

Medienmitteilung vom 28. Oktober 2005

„Massgeschneiderte Kommunikation ist Schlüssel zum Erfolg“

Rund 150 Führungskräfte diskutierten am Farner Forum in Zürich über die Rolle der Kommunikation bei Mergers & Acquisitions. In einem Punkt war sich das prominent besetzte Podium einig: Bei Zusammenschlüssen und Übernahmen von Unternehmen hat eine massgeschneiderte Kommunikation eine zentrale Bedeutung – aber es gibt dafür keine allgemeingültigen Muster.

Zürich, 28. Oktober 2005 – Die Zahl der Mergers & Acquisitions ist auch in der Schweiz sprunghaft angestiegen. Wie können Unternehmen und Investoren in solchen Transaktionen ihren Argumenten Gehör verschaffen? Kann aktive Kommunikation den Aktienkurs beleben und so das Unternehmen sogar vor unfreundlichen Übernahmen schützen? Solche Fragen diskutierte ein hochkarätig besetztes Podium am Forum „Mergers & Acquisitions – die Rolle der Kommunikation“ von Farner PR. Moderiert wurde das Farner Forum von Victor Breu, Chefredaktor der Finanz und Wirtschaft.

Mario Fontana, als Verwaltungsratspräsident von Leica Geosystems jüngst aktiv in eine Übernahme involviert, wies auf die stets vorhandene emotionale Komponente. Es sei anspruchsvoll, den richtigen Ton zwischen Emotionalität und Sachlichkeit zu finden.

Die zentrale Bedeutung der internen Kommunikation für erfolgreiche M&A-Prozesse unterstrich Guido Patroncini, Managing Director der Zurmont Management AG. Die interne Kommunikation komme in der Hektik der zu treffenden Entscheidungen oft etwas zu kurz. Gregor Stücheli, CEO von T-Systems Schweiz AG, betonte, wie wichtig die langfristige Vorbereitung der internen Kommunikation sei, um unterschiedliche Unternehmenskulturen erfolgreich verbinden zu können.

Private Equity-Unternehmen kommunizierten grundsätzlich eher zurückhaltend, sagte Christian Wildmoser, Managing Director Switzerland von CVC Capital Partners. Eine aktivere Kommunikation erfolge erst, nachdem die Kaufverträge unterschrieben seien.

Der Investmentbanker Markus Weber (Head M&A Switzerland von UBS) stellt immer wieder fest, wie unterschiedlich die Kommunikationskultur in Unternehmen ist. Die Kommunikation bei M&A-Prozessen erfordere zusätzliche Massnahmen. Umso wichtiger sei eine massgeschneiderte Kommunikation.

Für weitere Auskünfte:

Urs P. Knapp, Partner Farner Consulting AG
Telefon (41) - 044 266 67 67; knapp@farner.ch

Farner ist die Kommunikationsmarke der Schweiz, die seit 1950 für erfolgreiche PR und Werbung steht. Die Agentur bietet einen umfassenden Service von der Strategieentwicklung bis zur kreativen Umsetzung. Für Kapitalmarktkommunikation verfügt Farner über ein erfahrenes Kompetenzzentrum. Farner beschäftigt an den Standorten Zürich, Bern, Lausanne und Genf über 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.