

Internationale Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten über «Economic Patriotism»

Skeptische Reaktionen auf russische Investoren

Von Urs P. Knapp

Grenzüberschreitende Übernahmeattacken haben in den letzten Wochen nicht nur in der Schweiz für grosse Schlagzeilen gesorgt. Diskussionen über den wirtschaftlichen «Ausverkauf der Heimat» sind in mehreren Ländern aufgeflammt. Wie denken führende Wirtschaftsjournalisten in Europa und Amerika über «Economic Patriotism»? Mit einer Umfrage bei diesen Meinungsmachern suchte das Global Financial Communication Network (GFC) erstmals Antworten, die im Folgenden präsentiert werden.

Mergers&Acquisitions-Aktivitäten dominieren zunehmend die wirtschaftliche Diskussion. Ausländische Investoren interessieren sich für traditionsreiche Schweizer Unternehmen, deren Börsenbewertung nicht den Geschäftsaussichten und den vorhandenen Aktiven entspricht. Leica, Forbo, SIG, Saurer, Oerlikon-Bührle/Unaxis, Ascom, Implenia, Converium – die Liste ist beeindruckend lang. Entsprechend mehren sich besorgte Stimmen, die vor einem Ausverkauf der Schweizer Industrie warnen. Auch in anderen Ländern gewinnt das Thema «Economic Patriotism» in der öffentlichen Diskussion an Bedeutung.

Die öffentliche Meinung ist ein wichtiger Faktor in M&A-Transaktionen. Sie beeinflusst die Reputation des Unternehmens und seiner Produkte/Dienstleistungen

gen und wirkt sich damit auf die Unternehmensbewertung aus. Sie kann Trends verstärken und Haltungen festigen. Entsprechend wichtig ist die Rolle der Meinungsmacher, speziell von Journalisten führender Wirtschaftsmedien.

Im internationalen Trend

Wie denken Wirtschaftsjournalisten aus Europa und Amerika über «Economic Patriotism»? Zu dieser Fragestellung führte das Global Financial Communication Network qualitative Gespräche in zehn verschiedenen Ländern durch. Ein Ergebnis vorweg: Die Wirtschaftsjournalis-

Die Umfrage

Das Global Financial Communication Network (GFC) verbindet führende PR-Agenturen aus fünf Kontinenten, die professionelle Dienstleistungen in der Finanz- und Unternehmenskommunikation bieten. GFC befragte 93 führende Wirtschaftsjournalisten aus zehn Ländern. Diese arbeiten für Wirtschaftsmedien wie Finanz und Wirtschaft, NZZ, Tages-Anzeiger, Cash, Financial Times, The Washington Post, Handelsblatt, Diário Económico, het Financieele Dagblad und andere. Die Umfrage wurde im Februar und März 2007 gemacht. **UK**

ten aus der Schweiz liegen mit ihren Meinungen jeweils im Trend mit der allgemeinen Stimmung – obwohl hier gerade in jüngster Zeit aktuelle Übernahmen heftige Debatten ausgelöst haben.

Im internationalen Quervergleich beurteilt eine grosse Mehrheit der befragten Berichterstatter der Wirtschaft den «wirtschaftlichen Patriotismus» als ein kritisches Thema, das sich in Zukunft noch verschärfen wird. Besonders ausgeprägt ist diese Einschätzung in Italien, Deutschland und Portugal.

In der Umfrage vertritt ein Viertel der befragten Journalisten die Meinung, wirtschaftlicher Patriotismus sei «niemals» gerechtfertigt. Besonders ausgeprägt ist diese Haltung in Belgien, Spanien und den Niederlanden. Kein einziger Journalist vertritt dagegen in der GFC-Umfrage die Meinung, dieser Patriotismus sei «immer» angebracht.

Geografische Nähe

Der Schlüssel für die Akzeptanz von Übernahmen ist die kulturelle und geografische Nähe des Käufers. Journalisten aus den USA haben die grössten Sympathien für Käufer aus Grossbritannien und Australien. Investoren aus (West-)Europa haben bei europäischen Berichterstattern einen Vertrauensbonus: In sieben Ländern führen Investoren aus Grossbritannien die Akzeptanzliste an. Dagegen betrachten Jour-

nalisten in Westeuropa und in den USA die Investoren aus aufstrebenden neuen Märkten mit grosser Skepsis, speziell solche aus Russland. Überdies erhalten Investoren aus verwandten Branchen in der Umfrage eine deutlich positivere Note als Hedge Funds.

Börsen, Grossbanken und Telekommunikation sind die Branchen, in denen nach Einschätzung der befragten Journalisten Übernahmen durch Ausländer am besten akzeptiert sind. Nationale Interessenpolitik wird von den Journalisten am ehesten für den Erhalt von Arbeitsplätzen und bei strategisch wichtigen Branchen unterstützt. In diesem Zusammenhang ist die «nationale Sicherheit» in den USA und in Deutschland von überdurchschnittlich hoher Bedeutung, während sie in Portugal und in den Niederlanden praktisch keine Rolle spielt.

Wer trägt am meisten zum Erfolg grenzüberschreitender Übernahmen bei? Jedenfalls nicht die Wirtschaftsmedien, meinen die Journalisten in der GFC-Umfrage. Klar an die Spitze setzen sie die VR-Präsidenten und Konzernchefs, gefolgt von den lokalen Vermögensverwaltern und den staatlichen Regulatoren. Dagegen billigen die Journalisten weder den Gewerkschaften noch Konsumentenorganisationen in solchen Transaktionen eine einflussreiche Rolle zu.

Urs P. Knapp ist Partner der Farner PR.