

Aktualität, Transparenz, Kommunikation, Effizienz

*Roundtable-Gespräch zum Thema Namensaktie mit Evelyn Ungen, BASF SE, Dr. Constantin Birnstiel, Osram, Klaus Schmidt, ADEUS, und Prof. Dr. Jochen Vetter, Hengeler Mueller**

Besonders bei großen Unternehmen ist die Namensaktie auf dem Vormarsch. Doch auch für kleinere Emittenten und Börsenneulinge kann sich die Namensaktie trotz der damit verbundenen Kosten lohnen. Die Vor- und Nachteile dieser Aktiengattung diskutieren im Roundtable-Gespräch Evelyn Ungen von The Chemical Company BASF, der kürzlich auf Namensaktien umstellte, Dr. Constantin Birnstiel vom Börsenkandidaten Osram, Klaus Schmidt vom Registerführer ADEUS und Prof. Dr. Jochen Vetter von der Wirtschaftskanzlei Hengeler Mueller.

GoingPublic: Frau Ungen, BASF hat vor etwas mehr als einem Jahr auf Namensaktien umgestellt. Was sind denn Ihrer Meinung nach die Vorteile davon?

Ungen: Es gibt vier grundlegende Vorteile: Zum Ersten die Aktualität des Namensregisters, so können wir nun tagesaktuell auf die Daten des Registers zugreifen. Ein zweiter Aspekt ist die Transparenz durch das Aktienregister: Wir lernen unsere Aktionäre viel besser kennen als zuvor, z.B. den Großteil unserer Privataktionäre, deren Anteil mit 25% bei BASF relativ hoch ist. Dies ermöglicht einen dritten Vorteil: die direkte Kommunikation mit unseren Aktionären. Und viertens erhöht das Aktienregister unsere Effizienz: Durch die direkte Kommunikation mit unseren Aktionären werden zum Beispiel die Unterlagen für die Haupt-

versammlung nicht mehr über die Bank als Mittelsmann versendet, das spart Kosten.

Birnstiel: Ein wesentlicher Vorteil von Namensaktien ist auch für uns die erhöhte Transparenz innerhalb der Aktionärsstruktur. Darüber hinaus erleichtern Namensaktien die zielgerichtete Kommunikation mit institutionellen und privaten Investoren, beispielsweise durch direkten Kontakt per Post oder auch E-Mail. Zusätzlich ergeben sich Kostenersparnisse insbesondere bei der Vorbereitung und Durchführung der Hauptversammlung, da der Versand der HV-Einladungen und -Unterlagen über das vorhandene Aktionärsregister vorgenommen werden kann. Dieser Kostenvorteil wird jedoch teilweise durch die Aufwendungen für das Führen des Aktienregisters kompensiert.

GoingPublic: Herr Dr. Birnstiel, wie drückt sich die erhöhte Transparenz genau aus?

Birnstiel: Gerade bei deutschen institutionellen und privaten Anlegern bietet das Aktienregister bereits jetzt eine hohe Transparenz. Limitiert wird diese allerdings durch die eingeschränkte Transparenz über einige internationale Investoren, welche über Verwahrketten Aktien halten und dadurch im Aktienregister unerkannt bleiben. In diesem Zusammenhang ist die regulatorische Weiterentwicklung des Risikobegrenzungs-gesetzes interessant. Das darin verankerte Auskunftsrecht zur Offenlegung dieser Anteile kann künftig dazu beitragen, die Identifikationsrate weiter zu erhöhen.

Ungen: Wir haben vorher dreimal jährlich eine Shareholder-ID-Studie durchgeführt, bei der wir die Bestände der institutionellen Investoren abgefragt haben. Heute bekommen wir zusätzlich auf Knopfdruck und tages-



Dr. Constantin Birnstiel

TITELTHEMA: NAMENSAKTIE

Aktualität, Transparenz, Kommunikation, Effizienz Seite 36

Roundtable-Gespräch zum Thema Namensaktie mit Evelyn Ungen, BASF SE, Dr. Constantin Birnstiel, Osram, Klaus Schmidt, ADEUS, und Prof. Dr. Jochen Vetter, Hengeler Mueller

Wer sind die „wahren“ Aktionäre? Seite 46
Offenlegung für internationale Transparenz
Götz Dickert, VisEq/Computershare

Standpunkt Seite 48
Wenn das Wörtchen „wenn“ nicht wäre ...
gäbe es nur glückliche Aktionäre!
Thomas Licharz, registrar services

*) Evelyn Ungen ist Teamleader Shareholder Services bei BASF SE, Dr. Constantin Birnstiel Vice President Corporate Communications bei Osram, Klaus Schmidt Geschäftsführer der ADEUS Aktienregister-Service-GmbH und Prof. Dr. Jochen Vetter Partner bei Hengeler Mueller.

aktuell die Bestände aller im Aktienregister eingetragenen institutionellen und privaten Aktionäre.

GoingPublic: Sie haben ja lange mit einer Entscheidung gerungen – wie kam es dazu und was sprach dagegen?

Ungen: Das ist natürlich immer eine Kosten-Nutzen-Frage. Wir haben die Entwicklung der Namensaktie längere Zeit beobachtet und die Umstellung gründlich und intensiv vorbereitet. Die Kosten haben sich im Laufe der Jahre zudem nach unten entwickelt.

Schmidt: Es ist normal, dass eine Umstellung auf Namensaktien einen gewissen Vorlauf braucht. Im Unternehmen müssen sich ja verschiedene Fachabteilungen mit dieser Thematik befassen. Dieser Dialog weitet sich dann auf Vorstand und Aufsichtsrat aus, bis dort eine Entscheidung getroffen wird. Hilfreich ist dabei, dass die Abwickelbarkeit der Namensaktie genauso leicht wie mit der Inhaberaktie funktioniert. Dazu hat insbesondere die Einführung der Girosammelverwahrung für Namensaktien wesentlich beigetragen.

Vetter: Längere Entscheidungszeiträume trifft man häufig bei etablierten Systemen, bei denen es um Optimierung,



Klaus Schmidt

aber nicht um zwingend notwendige Veränderungen geht. Unternehmen von einem Wechsel zu überzeugen, ist daher vergleichsweise zeitaufwändig. Bei kleineren Unternehmen kommt hinzu, dass die Kosten stärker ins Gewicht fallen.

GoingPublic: Herr Schmidt, wie lange dauert der Prozess denn normalerweise von der Idee bis hin zur Umstellung?

Schmidt: Der Dialog innerhalb eines Unternehmens hängt von den Akteuren ab. Das kann schnell gehen oder Monate dauern, manchmal sogar Jahre. In jedem Falle sollte man sich Zeit nehmen, um die Vorteile und Auswirkungen der Namensaktie gründlich zu analysieren. Sobald die Entscheidung getroffen ist, geht es allerdings relativ zügig. Die Vorbereitung der formalen und technischen Aspekte dauert ein paar Wochen. Im Durchschnitt geht eine Umstellung in zwei bis drei Monaten über die Bühne.

GoingPublic: In welchen Gremien formieren sich denn erfahrungsgemäß die größten Widerstände?

Schmidt: Von größeren Widerständen würde ich gar nicht sprechen. Es geht darum, das Wissen über die Namensaktie zu verbreiten. Sämtliche involvierte Abteilungen, beispielsweise die Finanzabteilung, die Rechtsabteilung oder der Vorstand, brauchen denselben Kenntnisstand. Grundsätzlich spüren wir in den letzten Jahren aber einen Trend zur Namensaktie.

Vetter: Erforderlich ist regelmäßig ein Anstoß, der aus der Rechtsabteilung, dem IR-Bereich oder dem Vorstand kommt. Wenn dort der Druck nicht groß genug ist, passiert nichts. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Unternehmen sich gerade dann der Vorteile der Namensaktie bewusst werden, wenn wichtige Hauptversammlungsbeschlüsse wie Kapital- oder Strukturmaßnahmen anstehen und der Vorstand keinerlei Überblick darüber hat, wer seine Aktionäre sind und wie diese über die Maßnahme denken.

GoingPublic: Warum ist es für Unternehmen, die an die Börse gehen, sinnvoll, Namensaktien zu emittieren?

Birnstiel: Als Unternehmen möchte ich natürlich wissen, wer meine Anteilseigner weltweit sind, welche Kategorie von Anlegern investiert ist und somit im besten Falle auch, welchen Investmentansatz diese verfolgen. Gleichzeitig ist von Anfang an eine faire und zugleich zielgerichtete Investorenbetreuung möglich.

GoingPublic: Woran liegt es dann, dass gerade kleinere Unternehmen beim Börsengang dennoch immer noch die Inhaberaktie wählen?

Vetter: Ich würde da bei den Entscheidungsträgern und auch den Beratern eine gewisse Trägheit vermuten. Angesichts der Vielzahl an zu bedenkenden Fragestellungen kommt das Thema Namensaktie gar nicht erst auf die Agenda. Wenn das Thema angesprochen wird, entscheiden sich die Gesellschaften sehr häufig für die Namensaktie. Die letzten von mir im Zusammenhang mit einem geplanten Börsengang beratenen Unternehmen haben sich alle für die Namensaktie entschieden.

Schmidt: Die Vorbereitung eines Börsengangs ist natürlich sehr arbeitsintensiv. Deshalb ist das Thema Namensaktie in diesem Prozess nicht immer ganz oben auf der Prioritätenliste. Dabei ist es kein großer Aufwand, mit einer Namensaktie an die Börse zu gehen. Es müssen nur einige technische Aspekte berücksichtigt werden. Auch den IPO-Kandidaten ist zumeist nicht vollumfänglich bekannt, welche Vorteile die Namensaktie mit sich bringt. Dabei ist es für kleinere Unternehmen weitaus interessanter, mit der Namensaktie zu starten, um Kosten einer späteren Umstellung zu vermeiden. Für Großunternehmen, die bereits an der Börse sind und über viele Aktionäre verfügen, amortisiert sich eine Umstellung auf die Namensaktie sehr schnell.

GoingPublic: Wie stark nutzen Sie denn im Zusammenhang mit der Namensaktie elektronische Wege?

Birnstiel: Durch die im Aktienregister enthaltenen Aktionärsstammdaten besteht die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme mit dem Aktionär per E-Mail. Dies



Prof. Dr. Jochen Vetter

ermöglicht eine zeitnahe und direkte Kommunikation, welche die Transparenz über das Unternehmen erhöht und mittels derer man den Aktionär näher an sein Unternehmen binden kann. Durch den elektronischen Weg ergibt sich zusätzlich ein Kostenvorteil, da die HV-Einladung bzw. die Unterlagen per E-Mail versendet werden können. Mit zunehmender Digitalisierung unseres Alltags kann man davon ausgehen, dass künftig mehr und mehr Aktionäre dem elektronischen Versand zustimmen werden. Selbstverständlich erhält ein Aktionär auf Wunsch jedoch auch weiterhin alle notwendigen Informationen auf postalischem Wege.

Ungen: Wir haben auf unserer Investor-Relations-Website einen Onlineservice eingerichtet, bei dem Aktionäre sich mit ihrer Aktionärsnummer und einem Kennwort einwählen können. Dort können sie ihre Aktienbestände und die eigenen im Aktienregister geführten Daten einsehen oder Adressänderungen vornehmen. Außerdem kann man sich auf dieser Seite die Einladung zur Hauptversammlung selbst bestellen. Noch dazu haben wir versucht, möglichst viele Privataktionäre vom E-Mail-Versand zu überzeugen, um sie kostengünstiger erreichen zu können. 73.000 Aktionäre haben sich daraufhin zum E-Mail-Versand angemeldet, das ist ein beeindruckender Anteil.



Evelyn Ungen

GoingPublic: Wie groß ist denn das Interesse bei Geschäftspartnern und anderen Emittenten an der Namensaktie?

Ungen: In jedem Falle herrscht ein großes Interesse an unseren Erfahrungen mit dem Thema, und Unternehmen aller Größen sprechen uns an.

Vetter: Ich bekomme nicht gerade täglich Anrufe von Unternehmen, die sich über die Namensaktie informieren wollen. Bei den großen DAX- und MDAX-Gesellschaften hat sich eine gewisse Eigendynamik entwickelt. Jedes wechselnde Unternehmen geht ja durch die Presse, und das erregt wiederum Aufmerksamkeit und sorgt für Gespräche in anderen Gesellschaften, gerade in verwandten Industrien.

Schmidt: Das Thema war um die Jahrtausendwende schon einmal sehr aktuell, als zum Beispiel Siemens und Telekom umgestellt hatten. Ein größeres Interesse an Namensaktien ist in letzter Zeit vor allem durch die Umstellung bei E.ON, Bayer und BASF sowie durch einige gesetzliche Änderungen zu spüren. Die Popularität der Namensaktie wird durch die leichtere Nutzbarkeit der elektronischen Medien zusätzlich beflügelt.

GoingPublic: Vielen Dank für die äußerst interessante Diskussion!

Das Gespräch moderierten Oliver Bönig und Daniela Gebauer.