

Akademie der  
Toblacher Gespräche

Accademia dei  
Colloqui di Dobbiaco



# Claudia Apel

Militanter Aktienbesitz.  
Kampagnen und Erfahrungen.

## **Militanter Aktienbesitz. Kampagnen und Erfahrungen.**

Claudia Apel

Ohne Widerstand kein Fortschritt. Wird ein Konzern nicht stetig von seinen Interessentvertretern (Angestellte Gewerkschaften, Organisationen) hinterfragt, kritisiert und zur Verbesserung animiert, wirkt sich das lähmend auf seine Entwicklung aus. Die Dynamik eines sich rasch verändernden Marktes kann Firmen, die sich der (selbst)-kritischen Auseinandersetzung mit der Opposition nicht stellen, schnell zurückwerfen. Diese These vertreten die Professoren Peter Fleming und André Spicer in "Contesting the corporation. Struggle, Power and Resistance in Organizations" – herausgegeben von der Cambridge University Press. *"Im Herzen einer Organisation besteht ein ständiger Kampf zwischen jenen, die sich der Macht beugen und jenen, die versuchen ihr etwas entgegenzusetzen, oder sie – im Härtefall – zu zerstören vermögen"*, liest man da in der Einleitung. *"Genau dieser Kampf ist es, der den Konzernen Vitalität, ja politischen Puls verleiht und sie damit beweglich bleiben lässt"*. Aktionärsaktivismus ist eine der Herausforderungen, die einem Konzern letztlich helfen können, firmeninterne Dynamiken zu hinterfragen und im besten Falle sogar zu optimieren.

Aktionärsaktivismus ist die Wahrnehmung und Ausübung des Auskunfts- und Stimmrechtes der Aktionäre während der Hauptversammlung börsennotierter Unternehmen. Wer Aktien eines Konzerns kauft, ist dementsprechend nicht nur Investor, sondern wird zum Miteigentümer des Unternehmens. Als Miteigentümer ist ein Aktionär nicht nur berechtigt an der Hauptversammlung teilzunehmen, er erwirbt mit dem Kauf der Aktien auch das Recht (kritische) Fragen zu Bilanz und Industrieplan zu stellen, also in Dialog mit dem Management zu treten. Für die am Börsengeschäft beteiligte Zivilgesellschaft ist Aktionärsaktivismus damit eine Chance aktiv und kontinuierlich Druck auf Konzerne auszuüben. Viel zu oft werden Fragen übergangen, die von bestimmten Interessenvertretern gestellt werden (z.B. Umwelt-, Menschenrechtsbewegungen und Verbraucher-organisationen). Ein Konzern ist allerdings dazu verpflichtet, jedem Aktionär Rede und Antwort zu stehen.

In den USA präsentiert sich seit nunmehr 35 Jahren das ICCR (Interfaith Center on Corporate Responsibility), eine Organisation bestehend aus 275 religiösen Investoren mit Sitz in New York, auf den Jahreshauptversammlungen von circa 200 großen, amerikanischen multinationalen Unternehmen. Hierzu werden vorab Bilanzen

untersucht, Änderungsanträge (Shareholder Proposals) vorbereitet, neue Tagesordnungspunkte zur Abstimmung eingebracht und hunderte von Aktionärstimmen gesammelt. Dank der kontinuierlichen Anstrengungen von ICCR konnten Anträge zur Respektierung der Menschenrechte in China, zu Auswirkungen des Klimawandels, zur Transparenz des Bankensystems, zu Investitionen in kontroverse Waffen und zahlreicher weiterer Themen eingebracht werden. In einigen Fällen gelang es, die Stimmenmehrheit zu erreichen und die Firmen zum Einlenken zu bewegen. Bei anderen Themen wurden hingegen nur 5 bis 10 Prozent der Stimmen erzielt, was in Fällen mächtiger Großkonzerne wie Coca Cola trotz allem ein respektables Ergebnis ist. Auch wenn Änderungsanträge im Rahmen von Aktionärsaktivismus in erster Instanz nicht sofort die Mehrheit der Stimmen erreichen so vermögen sie es doch, die Sichtbarkeit der Aktivisten, die als qualifizierter Verhandlungspartner auftreten, und das Bewusstsein für das adressierte Problem zu steigern.

Ein weiteres positives Beispiel liefert die Schweiz. Der Organisation Ethos gelang es, die Interessen von circa neunzig Pensionsfonds zu vereinen. Ethos wurde daraufhin beauftragt, die Stimm- und Auskunftsrechte eben jener Fonds in der Jahreshauptversammlung wahrzunehmen und erzielte in der Abstimmung bemerkenswerte Ergebnisse. Wichtige Aspekte der Kritiken von Ethos waren dabei die exzessive Entlohnung von Bankmanagern und die mangelnde Transparenz in der Unternehmensführung.

Seit 2008 hat auch die kulturelle Stiftung der Banca Etica (*Fondazione Culturale Responsabilità Etica*) eine Initiative zum Aktionärsaktivismus gestartet. So wurde auf Vorschlag von *Greenpeace* und der *Campagna per la Riforma della Banca Mondiale* (Kampagne für die Reform der Weltbank) ein Bündel Aktien der italienischen Energieunternehmen Eni (Ölgesellschaft) und Enel (Energiekonzern) erworben, und man begann sich als Aktionär auf den Jahreshauptversammlungen zu präsentieren, um eine Reihe von Fragen einzureichen. Man entschied sich zum Kauf von Aktien der beiden Energieriesen, weil Eni und Enel die größten Auswirkungen auf die Umwelt im Süden der Welt haben.

Erklärtes Ziel des Aktionärsaktivismus bei der *Fondazione Culturale* ist es, Bevölkerungsgruppen eine Stimme zu geben, die sich gegen übermächtige multinationale Konzerne wehren möchten, es allein aber nicht schaffen Gehör zu finden. So wurde Eni gebeten detailliert klarzustellen, wie der Konzern das sogenannte *Gas*

*Flaring*<sup>1</sup> in Nigeria reduzieren will. Im Nigerdelta befinden sich heute noch mehr als 120 Gasfackeln, die aufgrund absurder Zahlungsvereinbarungen an die nigerianische Regierung weiter brennen dürfen. Das Verbrennen des Gases verpestet die Luft, Menschen erkranken und vor allem Kinder leiden deswegen an schweren Atemwegserkrankungen. Enel hingegen musste umfassend darlegen, wie es gedenkt, sein großes Dammprojekt an den Flüssen *River* und *Pascua* in Patagonien umzusetzen. Auch hier handelt es sich um ein Projekt mit immensen Auswirkungen auf die Umwelt und die dort lebende Bevölkerung. In beiden Fällen gelang es der *Fondazione Culturale Responsabilità Etica* lokale Protestgruppen einzubinden und sie als aktive Aktionäre zu vertreten.

Dank der Methode des Aktionärsaktivismus konnte der Bischof von Patagonien als Aktionär auf der Jahreshauptversammlung von Eni teilnehmen, der seinerseits sein Anliegen vortrug, und eine Reihe von Fragen über das Dammprojekt stellte. Davon berichteten wiederum Nachrichtendienste und Zeitungen wie *Corriere della Sera* und *Reuters*, woraufhin der Generaldirektor von Eni schließlich eine Woche später nach Chile flog, um die Umweltverträglichkeitsprüfung für das Dammprojekt schneller in die Wege zu leiten. Ein Resultat, das auf dem Wege des klassischen Campaignings nicht hätte erreicht werden können.

Ähnlich wurde mit Eni verfahren. In Italien wurden die nigerianischen Mitglieder von *Friends of the Earth*, eine der weltweit größten Umweltorganisationen eingebunden. In einem Treffen mit einem Teil der Führungsspitze von Eni wurde es Vertretern von Organisationen in Congo-B, wo Eni den Abbau von Ölsand plant, ermöglicht, sich über Stand und Ablauf des Projektes zu erkundigen. Der daraufhin entstandene Dialog mit Eni wird seitdem kontinuierlich fortgeführt. Das gleiche gilt für Enel. Auf der Basis bislang gewonnener Erfahrungen ist Folgendes für diese Form des Protestes und Dialoges unablässig:

1. Um wirkungsvoll einzugreifen und um gehört zu werden, ist es essentiell die Sprache des Konzerns zu beherrschen. Will heißen: in der Jahreshauptversammlung zu erscheinen und den Großkonzern als Verkörperung des Bösen zu kritisieren ist wenig

---

<sup>1</sup> Gas Flaring: Verfahren, bei dem überschüssiges Gas, ein Nebenprodukt, dass bei dem Abbau von Erdöl entsteht, *abgefackelt (flare)* wird, was wiederum einen enormen CO<sub>2</sub>-Ausstoß zur Folge hat. Durch das Entstehen dieser Treibhausgase werden unter anderem krebserregende Schwermetalle frei.

sinnvoll. Präzise Daten und professionelle Analysen bilden die Grundlage für konkrete Forderungen und einen fruchtbaren Dialog. Ein einfaches Beispiel: man kann sich nicht darauf beschränken, gegen das Dammprojekt von Enel in Patagonien zu protestieren. Die Präsentation eines alternativen Projektes, das einen gleichbedeutenden ökonomischen Gewinn erzielen könnte und dabei Umweltschäden vorzubeugen weiß, ist effektiver und erfolgsversprechender.

Es ist nicht sinnvoll, sich darauf zu beschränken, mit dem Finger auf Eni zu zeigen und zu mahnen, dass die Firma eine Geldstrafe in Höhe von 365 Millionen Euro für das Bestechen nigerianischer Funktionäre und Politiker zahlen muss. Sinnvoller ist es, den Aktionären von Eni zu erklären, dass diese Form der Korruption für das Jahr 2009 den Nettogewinn des Konzerns um 7,5% verringert hat. Konkrete Fragen, die sich aus gut recherchierten Fakten ergeben, vermeiden dabei, dass das Unternehmen nicht antwortet oder mit vorgefertigten Aussagen und dem Wedeln bunter Seiten seiner sozialen Bilanz kontert.

2. Es ist nicht förderlich den ersten Stein zu werfen und sich anschließend hinter dem Rücken anderer zu verstecken. Nur konkrete Fragen veranlassen den Konzern zur Veröffentlichung präziser Antworten, die wiederum noch präzisere Recherchen und Fragen zur Folge haben – ein langwieriger Prozess, der intensive Vorbereitung erfordert.

Aktionärsaktivismus bietet große Chancen: zum Beispiel, sich bemerkbar machen zu können und die Machtgeflechte der Konzerne zu kritisieren und ggf. zu attackieren. Um als Aktionär aktiv zu werden, braucht es also ein hohes Maß an Vorbereitung und Engagement. Es muss damit begonnen werden die Sprache der Konzerne zu sprechen, finanzielle Folgen zu erkennen, aufzudecken und dabei die Möglichkeit zu nutzen, auf die Verletzung von Umwelt- und Menschenrechten hinzuweisen und sie zu bekämpfen. Ohne ein solches Engagement bleibt der Protest weitestgehend ungehört und ineffektiv. Es braucht einen kontinuierlichen Dialog, der klare Gegenfragen liefern kann, sobald der Konzern antwortet. Vor allem aber müssen die Unternehmen als das wahrgenommen werden, was sie sind: dynamische Organisationen, die zu Veränderungen bewegt werden können, und nicht nur als Mauern, die es einzureißen gilt. Um es mit den Worten von Fleming und Spicer zu sagen: diese Veränderungen sind nur durch einen Einspruch möglich. Einen intelligenten Einspruch.

Akademie der  
Toblacher Gespräche

Accademia dei  
Colloqui di Dobbiaco



# Claudia Apel

Militanter Aktienbesitz.  
Kampagnen und Erfahrungen.

## **Militanter Aktienbesitz. Kampagnen und Erfahrungen.**

Claudia Apel

Ohne Widerstand kein Fortschritt. Wird ein Konzern nicht stetig von seinen Interessentvertretern (Angestellte Gewerkschaften, Organisationen) hinterfragt, kritisiert und zur Verbesserung animiert, wirkt sich das lähmend auf seine Entwicklung aus. Die Dynamik eines sich rasch verändernden Marktes kann Firmen, die sich der (selbst)-kritischen Auseinandersetzung mit der Opposition nicht stellen, schnell zurückwerfen. Diese These vertreten die Professoren Peter Fleming und André Spicer in "Contesting the corporation. Struggle, Power and Resistance in Organizations" – herausgegeben von der Cambridge University Press. *"Im Herzen einer Organisation besteht ein ständiger Kampf zwischen jenen, die sich der Macht beugen und jenen, die versuchen ihr etwas entgegenzusetzen, oder sie – im Härtefall – zu zerstören vermögen"*, liest man da in der Einleitung. *"Genau dieser Kampf ist es, der den Konzernen Vitalität, ja politischen Puls verleiht und sie damit beweglich bleiben lässt"*. Aktionärsaktivismus ist eine der Herausforderungen, die einem Konzern letztlich helfen können, firmeninterne Dynamiken zu hinterfragen und im besten Falle sogar zu optimieren.

Aktionärsaktivismus ist die Wahrnehmung und Ausübung des Auskunfts- und Stimmrechtes der Aktionäre während der Hauptversammlung börsennotierter Unternehmen. Wer Aktien eines Konzerns kauft, ist dementsprechend nicht nur Investor, sondern wird zum Miteigentümer des Unternehmens. Als Miteigentümer ist ein Aktionär nicht nur berechtigt an der Hauptversammlung teilzunehmen, er erwirbt mit dem Kauf der Aktien auch das Recht (kritische) Fragen zu Bilanz und Industrieplan zu stellen, also in Dialog mit dem Management zu treten. Für die am Börsengeschäft beteiligte Zivilgesellschaft ist Aktionärsaktivismus damit eine Chance aktiv und kontinuierlich Druck auf Konzerne auszuüben. Viel zu oft werden Fragen übergangen, die von bestimmten Interessenvertretern gestellt werden (z.B. Umwelt-, Menschenrechtsbewegungen und Verbraucher-organisationen). Ein Konzern ist allerdings dazu verpflichtet, jedem Aktionär Rede und Antwort zu stehen.

In den USA präsentiert sich seit nunmehr 35 Jahren das ICCR (Interfaith Center on Corporate Responsibility), eine Organisation bestehend aus 275 religiösen Investoren mit Sitz in New York, auf den Jahreshauptversammlungen von circa 200 großen, amerikanischen multinationalen Unternehmen. Hierzu werden vorab Bilanzen

untersucht, Änderungsanträge (Shareholder Proposals) vorbereitet, neue Tagesordnungspunkte zur Abstimmung eingebracht und hunderte von Aktionärstimmen gesammelt. Dank der kontinuierlichen Anstrengungen von ICCR konnten Anträge zur Respektierung der Menschenrechte in China, zu Auswirkungen des Klimawandels, zur Transparenz des Bankensystems, zu Investitionen in kontroverse Waffen und zahlreicher weiterer Themen eingebracht werden. In einigen Fällen gelang es, die Stimmenmehrheit zu erreichen und die Firmen zum Einlenken zu bewegen. Bei anderen Themen wurden hingegen nur 5 bis 10 Prozent der Stimmen erzielt, was in Fällen mächtiger Großkonzerne wie Coca Cola trotz allem ein respektables Ergebnis ist. Auch wenn Änderungsanträge im Rahmen von Aktionärsaktivismus in erster Instanz nicht sofort die Mehrheit der Stimmen erreichen so vermögen sie es doch, die Sichtbarkeit der Aktivisten, die als qualifizierter Verhandlungspartner auftreten, und das Bewusstsein für das adressierte Problem zu steigern.

Ein weiteres positives Beispiel liefert die Schweiz. Der Organisation Ethos gelang es, die Interessen von circa neunzig Pensionsfonds zu vereinen. Ethos wurde daraufhin beauftragt, die Stimm- und Auskunftsrechte eben jener Fonds in der Jahreshauptversammlung wahrzunehmen und erzielte in der Abstimmung bemerkenswerte Ergebnisse. Wichtige Aspekte der Kritiken von Ethos waren dabei die exzessive Entlohnung von Bankmanagern und die mangelnde Transparenz in der Unternehmensführung.

Seit 2008 hat auch die kulturelle Stiftung der Banca Etica (*Fondazione Culturale Responsabilità Etica*) eine Initiative zum Aktionärsaktivismus gestartet. So wurde auf Vorschlag von *Greenpeace* und der *Campagna per la Riforma della Banca Mondiale* (Kampagne für die Reform der Weltbank) ein Bündel Aktien der italienischen Energieunternehmen Eni (Ölgesellschaft) und Enel (Energiekonzern) erworben, und man begann sich als Aktionär auf den Jahreshauptversammlungen zu präsentieren, um eine Reihe von Fragen einzureichen. Man entschied sich zum Kauf von Aktien der beiden Energieriesen, weil Eni und Enel die größten Auswirkungen auf die Umwelt im Süden der Welt haben.

Erklärtes Ziel des Aktionärsaktivismus bei der *Fondazione Culturale* ist es, Bevölkerungsgruppen eine Stimme zu geben, die sich gegen übermächtige multinationale Konzerne wehren möchten, es allein aber nicht schaffen Gehör zu finden. So wurde Eni gebeten detailliert klarzustellen, wie der Konzern das sogenannte *Gas*

*Flaring*<sup>1</sup> in Nigeria reduzieren will. Im Nigerdelta befinden sich heute noch mehr als 120 Gasfackeln, die aufgrund absurder Zahlungsvereinbarungen an die nigerianische Regierung weiter brennen dürfen. Das Verbrennen des Gases verpestet die Luft, Menschen erkranken und vor allem Kinder leiden deswegen an schweren Atemwegserkrankungen. Enel hingegen musste umfassend darlegen, wie es gedenkt, sein großes Dammprojekt an den Flüssen *River* und *Pascua* in Patagonien umzusetzen. Auch hier handelt es sich um ein Projekt mit immensen Auswirkungen auf die Umwelt und die dort lebende Bevölkerung. In beiden Fällen gelang es der *Fondazione Culturale Responsabilità Etica* lokale Protestgruppen einzubinden und sie als aktive Aktionäre zu vertreten.

Dank der Methode des Aktionärsaktivismus konnte der Bischof von Patagonien als Aktionär auf der Jahreshauptversammlung von Eni teilnehmen, der seinerseits sein Anliegen vortrug, und eine Reihe von Fragen über das Dammprojekt stellte. Davon berichteten wiederum Nachrichtendienste und Zeitungen wie *Corriere della Sera* und *Reuters*, woraufhin der Generaldirektor von Eni schließlich eine Woche später nach Chile flog, um die Umweltverträglichkeitsprüfung für das Dammprojekt schneller in die Wege zu leiten. Ein Resultat, das auf dem Wege des klassischen Campaignings nicht hätte erreicht werden können.

Ähnlich wurde mit Eni verfahren. In Italien wurden die nigerianischen Mitglieder von *Friends of the Earth*, eine der weltweit größten Umweltorganisationen eingebunden. In einem Treffen mit einem Teil der Führungsspitze von Eni wurde es Vertretern von Organisationen in Congo-B, wo Eni den Abbau von Ölsand plant, ermöglicht, sich über Stand und Ablauf des Projektes zu erkundigen. Der daraufhin entstandene Dialog mit Eni wird seitdem kontinuierlich fortgeführt. Das gleiche gilt für Enel. Auf der Basis bislang gewonnener Erfahrungen ist Folgendes für diese Form des Protestes und Dialoges unablässig:

1. Um wirkungsvoll einzugreifen und um gehört zu werden, ist es essentiell die Sprache des Konzerns zu beherrschen. Will heißen: in der Jahreshauptversammlung zu erscheinen und den Großkonzern als Verkörperung des Bösen zu kritisieren ist wenig

---

<sup>1</sup> Gas Flaring: Verfahren, bei dem überschüssiges Gas, ein Nebenprodukt, dass bei dem Abbau von Erdöl entsteht, *abgefackelt (flare)* wird, was wiederum einen enormen CO<sub>2</sub>-Ausstoß zur Folge hat. Durch das Entstehen dieser Treibhausgase werden unter anderem krebserregende Schwermetalle frei.

sinnvoll. Präzise Daten und professionelle Analysen bilden die Grundlage für konkrete Forderungen und einen fruchtbaren Dialog. Ein einfaches Beispiel: man kann sich nicht darauf beschränken, gegen das Dammprojekt von Enel in Patagonien zu protestieren. Die Präsentation eines alternativen Projektes, das einen gleichbedeutenden ökonomischen Gewinn erzielen könnte und dabei Umweltschäden vorzubeugen weiß, ist effektiver und erfolgsversprechender.

Es ist nicht sinnvoll, sich darauf zu beschränken, mit dem Finger auf Eni zu zeigen und zu mahnen, dass die Firma eine Geldstrafe in Höhe von 365 Millionen Euro für das Bestechen nigerianischer Funktionäre und Politiker zahlen muss. Sinnvoller ist es, den Aktionären von Eni zu erklären, dass diese Form der Korruption für das Jahr 2009 den Nettogewinn des Konzerns um 7,5% verringert hat. Konkrete Fragen, die sich aus gut recherchierten Fakten ergeben, vermeiden dabei, dass das Unternehmen nicht antwortet oder mit vorgefertigten Aussagen und dem Wedeln bunter Seiten seiner sozialen Bilanz kontert.

2. Es ist nicht förderlich den ersten Stein zu werfen und sich anschließend hinter dem Rücken anderer zu verstecken. Nur konkrete Fragen veranlassen den Konzern zur Veröffentlichung präziser Antworten, die wiederum noch präzisere Recherchen und Fragen zur Folge haben – ein langwieriger Prozess, der intensive Vorbereitung erfordert.

Aktionärsaktivismus bietet große Chancen: zum Beispiel, sich bemerkbar machen zu können und die Machtgeflechte der Konzerne zu kritisieren und ggf. zu attackieren. Um als Aktionär aktiv zu werden, braucht es also ein hohes Maß an Vorbereitung und Engagement. Es muss damit begonnen werden die Sprache der Konzerne zu sprechen, finanzielle Folgen zu erkennen, aufzudecken und dabei die Möglichkeit zu nutzen, auf die Verletzung von Umwelt- und Menschenrechten hinzuweisen und sie zu bekämpfen. Ohne ein solches Engagement bleibt der Protest weitestgehend ungehört und ineffektiv. Es braucht einen kontinuierlichen Dialog, der klare Gegenfragen liefern kann, sobald der Konzern antwortet. Vor allem aber müssen die Unternehmen als das wahrgenommen werden, was sie sind: dynamische Organisationen, die zu Veränderungen bewegt werden können, und nicht nur als Mauern, die es einzureißen gilt. Um es mit den Worten von Fleming und Spicer zu sagen: diese Veränderungen sind nur durch einen Einspruch möglich. Einen intelligenten Einspruch.