

Große Bühnen, miese Shows

Hauptversammlungen | Heerscharen von Kapitalanlegern strömen in den nächsten zwei Monaten wieder zu den HVs der Großkonzerne. PR-Regisseure planen deshalb das perfekte Wirtschaftstheater. Dumm nur, dass Topmanager so unmotiviert Schauspieler sind

VON MARIO MÜLLER-DOFEL

Die jährliche Hauptversammlung des Chipherstellers Infineon hätte reichlich Stoff zur Unterhaltung geboten: Managementfehler, Millionenverluste, Aktienkursstürze. Hunderte aufgeregter Aktionäre wollten Mitte Februar im größten Saal des Münchner Congress Center live erleben, wie die Verantwortlichen das Drama geben würden.

Die 21 Aufsichtsrats- und Vorstandsmitglieder ließen sich jedoch kaum blicken. Zwar thronen sie hoch oben auf

einer theaterreifen Bühne, verschanzten sich aber hinter deren brusthohem Aufbau. Entsprechend mies geriet die Show. Leider bekommen die Aktionäre der DAX-30-Konzerne in der Hauptversammlungssaison April/Mai davon noch mehr zu sehen.

„Großkonzerne nutzen die Techniken des Theaters, um sich selbst zu inszenieren und ihr Publikum in ihrem Sinne zu beeinflussen“, weiß Theater- und Wirtschaftswissenschaftlerin Brigitte Biehl.

„Aber die meisten Manager spielen ihre Rollen auf den Brettern, die das Geld bedeuten, ausgesprochen schlecht.“

Die Marketingdozentin der University of Wales hat drei Jahre lang die Selbstvorführung der DAX-Unternehmen bei Hauptversammlungen, Presse- und Analystenkonferenzen untersucht. Ihr Buch „Business is Showbusiness. Wie sich Topmanager vor Publikum inszenieren“ (Campus Verlag) ist ein kritischer Beitrag zum Wirtschaftstheater.



FOTOS: U. GRABOWSKY/PHOTOTHEK.NET (1), GETTY IMAGES (1), PICTURE-ALLIANCE/DPA/DPAWEB (1), ARGUM / FALK HELLER (1), MICHAEL DANNEWMANN / STOCK4B (1), REUTERS (1), NORBERT NORDMANN/PAN-IMAGES (1)

Ein Musterbeispiel für schlechtes Rollenverständnis war im Infineon-Drama ausgerechnet Hauptdarsteller Max-Dietrich Kley, 67. Eigentlich als Aufsichtsratschef auch oberster Aktionärsvertreter, hielt es nicht einmal für nötig sich den Aktionären ganz zu zeigen. Während seiner Eröffnungsansprache klebte er am Stuhl, statt sich ans Rednerpult zu stellen, und nuschelte die Worte seines Redenschreibers gelangweilt dem Publikum entgegen, das er zudem kaum eines Blickes würdigte.

„Ein deutscher Manager trennt sich eher von seiner Ehefrau als von seinem Redemanuskript“, hatte schon der Expräsident des Verbandes der Deutschen Industrie, Hans-Olaf Henkel, 68, gespottet. Klimax der Kley'schen Eintönigkeit: Als er verlas, dass Infineon dem vom Aufsichtsrat im Jahr 2007 „sorgfältig ausgewählten“ und aufgrund von „Differenzen“ fix wieder verjagten Finanz-

vorstand Rüdiger Günther, 49, für nur drei Beschäftigungsmonate 1,2 Millionen Euro Gehalt ausgezahlt hat, bekam er Pfiffe von den Rängen. Kley darauf von oben herab: „Das ist rechtlich so. Können wir auch nicht ändern.“

„Es wird viel schön geredet, aber nicht schön geredet“, kritisiert Theaterexpertin Biehl. Paul Russmann vom Dachverband der Kritischen Aktionäre ist weniger diplomatisch: „Die Auftritte vieler Topmanager kann man als arrogant bezeichnen. Es scheint ihnen egal zu sein, dass sie sich vor ihren Firmeneignern und der Öffentlichkeit präsentieren.“

Zu Hauptversammlungen in Deutschland strömen – wie bei Siemens oder der Deutschen Telekom – je bis zu 10000 Kleinaktionäre, dazu Großinvestoren, Journalisten und Analysten. Als Regisseure fungieren PR-Spezialisten. Sie wollen nichts dem Zufall überlassen, kümmern sich um Bühnenbilder, →

Eine Tragödie: Auf der Bühne präsentieren sich deutsche Konzernchefs meist uniform und austauschbar. Von links nach rechts: Reto Francioni (Deutsche Börse), Manfred Wennemer (Continental), Michael Frenzel (TUI), Wolfgang Ziebart (Infineon), Wolfgang Mayrhuber (Deutsche Lufthansa), Werner Wenning (Bayer), Martin Winterkorn (VW), Josef Ackermann (Deutsche Bank)





Bei manchen Privatanlegern sieht es so aus, als interessierten sie sich nur dafür, ihre Dividende am Büfett aufzubessern.“

Lothar Gries,
Schutzgemeinschaft der
Kapitalanleger e.V. (SdK)

→ Saalaufbauten, Beleuchtungs- und Kommunikationstechnik, Werbemaßnahmen sowie Verpflegung. Hauptziele: Manager und Unternehmen in bestem Licht erstrahlen zu lassen, Investoren und Medien Vertrauen in deren Wirtschaftskraft einzuflößen – alles in allem die „Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten, um den Firmenwert zu steigern“, wie ein PR-Leitsatz besagt.

„Die Veranstaltungen verkommen zunehmend zu Werbeshows“, schimpft Lothar Gries von der Schutzgemeinschaft der Kapitalanleger (SdK), der wie Russmann schon Dutzende Hauptversammlungen besucht hat.

Vertrauensfrage. Rätselhaft ob so viel Aufwand: Warum machen „arrogante“ Hauptdarsteller die Selbstinszenierung unglaubwürdig? Denn zunehmend hängen Firmenbewertungen auch von subjektiv empfundenen Größen wie Firmenkultur und Überzeugungskraft der Topmanager ab.

So hat die Beratungsgesellschaft McKinsey herausgefunden, dass Großinvestoren für gute Unternehmensführung einen Aufschlag auf den Aktienpreis von zwölf bis 14 Prozent zu zahlen bereit sind. Andere Studien ergaben, dass es zu mehr als 50 Prozent von der Reputation des Vorstandschefs abhängt, ob Investoren einem Unternehmen auch dann weiter vertrauen, wenn Medien über die Fimallängere Zeit negativ berichten oder deren Aktienkurs fällt. Das Gros der Kleinanleger würde sich sogar allein aufgrund positiver Eindrücke vom Management Aktien einer Firma kaufen.

Dass die meisten Topmanager dennoch keine Lust haben, sich mit Kleinanlegern zu unterhalten, sie stattdessen sogar lieber auf Distanz halten, bestätigen PR-Experten hinter vorgehaltener Hand. Warum auch nicht? „Private Kleinanleger halten in ihrer Gesamtheit zwar meist größere Unternehmensanteile als institutionelle Investoren“, sagt SdK-Mann Gries, „aber jeder für sich hat relativ wenig Geld investiert und dadurch kaum Einfluss auf das Management.“

Die Unnahbarkeit der Führungsrigen hat aber auch andere Gründe. Theaterwissenschaftlerin Biehl stellte fest, dass Führungspersonen in Deutschland

vor Publikum kaum Persönlichkeit ausstrahlen. Sie offenbarten selten Freude, wenn sie gelobt, oder Zorn, wenn sie angegriffen werden, zeigten niemals Angst oder gar Reue. Ihre Maskerade und Ausdrucksweise sei so uniform wie ihre Anzüge. Da spricht Deutsche-Bank-Boss Josef Ackermann, 60, mit energieloser Stimme von „Leistung aus Leidenschaft“. Und der österreichische Lufthansa-Chef Wolfgang Mayrhuber, 60, hat seinen Dialekt in unauffälliges Hochdeutsch getauscht.

Wenn dagegen Adidas-Chef Herbert Hainer, 53, vor Publikum sein Bayrisch pflegt, lachend eine Zahnücke zwischen den oberen Schneidezähnen präsentiert und gar auf den ansonsten verbreiteten Krawattenzwang pfeift, ist das schon eine charismatische Ausnahme.

Studien belegen, dass die deutsche Öffentlichkeit nur jeden vierten DAX-Chef von seinen Kollegen unterscheiden kann. „Die Geschäftswelt wimmelt von austauschbaren Anpassern mit geringer Angriffsfläche“, schließt Biehl daraus, „die sich trotz aller postulierten Individualität, Dynamik und Kommunikationsfreude alle Ecken und Kanten abgeschliffen haben.“

Andere Welten. Unvorstellbar hierzulande, dass Manager bei Hauptversammlungen auf Barhockern sitzen und mit Handmikrofonen Publikumsfragen beantworten – so wie die Gründer des US-Internetkonzerns Google. Das Chefs wie Microsoft-Bulldozer Steve Ballmer, 51, mit wehendem Jackett und Headset über die Bühne toben oder, wie der erfolgreiche Chef des britischen Mischkonzerns Virgin, Richard Branson, 57, die Aktionäre mit Jeans, Lederjacke, Gangsterbart und langen Haaren von Strategien überzeugen.

Auch Wolfgang Ziebart, 58, Vorstandschef von Infineon, hat mit Branson und Co nichts gemein – ist aber eben auch kein Max-Dietrich Kley. Auf der Münchner Hauptversammlungs Bühne performte Ziebart wesentlich überzeugender als sein Aufsichtsratschef. Er stellte sich dem Publikum am Rednerpult und signalisierte durch häufige Stimm-, Mimik- und Gestenwechsel, dass ihn die von ihm verantworteten

Hauptversammlungen der DAX-30-Konzerne * 2008

| Unternehmen | Termine |
|--------------------------|---------|
| Adidas | 08.05. |
| Allianz | 21.05. |
| BASF | 24.04. |
| Bayer | 25.04. |
| BMW | 08.05. |
| Commerzbank | 15.05. |
| Continental | 24.04. |
| Daimler | 09.04. |
| Deutsche Bank | 29.05. |
| Deutsche Börse | 21.05. |
| Deutsche Post | 06.05. |
| Deutsche Postbank | 08.05. |
| Deutsche Telekom | 15.05. |
| Eon | 30.04. |
| FMC | 20.05. |
| Henkel | 14.04. |
| Hypo Real Estate | 27.05. |
| Linde | 03.06. |
| Lufthansa | 29.04. |
| MAN | 25.04. |
| Merck | 28.03. |
| Metro | 16.05. |
| Münchener Rück | 17.04. |
| RWE | 17.04. |
| SAP | 03.06. |
| TUI | 07.05. |
| Volkswagen | 24.04. |

*Die Vorstellungen von Infineon, ThyssenKrupp und Siemens liefen bereits. Quelle: Unternehmen

