

# Schima: „Um die Rücktrittskultur könnte es besser bestellt sein“

**Aufsichtsräte.** Viele nahmen ihre Aufgabe locker. Und vor einer möglichen Haftung fürchteten sich Aufsichtsräte ohnehin nicht. Das könnte sich in Zukunft ändern, sagt Rechtsanwalt Georg Schima.

VON JUDITH HECHT

**Die Presse: Aufsichtsräten wurde in der Vergangenheit immer wieder der Vorwurf gemacht, sie würden ihre Tätigkeit nur nebenbei ausüben. Hat sich die Qualität österreichischer Aufsichtsräte (AR, Anm.) in den letzten Jahren verbessert?**

**Georg Schima:** Eine Verbesserung der Qualität der Aufsichtsratsarbeit ist in der Tat in den letzten 20 Jahren zu erkennen. Das bezieht sich nicht nur auf die Sitzungsfrequenz, sondern auch auf die viel intensivere Arbeit in Ausschüssen, auf die Gestaltung von vorbereitenden Unterlagen und auf die Zusammenarbeit mit dem Abschlussprüfer. Gesetzgeber und Corporate-Governance-Kodex haben zu dieser Qualitätsverbesserung zweifellos viel beigetragen.

**Ist den meisten Aufsichtsräten wirklich bewusst, welche Aufgaben und Pflichten sie mit dieser Funktion übernehmen?**

Über die grundsätzlichen Rechte und Pflichten sind Aufsichtsratsmitglieder bei Amtsübernahme heutzutage schon recht gut aufgeklärt. Was man aber nicht „on the job“ lernen kann, ist die spezielle Dynamik des konkreten Unternehmens und des Gremiums Aufsichtsrat. Erst nach ein bis drei Sitzungen bekommt man mit, wie die „Hackordnung“ beschaffen ist, wer im Aufsichtsrat wirklich das Sagen hat und ob man vor dem Problem steht, Widerspruch erheben zu müssen, der mit der „Gremiumskultur“ nicht kompatibel ist.

**Welche Defizite lassen Ihrer Erfahrung nach die Kontrollgremien am häufigsten erkennen?**

Ein Grundproblem besteht nach wie vor darin, dass es zu viele Aufsichtsratsmitglieder gibt, die das Geschäftsmodell der Gesellschaft, ihre Produkte und Strategie nicht gut genug kennen. Und um die Zivilcourage und Rücktrittskultur könnte es besser bestellt sein. Wenn – wie jüngst geschehen – der Vorstandsvorsitzende eines großen Unternehmens völlig außerhalb



Die „Hackordnung“ im Aufsichtsrat zeige sich erst nach einiger Zeit, sagt Schima. (Fabry)

des Aufsichtsrats zum Gehen gedrängt wird, müssten zumindest die konzernexternen AR-Mitglieder bei einem Mindestmaß an Selbstachtung zurücktreten. Oder ein anderes Beispiel aus jüngster Zeit: Dass der Vorstandsvorsitzende eines börsennotierten Unternehmens einen Vorstandskollegen einfach durch Sperrung der Zutrittsberechtigungen „suspendiert“, darf sich ein Aufsichtsrat nicht gefallen lassen.

**Es erstaunt immer wieder, wie viele Aufsichtsratsmandate sich so mancher zutraut. Wäre eine strengere gesetzliche Begrenzung notwendig?**

Die – wenn auch deutlich gesenkten – Grenzen sind noch immer zu

großzügig: Acht einfache AR-Mandate in börsennotierten Gesellschaften (oder vier Vorstände, Anm.), zehn sonstige AR-Mandate oder gar zwanzig konzernverbundene Mandate oder solche in Vertretung der Interessen von Gebietskörperschaften sind nicht sachgerecht.

**Welche Folgen kann ein Fehlverhalten des Aufsichtsrats für ein Unternehmen haben?**

Denken Sie an den Flughafen Wien und das Projekt Skylink. Derartige Fehlplanungen, fast 100-prozentige Kostenüberschreitungen und Professionisten, die letztlich Millionen an überhöhten Verrechnungen zurückgezahlt haben, sind ohne Kontrollversagen des AR nicht denkbar. In Deutschland gibt

es mit dem brasilianischen Stahlwerk-Debakel von Thyssen Krupp ein Pendant mit mindestens zehnmal so hoher Kostenüberschreitung. Beiden Fällen ist gemeinsam, dass in Gutachten hochkarätiger Berater schon die Haftung des Vorstands verneint wurde, sodass der Aufsichtsrat quasi automatisch aus dem Schneider war.

**Gibt es in Österreich schon Judikatur, die sich mit der Haftung von Aufsichtsräten befasst?**

Nur eine Handvoll, wobei außer in der „Krauland“-Entscheidung aus 1977 in allen die Haftung verneint wurde: Intercontinentale (2002), Rieger Bank (2003) und Hirsch Servo (2008). In Deutschland gehen die Urteile diesbezüglich etwas anders. Einerseits ist die Streitkultur stärker ausgeprägt, und andererseits hat die Rechtsprechung es dort Organen schwerer gemacht, aussichtsreiche Haftungsklagen einfach bleiben zu lassen.

**Weshalb wurden Aufsichtsräte hierzulande noch nie zur Verantwortung gezogen?**

Ob der Vorstand geklagt wird, entscheidet der Aufsichtsrat, ob der Aufsichtsrat geklagt wird, hingegen der Vorstand. Das erklärt vieles. Und auch hier zeigt das Beispiel Flughafen Wien, dass oft niemand Interesse an der Geltendmachung von Haftungen hat. Man darf sich dann nicht mehr so wundern, wenn übermotiviert Staatsanwälte das Vakuum füllen und das Enforcement übernehmen.

**Werden sich Aufsichtsräte auch in Zukunft weiterhin in Sicherheit wiegen können?**

Nein, der Trend geht mit Sicherheit in Richtung mehr Haftung und Verantwortlichkeit. Managerhaftpflichtversicherungen wirken auch klagefördernd, weil man auf den Haftungsfonds des Versicherers ungern verzichtet. Jedenfalls kann es von Unternehmen nicht gewünscht sein, wenn die Strafverfolgungsbehörden die Führungsrolle beanspruchen. Selbstreinigungskraft wäre daher ein Gebot der Stunde.

## ZUR PERSON

**Georg Schima** ist Rechtsanwalt und Gründungspartner der Kanzlei Kunz Schima Wallentin. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen unter anderem im Arbeits-, Unternehmens- und Gesellschaftsrecht.

## URTEIL DER WOCHE

VON JUDITH HECHT

### Auch Coca-Cola-Flaschen sind nicht anders

Der Konzern verlor einen Markenstreit vor dem EuG.

Über vier Jahre dauerte das Markenverfahren, das Coca-Cola am Dienstag letztlich verlor. Im Dezember 2011 meldete Coca-Cola für seine Flaschen aus Metall, Plastik und Glas eine dreidimensionale Gemeinschaftsmarke beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt in Spanien an



(HABM). Die Anmeldung wies das HABM im März 2014 mit der Begründung zurück, dass der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren die Unterscheidungskraft fehle. Coca-Cola hingegen hatte ins Treffen geführt, dass seine Anmeldemarke als natürliche Weiterentwicklung der berühmten emblematischen Flasche, also der Konturenflasche mit Riffelung, anzusehen sei, und wandte sich an das Gericht der Europäischen Union (EuG). Doch das bestätigte die bekämpfte Entscheidung. Die Flasche weise keinerlei Merkmale auf, anhand deren sie von anderen Flaschen auf dem Markt unterschieden werden könnte. Die Marke stelle lediglich eine Abwandlung der Form einer Flasche dar. Dem Verbraucher sei es nicht möglich, die Waren von Coca-Cola von jenen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Coca-Cola hat nun die Möglichkeit, binnen eines Monats Rechtsmittel beim Europäischen Gerichtshof (EuGH) gegen diese Entscheidung einzulegen.

## Adidas verteidigt Marke

**EuGH.** Adidas siegte im Streit um Streifen am Schuh.

**Luxemburg.** Adidas kann seine seitlichen Streifen am Schuh gegen Mitbewerber verteidigen: Das hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) in einem am Mittwoch in Luxemburg veröffentlichten Beschluss entschieden (C-396/15 P).

Hintergrund ist ein Rechtsstreit zwischen Adidas und der belgischen Firma Shoe Branding Europe. Diese wollte sich 2009 beim EU-Markenamt einen Schuh mit zwei parallelen Querstreifen schützen lassen. Anders als bei den Adidas-Schuhen, verlaufen die Streifen von

drei Streifen wie bei Adidas. Adidas scheiterte mit einem Widerspruch beim Markenamt, hatte 2015 aber Erfolg beim EU-Gericht: Dieses sah ebenso wie Adidas eine ausreichende Ähnlichkeit zwischen beiden Marken und stufte den Einspruch des deutschen Sportartikelherstellers als berechtigt ein.

Dagegen wehrte sich Shoe Branding Europe vor dem übergeordneten Europäischen Gerichtshof (EuGH), der das Urteil nun aber bestätigte. Die Richter entschieden mit Beschluss und nicht

## Anwälte für die Wirtschaft

Das WirtschaftsBlatt bietet unabhängige und professionelle Wirtschaftsberichterstattung, Reportagen, Interviews, Branchenstatistiken, Analysen und Hintergründe des österreichischen Wirtschaftsgeschehens. Das WirtschaftsBlatt erscheint am 17. März 2016 mit dem Sonderthema „Anwälte für die Wirtschaft“.

Präsentieren auch Sie Ihr Unternehmen in dieser besonderen Ausgabe.



### Nähere Informationen unter:

Vermarktung Die Presse & WirtschaftsBlatt, Hainburger Straße 33, 1030 Wien; Tel. +43/(0)1/514 14-263/ Fax DW 405, robert.kampfer@wirtschaftsblatt.at

Erscheinungstermin  
17. März 2016