

„Unvollständig sowie irreführend“

Wie sich die Hypo-Vereinsbank im hauseigenen Intranet gegen Vorwürfe ihrer Kritiker wehrt

Von Thomas Fromm

München – Schon als der Verkauf der Hypo-Vereinsbank-Tochter Bank Austria an die italienische Konzernmutter Unicredit im Oktober 2006 beschlossen wurde, gab es zwei Lager. Die einen, allen voran das HVB-Management, lobten den 13,7-Milliarden-Euro-Handel. Kritiker sprachen dagegen von „Ausschlachtung“ – das einst europäisch aufgestellte Institut werde durch den Verkauf der Bank Austria zwar um einige Milliarden reicher, gleichzeitig aber wieder zu einer regionalen Filial- und Mittelstandsbank zurückentwickelt.

Rasch wurde der Fall mit seinen rund 50 Anfechtungsklagen zu einem Vollzeitprogramm für illustre Finanzprofis, Aktionärsschützer und Anwälte. So auch für Thomas Heidel, den die HVB-Aktionäre zu ihrem besonderen Vertreter wählten und der wochenlang Briefe, E-Mails und interne Bank-Protokolle durchstöberte. Schließlich geht es um Geld. Viel Geld. Denn wenn es stimmt, dass der Preis für die Bank Austria zu niedrig war und höhere Angebote Dritter aus Rück-

sicht auf Unicredit kaum geprüft wurden, könnte dies die HVB teuer zu stehen kommen.

Dass Anwalt Heidel die Ergebnisse seiner Recherchen beim Münchner Landgericht einreichte, war nur noch reine Formsache. Dass die möglicherweise pikanten Details dann aber auch in einigen deutschen Medien erschienen, sorgte bei der HVB für Aufregung. Am Donnerstagabend ging die Bank in die Gegenoffensive und reichte ihre Sicht der Dinge nicht nur in schriftlicher Form bei Gericht ein. Im hausinternen Intranet, auf das 25 000 Mitarbeiter Zugriff haben, rechnet sie nun mit Heidel ab. „Unvollständig sowie irreführend“ seien die Berichte; einzelne Sachverhalte würden „aus dem Zusammenhang gerissen“.

Beispiel: HVB-Vorstand Stefan Schmittmann soll Zweifel daran gehabt haben, dass die Übertragung des Unicredit-Investmentbankings auf die HVB der richtige Ausgleich für den Verlust der Bank Austria sei. So zitierte Heidel aus einer Mail Schmittmanns vom 17. Juli 2006: Man werde „niemals eine Begründung finden, die schlüssig macht, dass

die italienische Investmentbanking-Tochter nur annähernd ein ‚adäquates Äquivalent‘ für die zum Verkauf stehenden Aktivitäten“ sei. Für die HVB stellt sich das so dar: Schmittmann habe seine E-Mail zwei Monate vor dem Bank-Austria-Verkauf geschrieben – und „im weiteren Verlauf der Verhandlungen hat die Unicredit dann über einen angemessenen Kaufpreis hinaus zusätzliche umfangreiche Zusagen gemacht“. Den Vorwurf, der Vorstand habe dem Aufsichtsrat der Bank eine Beurteilung des Verkaufspreises durch die Beraterbank Citigroup vorenthalten, kontert das Institut so: Die an den Vorstand adressierte Bewertung habe dem Kontrollgremium nicht unaufgefordert vorgelegt werden müssen. Allerdings „hätte der Vorstand dies auf Wunsch des Aufsichtsrates jederzeit getan.“ Zudem habe man vor dem Verkauf das Gutachten einer großen Prüfgesellschaft eingeholt.

Der HVB geht es bei ihrer Intranet-Aktion nicht nur darum, die eigenen Mitarbeiter zu überzeugen. Anliegen sei auch, diesen „bei eventuellen Kundenanfragen Unterstützung zu geben“, heißt es.