

Aktives Medienmanagement führt zu geringeren Übernahme­kosten

Ein aktives Medienmanagement senkt die Kosten bei Verhandlungen über Übernahmen. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, welche die Medienarbeit bei rund 500 Transaktionen unter die Lupe genommen hat.

Finanzmedien gelten als wichtigster Kanal für die Verbreitung von kursrelevanten Informationen. Dies ist mitunter von Bedeutung, wenn Unternehmen Verhandlungen über Akquisitionen führen. Mit einer Studie belegen Kenneth R. Ahern und Denis Sosyura von der University of Southern California respektive University of Michigan diese Aussagen mit Zahlen. Sie untersuchten in ihrer Studie „*Who writes the news? Corporate Press releases during merger negotiations*“ die Entwicklung von Aktienkursen bei Fusionen.

Zwischen 2000 und 2008 haben Ahern und Sosyura 507 Transaktionen von U.S. börsenkotierten Unternehmen analysiert. Untersucht wurden die Entwicklungen der Aktienkurse sowie die Inhalte der von den Unternehmen publizierten Medienmitteilungen. Diese wurden quantifiziert, indem die einzelnen Wörter nach Massgabe des Harvard Dictionary in positive Begriffe wie „bemerkenswert“, „zuversichtlich“, „stark“ und negative wie „zweifelhaft“, „unsicher“ oder „schwach“ unterteilt wurden.

Die Studie kommt zu den folgenden Resultaten:

- Bietende Unternehmen kommunizieren kurz nach dem Start der Übernahme­verhandlungen, jedoch noch vor der öffentlichen Ankündigung, deutlich mehr. Diese Strategie generiert einen kurzfristigen Anstieg des Aktienkurses des bietenden Unternehmens während den Verhandlungen, was einen wesentlichen Einfluss auf den Preis des Akquisitionszieles hat.
- Unternehmen, die sich in Verhandlungen über Übernahmen mit fixer Aktienquote befinden, erhöhten die Anzahl Pressemitteilungen um durchschnittlich 10% zwischen dem Beginn der Verhandlungen und der öffentlichen Ankündigung. Grundsätzlich steigt die Zahl der zum Thema erschienen Artikel, gleichzeitig gibt es weniger negativ behaftete Nennungen während den Übernahme­abklärungen.
- Durch aktives Medienmanagement konnten die Übernahme­kosten der 507 Transaktionen um 5-12% reduziert werden.

Quelle: NZZ vom 10.03.2014 und Studie: „Who writes the news? Corporate Press releases during merger negotiations“ von K. Ahern und D. Sosyura, 2014