

Auswertung einer Trendumfrage der apr AG für Public Relations
bei 200 Schweizer Unternehmen
21. Mai 2003

Erste Erfahrungen mit der Corporate-Governance-Berichterstattung

Die Diskussion um Corporate Governance und insbesondere um die SWX-Richtlinie zur Berichterstattung darüber wurde letztes Jahr von Unternehmen, Anwälten, Politikern, Verbänden, Gewerkschaften, Aktionärsvertretern und Medien sehr kontrovers geführt. Die Resultate dieser Umfrage vermitteln einen Eindruck über die ersten Erfahrungen bei der Umsetzung der SWX-Richtlinie. Die Fragen wurden von 30 Prozent der 200 angefragten, mehrheitlich kotierten Unternehmen beantwortet. Die Resultate sind damit nicht repräsentativ, aber sie bestätigen weitgehend die Erfahrungen, welche apr bei der Betreuung der Investor Relations ihrer Kunden (15 kotierte Gesellschaften) in den vergangenen zwei Jahren machte.

apr

Corporate Governance als Chance wahrgenommen

Die eine Hälfte der antwortenden Unternehmen befasste sich schon vor 2001 mit Corporate Governance, die andere Hälfte setzte sich erst im Hinblick auf die Erfüllung der SWX-Richtlinie damit auseinander.

Ebenfalls etwas mehr als die Hälfte (54%) erklärte, dass die Pflicht zur Berichterstattung in ihrem Unternehmen nicht nur positiv aufgenommen worden sei, sondern dass man diese Verpflichtung als Chance wahrgenommen habe, um die Qualität der eigenen Unternehmensführung und -aufsicht aktiv darzustellen. 38 Prozent der Antwortenden gaben an, die Anforderungen pflichtgemäss erfüllt zu haben, während die verbleibenden 8 Prozent feststellten, dass sie sich auf ein Minimum an Informationen beschränkt hätten. Die Resultate der von der SWX in Auftrag gegebenen Untersuchung aller Geschäftsberichte im Hinblick auf die Erfüllung ihrer Richtlinie wird zeigen, ob sich diese Angaben auf repräsentativer Basis erhärten (Publikation im Dezember 2003).

Drei Viertel der antwortenden Unternehmen schätzen die Corporate Governance innerhalb ihrer Investor Relations als wichtig ein (9% zentral, 66% bedeutungsvoll). Aber immerhin 25 Prozent sind der Meinung, dass Corporate Governance bei der Kommunikation mit dem Kapitalmarkt eine geringe Bedeutung habe.

Keine Probleme mit der Umsetzung

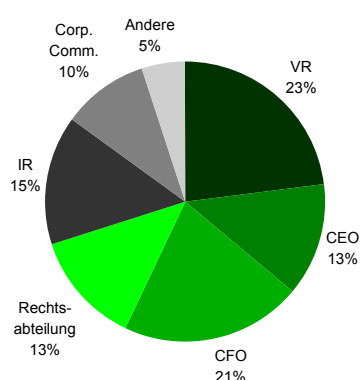
Nur gerade 9 Prozent der Unternehmen wiesen darauf hin, dass sich für sie bei der Umsetzung der SWX-Richtlinie gewisse Schwierigkeiten ergeben hätten. 9 von 10 Unternehmen hatten damit keine Probleme.

Bemerkenswert ist, dass nach der erstmaligen Corporate-Governance-Berichterstattung bereits drei Viertel aller antwortenden Unternehmen mit der von ihnen gewählten Umsetzungsform vollständig zufrieden sind und nur ein Viertel der Meinung ist, ihre Berichterstattung sei noch verbesserungsfähig.

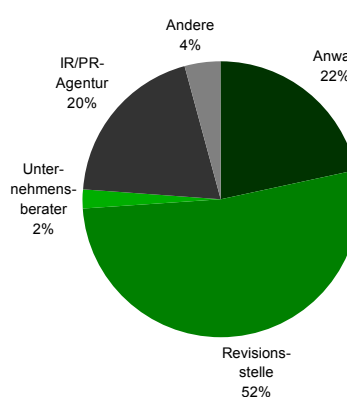
Inhalte der Corporate Governance wurden meist im Team erarbeitet

Die beiden Grafiken zeigen die Antworten zu den Fragen, wer im Unternehmen für die Corporate-Governance-Berichterstattung zuständig war sowie ob (knapp die Hälfte der Unternehmen) und wenn ja durch welche externen Stellen sich das Unternehmen bei der Berichterstattung habe unterstützen lassen.

Interne Zuständigkeit



Externe Unterstützung



Die detaillierte Auswertung der Fragebogen – Mehrfachnennungen waren möglich – zeigt, dass bei der grossen Mehrheit der Unternehmen die Inhalte der Corporate-Governance-Berichterstattung von sehr unterschiedlich zusammengesetzten Teams erarbeitet worden war.

Positives Echo, Entschädigungen im Zentrum des Interesses

Die Frage der Reaktionen konnte zum Zeitpunkt der Umfrage (April 2003) von den meisten Unternehmen noch nicht abschliessend beantwortet werden. Die auf diese Frage antwortenden Unternehmen stellten grundsätzlich positive Reaktionen fest. Das Echo war bei den Medien und Analysten am stärksten, gefolgt von den privaten und institutionellen Anlegern sowie von den Mitarbeitern. Im gegenwärtigen Klima ist es wenig erstaunlich, dass sich die Medienberichterstattung über das Thema Corporate Governance im Wesentlichen auf die Entschädigungen von Verwaltungsrat und Management fokussierte. Teilweise, so stellten verschiedene Antwortende fest, sei dabei die 'Höchste Gesamtentschädigung' zum eigentlichen Boulevard-Thema verkommen.

Corporate Governance ist nicht nur ein Thema der Investor Relations

Während sich die eine Hälfte der Antwortenden mit ihrer Corporate-Governance-Berichterstattung nur an die Zielgruppen des Kapitalmarkts wendet, thematisiert die andere Hälfte die Corporate Governance auch in ihrer Corporate Communication und schliesst damit alle Stakeholder-Gruppen (Mitarbeitende, Kunden, Lieferanten, Politik usw.) ein. Rund ein Viertel der Unternehmen berichtet entsprechend der Vorgabe der SWX-Richtlinie über ihre Corporate Communication ausschliesslich im Geschäftsbericht. Die übrigen Unternehmen nutzen weitere Instrumente wie ihre Website (53 Prozent), Präsentationen (22 Prozent), die Mitarbeiterzeitung (10 Prozent), Spezialpublikationen (5 Prozent) oder die Generalversammlung (5 Prozent).

Auseinandersetzung mit weiteren wertorientierten Themen ausgelöst

Die Hälfte der antwortenden Unternehmen erklärte, dass bei ihnen die Pflicht zur Corporate-Governance-Berichterstattung zur vertieften Auseinandersetzung mit weiteren wertorientierten Themen geführt habe. Im Zentrum standen dabei die Unternehmensethik, Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship und die Nachhaltigkeit. Ausserdem wurden erwähnt: Interessenkonflikt, Code of Conduct, Controlling-Instrumente, Risikomanagement, Qualifikationsanforderungen für die Mitglieder des Verwaltungsrats, Regeln für den Insider-Handel und Compliance.

Ansätze für die Weiterentwicklung der Corporate-Governance-Berichterstattung

Aufgrund der vorliegenden Resultate und unserer eigenen Erfahrungen sehen wir als spezialisierte Berater für Investor Relations und Corporate Communications Weiterentwicklungsmöglichkeiten in drei Richtungen:

1. Im Rahmen der SWX-Richtlinie

Inhaltlich: Einbezug der Erkenntnisse aus der SWX-Studie, die im Dezember 2003 publiziert wird sowie Profilierung durch Informationen, die weiter gehen als in der Richtlinie gefordert (z.B. Entschädigung pro Organmitglied usw.).

Formal: Aus einem Pflichtstoff wird ein Lesestoff: lesbar, verständlich, praxisbezogen, konkrete Beispiele. Gestalterisch nicht als 'Kleingedrucktes' behandeln, gepflegte Typografie, strukturierte Texte, übersichtliche Tabellen, textunterstützende Grafiken.

2. Wertorientierte Berichterstattung

Die Berichterstattung über ethisches Verhalten, Nachhaltigkeit oder Risikomanagement – Themen, die untrennbar mit einer guten Corporate Governance verbunden sind – ist (noch) nicht reglementiert. Dieses Profilierungspotenzial lässt sich im Geschäftsbericht und flankierenden Instrumenten (Website, Präsentationen usw.) nutzen. Dem Kapitalmarkt kann aufgezeigt werden, wo das Unternehmen bei diesen Themen steht, wie sie miteinander verknüpft sind, welche Interdependenzen bestehen und wie sie sich auf die Steigerung des Unternehmenswerts auswirken (→ Sustainable Investment).

3. Einbezug aller Stakeholder

Die wertorientierte Berichterstattung im umfassenden Sinne ist genauso wie die Corporate-Governance-Berichterstattung nicht für die Shareholder, sondern ebenso für alle Stakeholder von Bedeutung. Der konsequente Einbezug dieser Themen in die Corporate Communications bietet derzeit noch ein beträchtliches Profilierungspotenzial. Voraussetzung für die erfolgreiche Intergration dieser Themen ist allerdings eine zielgruppengerechte Wahl der Mittel (Website, Intranet, Publikationen, Schulung, Veranstaltungen, Mitarbeiter-/Kundenzeitung usw.) und eine stufengerechte Form der Umsetzung.

Für Fragen oder zusätzliche Informationen

Peter Fenkart, Telefon 01 389 17 17, peter.fenkart@aprag.ch, www.aprag.ch