

## Pressemitteilung

---

### Stumme Räte

Untersuchung der Selbstdarstellung der Aufsichtsräte von MDAX-Unternehmen

**Stuttgart, 29. November 2004.** *Der Mannesmann-Prozess hat grundsätzliche Fragen zur Arbeit und zum Selbstverständnis deutscher Aufsichtsräte aufgeworfen. Hat dies zu konkreten Veränderungen hinsichtlich der Darstellung der eigenen Arbeit geführt? Bemüht man sich, das verlorene Vertrauen wieder zu gewinnen, oder ist alles beim Alten geblieben? Welche Informations- und Kommunikationsstrategien werden von den Unternehmen dabei im Einzelnen verfolgt? Diesen und vergleichbaren Fragestellungen ist die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. šonje webconsult im Rahmen einer empirischen Studie nachgegangen.*

Die Selbstdarstellung deutscher Aufsichtsräte weist empfindliche Schwächen auf. Sie ähnelt in Form und Sprachwahl oftmals steifen Verlautbarungen und nur selten einer überzeugenden Selbstdarstellung, mit der man um das Vertrauen von Aktionären und Investoren werben kann. Die Beweggründe für Entscheidungen des Aufsichtsrates bleiben oftmals unbeantwortet. Entscheidungen und Beschlüsse werden zwar ausgewiesen, jedoch nur spärlich erläutert und kaum in einen inhaltlichen Zusammenhang gebracht. Vieles bleibt abstrakt und vage. Die Kommunikation mit dem Anleger ähnelt in ihrer Form mehr einer ungeliebten Pflicht, als einem auf Transparenz und Nachvollziehbarkeit ausgerichteten Informationsangebot. Man kommuniziert oftmals nur was gesetzlich vorgeschrieben ist, nicht weniger aber auch nicht mehr.

Selbst die in den letzten Jahren vorgenommenen Verbesserungen der eigenen Aufsichtsratsstätigkeit werden oftmals nur unzureichend kommuniziert. Sei es die Offenlegung von individuellen Bezügen, die Einführung einer internen Effizienzprüfung oder die Begrenzung zusätzlicher Mandate. Vieles davon ist von den Aufsichtsräten bereits heute umgesetzt worden, wird aber so unauffällig kommuniziert, dass es leicht übersehen wird.

Die persönliche und fachliche Reputation der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder wird in vielen Fällen nur bedingt sichtbar. Für den Aktionär bleiben die meisten Aufsichtsratsmitglieder anonym. Anhaltspunkte, anhand derer er die fachliche und persönliche Eignung der einzelnen Aufsichtsräte beurteilen kann, bekommt er eher selten. Vieles ist zudem nur auf den Aufsichtsratsvorsitzenden zugeschnitten.

Aber auch bei der formalen Umsetzung insbesondere im Internet weisen die Angebote gravierende Defizite auf. Vieles ist nur schwer oder gar nicht zu finden. Vor allem die Komplexität und Heterogenität der einzelnen Informations- und Kommunikationsangebote machen es dem interessierten Anleger schwer, die für ihn relevanten Informationen zu finden. Insbesondere hier haben die Unternehmen Nachholbedarf.

Der Leiter der Studie, Dr. Deziderio Šonje zieht ein insgesamt kritisches Resümee. Seiner Meinung nach „droht die Kommunikation der Aufsichtsräte am juristischen Formalismus zu ersticken. Man merkt den Angeboten an, dass jedes einzelne Wort von der Rechtsabteilung abgesegnet wurde. Man kann sich dadurch vielleicht vor rechtlichen Anfechtungen schützen, jedoch kaum das Vertrauen der Anleger gewinnen“. Überraschend ist für ihn, dass auch die positiven Veränderungen in der Aufsichtsratspraxis nur unzureichend kommuniziert werden. Hier bleiben die meisten Unternehmen weit hinter den eigenen Möglichkeiten zurück. „Natürlich investieren die Unternehmen viel Geld in die Aufbereitung von Finanzinformationen. Vieles sieht auch sehr schick aus, die Angebote kranken jedoch oftmals daran, dass im Laufe der Zeit Informationsinseln und Parallelstrukturen entstanden sind, die unverbunden bleiben oder nur unzureichend untereinander vernetzt sind“ so argumentiert er weiter. Sein Resümee: „Die Vermarktung der eigenen Leistungen steht bei deutschen Aufsichtsräten noch in den Kinderschuhen.“

**Anmerkung der Redaktion:**

*Grundlage der Studie ist eine quantitative Inhaltsanalyse des Internet-Angebotes und der schriftlichen bzw. Online verfügbaren Geschäftsberichte der MDAX-Unternehmen. Anhand eines standardisierten Kriterienkatalogs mit über 40 Merkmalen wurde die Selbstdarstellung der einzelnen Aufsichtsräte hinsichtlich des Informationsumfanges, des Personalisierungsgrades und der formalen Umsetzung (v.a. Zugänglichkeit) untersucht. Der Untersuchungszeitraum erstreckte sich von Juni bis Juli 2004.*

**Impressum und Kontakt**

dr. šonje webconsult GmbH  
Unternehmensberatung für Online-Kommunikation  
Wollgrasweg 49  
D-70599 Stuttgart

[www.sonje-webconsult.de](http://www.sonje-webconsult.de)

**Ansprechpartner:** Dr. Deziderio Šonje  
Tel: +49 (0)711 / 45 99 78. 80  
Fax: +49 (0)711 / 45 99 78. 81  
E-Mail: [sonje@sonje-webconsult.de](mailto:sonje@sonje-webconsult.de)

**Stand: 29. November 2004**  
**Änderungen vorbehalten.**

**Verantwortlich für den Inhalt:** Dr. Deziderio Šonje, dr. šonje webconsult GmbH

Der Abdruck ist honorarfrei. Für einen Belegausschnitt wären wir Ihnen dankbar.

**Journalisten können die vollständige Studie kostenlos beziehen.**