diesem Beispiel: „Der Autokauf ist nicht länger der Höhepunkt zwischen Kunden und uns – sondern ein Startpunkt. Ein gebrauchter Mercedes wird künftig schlauer sein, als er es als Neuwagen war. Denn er lernt ständig dazu und passt sich den Wünschen der Kunden an.“

Sturm, der Vorstandsvorsitzende von Fresenius, übte mit klaren Worten Kritik an der Politik: „Der erste Fehler: Alles komplett einseitig auf die Pandemie auszurichten. Ich glaube, das gilt für viele Bereiche der Gesellschaft. In jedem Fall und ganz besonders jedoch

für die Medizin. Klar: Covid-19 ist eine große Bedrohung. Aber das sind andere Krankheiten auch. Schlaganfall. Herzinfarkt. Krebs. Die verschwinden nicht einfach, nur weil Corona ist.“

Knobel von Henkel überzeugte mit einer schonungslosen Bilanz: „Das war kein einfaches Jahr für Henkel. Wir haben nicht alles erreicht. Das lag an dem schwierigen Umfeld. Zum Teil auch an uns selbst.“

Dass es manche Unternehmen trotz guter CEO-Reden nicht unter die ersten Zehn schafften, zeigt: Eine gelungene Hauptversammlung ist keine One-Man-Show. Wenn das Teamplay nicht stimmt, führen Abzüge bei anderen Beurteilungskriterien zu einer schlechteren Platzierung.

Wenig Neues, wenig Transparenz

Was liegt näher, als bei einer digitalen Hauptversammlung die erprobten Vorzüge von Fernsehstudios zu nutzen? Tatsächlich experimentierten nur Daimler und die Telekom mit modernen Technologien. Daimler-CEO Källenius hielt eine klar strukturierte Rede in einem perfekt auf seine Botschaften abgestimmten virtuellen Setting mit zehn herausragenden Key Visuals. Auch Telekom-Chef Höttges präsentierte in einer neuen digitalen Form – ein Schritt, den andere Unternehmen noch nicht wagten.

Spitzenwerte bei der Visualisierung erhielten BMW, Siemens, Fresenius, Vonovia und Henkel: Diese Unternehmen zeigten herkömmliche, aber sehr gut gestaltete Charts. Punktabzüge gab es in der Kategorie Visualisierung unter anderem für überladene Charts und Text-Bild-Scheren.

Letzteres gesehen bei Eon: Was hat eine Wiese mit dem Ausbau digitaler Stromnetze zu tun? Welchen Zusammenhang gibt es zwischen erfreulichen Geschäftszahlen und einer Frau mit Mobiltelefon am Ohr? Die Hauptversammlung als Rätselstunde. Ratlos ließ einen auch die Präsentation von Volkswagen zurück. Ein Teil der gezeigten Charts war so winzig beschriftet, dass die derart versteckten Botschaften ein Geheimnis blieben.

Auch in puncto Transparenz ließ das digitale Format Spielraum. Die Unter-

nehmen nutzten ihn mehr oder weniger stark – in keinem Fall komplett. Die Telekom übertrug immerhin ihre gesamte Hauptversammlung live und beantwortete – mitunter durchaus unterhaltsam – in mehr als sieben Stunden 251 eingereichte Aktionärsfragen für alle Interessierten. Linde entschied sich gegen eine öffentlich zugängliche Übertragung. Die gesamte Hauptversammlung blieb Aktionärinnen und Aktionären des Konzerns vorbehalten. Beiersdorf stellte erst am Nachmittag der Hauptversammlung die abgefilmte Rede des CEO ins Netz.

Alle anderen bewegten sich zwischen diesen beiden Polen. Kein Dax-Konzern bot seinen Aktionärinnen und Aktionären die Möglichkeit, Fragen live während der Hauptversammlung zu stellen. Auch in der Nachbereitung bot sich ein diverses Bild: Die Bandbreite reichte von der komplett abrufbaren Hauptversammlung inklusive Reden und Charts bis hin zu äußerst spärlichen Informationen.

Fazit: Politik muss schubsen

Die Offerte des Gesetzgebers haben die Unternehmen im Dax dankbar aufgegriffen. Einige von ihnen haben diszipliniert am digitalen Format gearbeitet. Leider hat der „Schubs“ der Politik nicht ausgereicht, um zu neuen Ufern vorzudringen: Interaktivität – über die Möglichkeit zur Abstimmung hinaus – gab es nicht.

Auch in Sachen Transparenz bleibt einiges zu tun. Die Beschneidung bei Rede- und Fragerechten der Eigentümerinnen und Eigentümer mag angesichts der pandemiebedingten Eile vertretbar gewesen sein. Sollte die HV indes auch in Zukunft als digitale Veranstaltung stattfinden, braucht es einen weiteren „Schubs“ der Politik.

MARKUS FÖDERL
ist Medientrainer.

MATHIAS HELFERT
ist Publizist.

ESTHER SPANG
ist Kommunikationsstrategin und Coach.

HV: Die besten 10 im Jahr 2020

1. Siemens



AR-Chief: Jim Hagemann Snabe



CEO: Joe Kaeser

Bewertung: 7,1

Termin: 5. Februar 2020 (Die Veranstaltung fand noch als Präsenztermin mit Live-Stream statt)

Highlight: Beste Gesamtdramaturgie – gekonntes Handwerk in allen Kategorien.

Auftritt des AR-Chefs: Jim Hagemann Snabe beschränkte seine juristischen Ausführungen im Formalteil auf das absolut Nötige und bewies damit: Das geht auch. Ein Gewinn für alle Zuseherinnen und Zuseher. Den Hauptteil seiner Rede konnte er damit wichtigen Inhalten widmen. So nahm Snabe aktiv Stellung zu umstrittenen Geschäften in Australien. Vor allem aber skizzierte er prägnant die Neuaufstellung des Siemens-Konzerns – ohne dabei dem Vorstandsvorsitzenden Joe Kaeser schon zu sehr vorzugreifen.

Auftritt des CEOs: Kaeser ging gleich zu Beginn seiner Rede auf die heftige Kritik am Minengeschäft in Australien ein, gestand dabei Fehler ein und versprach Verbesserungen: mit Siemens als wichtigem Part-

ner zur Lösung der Klimakrise. Danach beschrieb Kaeser mit guten Sprachbildern und prägnanten Beispielen die Neuaufstellung des Konzerns.

Zentrales Zitat des CEOs: „Alle drei Siemens-Unternehmen können aktiv die Transformation ihres Geschäfts gestalten. Sie können nun Autoren, Regisseure und Hauptdarsteller des Endspiels in ihrer jeweiligen Branche sein.“

Gesamtdramaturgie: Gelungenes Ineinandergreifen der Reden des Aufsichtsratschefs Snabe und des Vorstandsvorsitzenden Kaeser – unterstützt durch eine überdurchschnittlich professionelle Bildregie.

Visualisierung: Mit maximal reduzierten Charts bewies das Münchner Unternehmen Mut zum Minimalismus. Die CEO-Rede wurde damit im besten Sinne des Wortes visualisiert, die Botschaften wurden unterstützt und verstärkt.

Was war nicht so gut: Auch Siemens sah möglicherweise rechtliche Hürden für eine öffentliche Komplettübertragung.

DIE METHODE

So entstand der „HV-Report 2020“

Untersucht wurde, wie die Unternehmen des Dax in der Saison 2020 ihre Hauptversammlungen im Internet präsentiert haben. Dafür wurden die jeweiligen Onlineauftritte sowohl vor als auch während der HV analysiert.

Ein Benchmark-Katalog erfasste das Ereignis, dessen Präsentation, die zentralen Reden, die gezeigten Folien und Filme sowie technische und dramaturgische Aspekte. Die Bewertung durch die Autorinnen und Autoren erfolgte anhand von quantitativen und qualitativen Methoden. Sie ist nicht repräsentativ. Das abgebildete Ranking ist als Tendenz zu verstehen.

Ein Benchmarking, wie wir es in dieser Untersuchung vorgenommen haben, trägt zu einer deutlichen Objektivierung bei der Betrachtung solch komplexer Ereignisse wie Hauptversammlungen bei. Die Codierung des Ereignisses in einem Auswertungsbogen beruht aber auch auf subjek-

tiven Wahrnehmungen, aus denen Abweichungen resultieren können. Unschärfen ergeben sich ebenfalls, wenn in der Online-Übertragung bestimmte Items gefehlt haben, beispielsweise weil die Rede des Aufsichtsratsvorsitzenden nicht übertragen wurde.

Die Stärke des vorliegenden Benchmarkings liegt ohnehin nicht in einer quantitativen Bewertung der Wirkung von Hauptversammlungen. Vielmehr zeigt die Methode die breite Varianz bei der Umsetzung sowie die vielfältigen konkreten technischen und dramaturgischen Möglichkeiten, die die Unternehmen bei der Präsentation des Ereignisses angewendet haben. Die vorgestellten Ergebnisse und Beispiele sind daher als Anregung zum Lernen und zum Vergleichen zu verstehen.

2. BMW



CEO Oliver Zipse,
AR-Chief Norbert
Reithofer (r.)

Bewertung: 7,0

Termin: 14. Mai 2020

Highlight: BMW inszenierte seine Hauptversammlung auch ohne Präsenzpublikum als große Show. Imposante Bühne in der Münchner BMW-Welt, blitzende Karossen. Eine Hauptversammlung wie eine Krönungsmesse.

Auftritt des AR-Chefs: Norbert Reithofer ordnete von Anfang an die gesellschaftliche Aktualität ein und stellte das Unternehmenshandeln in den wertebasierten Kontext der gesellschaftlichen Krisenbewältigung. Er setzte den Rahmen für alle folgenden zentralen Botschaften. Herausragend.

Auftritt des CEOs: Oliver Zipse nahm den wertorientierten Faden von Reithofer auf. Dabei vermittelte er durchgehend den Eindruck freier Rede, nutzte ein breites körpersprachliches und stimmliches Repertoire. Klare Worte ohne „Management-Sprech“, dafür gespickt mit Beispielen, Zusammenfassungen, Storytelling.

Zentrales Zitat des CEOs: „Vor neun Monaten habe ich den Vorstandsvorsitz übernommen. Heute ist fast nichts mehr, wie es im August 2019 war. Das Corona-Virus zeigt unserer globalisierten Welt, wie verletzlich sie ist.“

Gesamtdramaturgie: Besonders gelungen. Beispiel: Reithofer sprach die im Nachgang der HV öffentlich kritisierte Dividendenzahlung bereits an und verwies auf die ausführliche Begründung von Zipse im späteren Teil der Versammlung. Ein gelungener Spannungsbogen.

Visualisierung: Traditionelle Folien, allerdings herausragend grafisch und inhaltlich gestaltet.

Was war nicht so gut: Abzüge gibt es für BMW unter anderem, weil der Automobilbauer nur eine Teilveranstaltung übertragen hat.

3. Daimler



AR-Chef Manfred
Bischoff, CEO
Ola Källenius (r.)

Bewertung: 6,85

Termin: 8. Juli 2020

Highlight: CEO-Präsentation im virtuellen Fernsehstudio. So machte Daimler aus der Not eine Tugend.

Auftritt des AR-Chefs: Manfred Bischoff setzte auf einen ausgewogenen Mix aus formal notwendigen Ausführungen und eigenen Botschaften. Im präsidialen Stil baut er dem CEO einen guten inhaltlichen Rahmen für dessen Auftritt.

Auftritt des CEOs: Auf einer normalen Hauptversammlung hätte Ola Källenius wohl hinter einem Podium gestanden. Das digitale Format bescherte ihm eine virtuelle Umgebung, die wie für ihn geschaffen schien. Er präsentierte freistehend, souverän in Körpersprache, Gestik, Stimme.

Zentrales Zitat des CEOs: „Die jüngsten Ergebnisse – auch schon vor Corona – werden diesem stolzen Unternehmen nicht gerecht. Daimler kann mehr. Und wir sind entschlossen, zu liefern.“

Gesamtdramaturgie: Daimler fand für jeden Programmteil seinen eigenen Stil: klassischer Podiumsvortrag für den Aufsichtsratsvorsitzenden, virtuelle Umgebung für den CEO. So bleibt es abwechslungsreich und spannend.

Visualisierung: Trotz moderner TV-Technik blieb Daimler im Zahlenwerk in weiten Teilen zurückhaltend und nutzte meist reduzierte Grafiken rund um wichtige Kennzahlen. Die technischen Möglichkeiten wurden an anderer Stelle ausgelebt: Mitten in einer aufwendigen Animation zeigte Källenius die Möglichkeiten der neuesten Variante des Multimedia systems MBUX. Angemessen und kontrastreich.

Was war nicht so gut: Nennenswerte Abzüge gab es allein wegen der teilweise eingeschränkten nachträglichen Verfügbarkeit von Aufzeichnungsteilen und Redetexten.

4. Deutsche Bank



AR-Chef Paul
Achleitner,
CEO Christian
Sewing (r.)

Bewertung: 6,8

Termin: 20. Mai 2020

Highlight: Klare Aussagen zur Strategie und der Rolle der Deutschen Bank in der Corona-Krise.

Auftritt des AR-Chefs: Paul Achleitner war einer der wenigen Aufsichtsräte, die explizit zu gesamtwirtschaftlichen und gesellschaftlichen Themen Stellung bezogen, diese einordneten und klare Schlussfolgerungen für ihr Unternehmen zogen. Das gelang ihm auch sprachlich und rhetorisch besser als den meisten anderen AR-Vorsitzenden.

Auftritt des CEOs: Christian Sewing spannte in seiner Rede geschickt den Bogen von der Analyse der Corona-Krise hin zu den ersten Erfolgen der neuen Strategie der Deutschen Bank. Er erläuterte mit Beispielen und Kennziffern, warum die Bank besser aufgestellt sei, deren Bedeutung in der Krise und analysierte die möglichen Folgen für die Bankenbranche.

Zentrales Zitat des CEOs: „Wir sind die Hausbank. Die globale Hausbank. Eine Bank, die nicht nur in Deutschland und Europa stark vertreten ist. Sondern ebenso in den USA, dem größten Kapitalmarkt der Welt. Und in Asien, der wichtigsten Wachstumsregion auch für unsere Bank.“

Gesamtdramaturgie: Die Zeit kurz vor Beginn der Hauptversammlung wurde dramaturgisch gut genutzt mit Filmen und Live-Bild vom Veranstaltungsraum. Neue Aufsichtsräte wie Sigmar Gabriel und Theodor Weimer wurden mit kurzen Videos vorgestellt.

Visualisierung: Aufgeräumte Charts, die Kernbotschaften stützten. Absolute Fokussierung auf zentrale Aussagen und die wichtigsten Kennzahlen.

Was war nicht so gut: Abruptes Ende ohne geordneten Ausstieg aus der Übertragung.

5. Henkel



CEO Carsten Knobel,
AR-Chefin Simone Bagel-Trah (r.)

Bewertung: 6,7

Termin: 17. Juni 2020

Highlight: Selbstkritische Rede des Vorstandsvorsitzenden Carsten Knobel mit gutem Storytelling.

Auftritt der AR-Chefin: Simone Bagel-Trah überzeugte mit einer gut vorgetragenen und empathischen Rede. Stetiger guter Augenkontakt zum Publikum unterschied sie positiv von zahlreichen anderen Aufsichtsratsvorsitzenden.

Auftritt des CEOs: Der neue Vorstandsvorsitzende Carsten Knobel nutzte seine erste Hauptversammlung als Henkel-CEO für eine ehrliche Bilanz. Er sprach dabei Fehler deutlich und selbstkritisch an. Eine wohlthuende Ausnahme im Vergleich zu vielen selbstbeweihräuchernden Reden der zurückliegenden HV-Saison.

Zentrales Zitat des CEOs: „Diese Entwicklung der Aktie ist enttäuschend. Vor allem für Sie als unsere Aktionäre. Aber auch für uns als Management. Da gibt es nichts zu beschönigen. Das wollen wir ändern.“

Gesamtdramaturgie: Guter Einstieg in die Hauptversammlung mit einem Film. Abwechslung durch gut positionierten Film auch während der Rede und verschiedene Redepositionen des CEOs. Gekonnte Regie, die Inhalten und Reden gut folgte und sie professionell über den Schirm brachte.

Visualisierung: Die Charts des Düsseldorfer Unternehmens unterstützten das Storytelling, waren grafisch gut aufbereitet mit Konzentration auf die Kernbotschaften.

Was war nicht so gut: Abrupter Ausstieg aus der öffentlichen Übertragung. Die Regie fiel mit dem plötzlichen Abbruch der AR-Vorsitzenden Bagel-Trah direkt ins Wort.

5. RWE



CEO Rolf Martin Schmitz,
AR-Chef Werner Brandt (r.)

Bewertung: 6,7

Termin: 26. Juni 2020

Highlight: Kompakte Rede des Vorstandsvorsitzenden Rolf Martin Schmitz mit sehr konkreten Beispielen.

Auftritt des AR-Chefs: Die Rede des Aufsichtsratsvorsitzenden Werner Brandt litt unter starkem Ablesen und Blick in die falsche Kamera.

Auftritt des CEOs: Die Rede von Rolf Martin Schmitz war sehr lebendig – ganz nach dem Motto „Worte muss man sehen können“. Den Weg zur Klimaneutralität hat der Vorstandschef des Essener Energiekonzerns mit vielen sehr konkreten und fassbaren Beispielen beschrieben. Seine Sätze waren kurz und klar – eine Rede, die tatsächlich für das Sprechen geschrieben worden ist.

Zentrales Zitat des CEOs: „Unser Anspruch ist klar: Wenn die Zeiten unsicher sind, soll eines immer sicher sein: Unser Strom. Verlässlich. Rund um die Uhr.“

Gesamtdramaturgie: Das Live-Bild vor Beginn der Hauptversammlung erhöhte Spannung und Neugierde. Eine Mitarbeiterin aus der Investor Relations des Unternehmens las Fragen der Aktionärinnen und Aktionäre vor. Das brachte etwas Leben in die Hauptversammlung. Geordnetes Ende und wertschätzende Verabschiedung der Zuschauer.

Visualisierung: Gut gestaltete Charts mit den zentralen Zitaten des Vorstandsvorsitzenden.

Was war nicht so gut: Sehr unvermittelter Beginn der Hauptversammlung. Teilweise fehlende Kongruenz zwischen Redetext und Charts.

7. Vonovia



CEO Rolf Buch,
AR-Chef Jürgen Fitschen (r.)

Bewertung: 6,65

Termin: 30. Juni 2020

Highlight: Video-Grußbotschaften von Stakeholdern, Mieterinnen und Mietern sowie Mitarbeitenden. Vonovia versteckte sich nicht und ließ auch kritische Stimmen wie den Berliner Mieterverein oder die zuständige Gewerkschaft zu Wort kommen. Souverän!

Auftritt des AR-Chefs: Jürgen Fitschen lieferte zwar die Einordnung der Hauptversammlung in die Corona-Krise, hielt sich mit eigenen Botschaften zur Geschäftspolitik aber zurück.

Auftritt des CEOs: Rolf Buch war es offenbar leid, mit seinem Wohnungsunternehmen von Kritikern in die unsoziale Ecke gestellt zu werden. Er konterte mit einem Bekenntnis zur gesellschaftlichen Verantwortung von Vonovia. Die Beweisführung unterlegte er mit reichlich Storytelling, vielen Beispielen und Satzgemälden.

Zentrales Zitat des CEOs: „Vertrauen müssen wir uns verdienen. Immer aufs Neue. Indem wir Mut und Zuversicht haben. Indem wir zuhören. Indem wir nachweislich Verantwortung übernehmen.“

Gesamtdramaturgie: Die Kernbotschaft zog sich als Plot konsequent durch die ganze Veranstaltung: Vonovia stellt sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung.

Visualisierung: Vonovia zeigte nicht nur ausgezeichnete, reduzierte Folien, sondern setzte auch auf Statements in bewegten Bildern.

Alleinstellungsmerkmal: Die Live-Übertragung hatte ein Fenster für gebärdensprachliche Übersetzung.

Was war nicht so gut: Leider sah Vonovia möglicherweise rechtliche Probleme und übertrug öffentlich nur den ersten Teil der Hauptversammlung. Die Rede des Aufsichtsratsvorsitzenden Fitschen liegt schriftlich auf der Website nicht vor.

8. Bayer



CEO Werner Baumann, Ex-AR-Chef Werner Wenning (r.)

Bewertung: 6,6

Termin: 28. April 2020

Highlight: CEO Werner Baumann brach das Hilfsengagement von Bayer in der Corona-Krise auf die „Heldentaten“ namentlich genannter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter herunter. Storytelling vom Feinsten.

Auftritt des AR-Chefs: Mit dem Abschied von Oberkontrolleur Werner Wenning endete für Bayer eine Ära. Bemerkenswert, wie er sich im Abgang noch hinter CEO Baumann stellte. Dem Vorstandsvorsitzenden war die Entlastung auf der Hauptversammlung 2019 versagt worden.

Auftritt des CEOs: Baumann stellte die Corona-Pandemie als roten Faden ins Zentrum seiner Rede und knüpfte dabei gekonnt Bezüge zu allen Geschäftsbereichen. Beispielhaft: Die Einbindung von Storytelling als Belege für die Kernbotschaften.

Zentrales Zitat des CEOs: „Bei uns stehen die Menschen im Zentrum. Wir arbeiten an konkreten Lösungen. Unsere Kunden können sich auf uns verlassen. Wir werden unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht.“

Gesamtdramaturgie: Bayer steht stets vor der Herausforderung, das Engagement in vielen Geschäftsfeldern kommunikativ zu verbinden. Ausgerechnet die Corona-Krise leistete dabei diesmal Schützenhilfe, sodass das Leverkusener Unternehmen gekonnt ein Spannungsbogen erzeugen konnte.

Visualisierung: Wenige Folien mit knackigen Headlines, Fakten und emotional ansprechenden Bildern.

Was war nicht so gut: Virtuelles Format und Teleprompter schienen den Vorstandsvorsitzenden einzuengen. Die Rede schien abgelesen. So konnte Baumann sein körpersprachliches Repertoire diesmal kaum einsetzen.

8. Deutsche Telekom



CEO Tim Höttinges, AR-Chef Ulrich Lehner (r.)

Bewertung: 6,6

Termin: 19. Juni 2020

Highlight: Beeindruckendes Zusammenspiel von CEO und Aufsichtsratschef mit persönlichen Noten.

Auftritt des AR-Chefs: Ulrich Lehner überzeugte vor allem durch seine wertschätzende Art gegenüber Aufsichtsräten, Vorstand und Aktionariat sowie die ausführliche Einordnung der Veranstaltung in den Gesamtkontext. Eine charmante Idee war die persönliche Würdigung eines Aktionärs, der in diesem Jahr sein 25-jähriges HV-Jubiläum gefeiert hätte, pandemiebedingt aber nicht persönlich anwesend sein konnte.

Auftritt des CEOs: Tim Höttinges skizzierte die Entwicklung des Konzerns zum agilen Softwareunternehmen und machte sie durch einprägsame Bilder und Beispiele greifbar. Persönliche Einschübe sorgten für Sympathiepunkte. Auch die Ausführungen zur gesellschaftlichen Verantwortung der Telekom waren klug gewählt und überzeugend.

Zentrales Zitat des CEOs: „Viele reden, und wenn sie reden, dann reden sie im Konjunktiv, nach dem Motto: ‚Wir könnten, wenn wir wollten. Wir würden, wenn wir sollten.‘ Die Telekom ist ein Indikativ-Unternehmen. Wir können, wir wollen und wir machen.“

Gesamtdramaturgie: Der Konzern punktete durch ein perfektes Zusammenspiel zwischen Aufsichtsratschef und CEO, viele persönliche Bezüge und originelle Ideen in der Umsetzung. Nicht ins Ranking eingeflossen, aber bemerkenswert: Die Telekom übertrug die komplette HV live im Internet und beantwortete in über sieben Stunden mehr als 250 Aktionärsfragen – mitunter durchaus unterhaltsam.

Visualisierung: Klassische Charts ersetzte die Telekom durch die Technik eines virtuellen Fernsehstudios und schaffte damit zumindest in Ansätzen ein VR-Feeling.

Was war nicht so gut: Kleinere Abzüge gab es für fehlende Serviceangebote nach der Hauptversammlung.

8. Infineon



CEO Reinhard Ploss, AR-Chef Wolfgang Eder (r.)

Bewertung: 6,6

Termin: 20. Februar 2020 (fand noch als Präsenzveranstaltung mit Live-Stream statt).

Highlight: Besonders glaubwürdiges Zusammenspiel zwischen Aufsichtsrat und Vorstand.

Auftritt des AR-Chefs: Wolfgang Eder ordnete Geschäftsentwicklung und Zukunftstrends überzeugend ein. Er bezog Stellung und nahm Einschätzungen vor – ein positiver Kontrast zu vielen Aufsichtsratschefs, die sich auf das Verlesen von Paragraphen beschränkten. Besonders positiv kam die Wertschätzung für Leistungen des Vorstands, ausscheidender Aufsichtsräte und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Infineon über den Bildschirm.

Auftritt des CEOs: Die Rede von Reinhard Ploss hatte Längen. Ihm gelangen dennoch eine klare Bilanz und ein konkreter Blick in die Zukunft in unsicherer Zeit. Wachstumschancen beschrieb der Vorstandsvorsitzende sehr konkret und mit guten Beispielen.

Zentrales Zitat des CEOs: „Wir dürfen aber nicht den Fehler machen, dem ‚Heute‘ dauerhaft höhere Priorität zu geben als dem ‚Morgen‘. Kein entgangener Auftrag könnte so schädlich für dieses Unternehmen sein wie eine verpasste grundlegende Weichenstellung.“

Gesamtdramaturgie: Infineon punktete mit dem erlebbaren guten Miteinander von Aufsichtsrat und Vorstand. Die Regie fing den Teamgeist am Podium gekonnt ein.

Visualisierung: CEO-Charts unterstützten die Rede mit absoluter Fokussierung auf das Wesentliche. Die Charts des Finanzvorstands des Münchner Unternehmens wirkten an einigen Stellen leider etwas überladen.

Was war nicht so gut: Überlängen der Reden von AR-Vorsitzendem und CEO.