

Checkliste: Transaktionsbegleitende M&A-Kommunikation

Zur Vermeidung von Gerüchten, Unsicherheiten und negativer Public Relation sowie Verunsicherung der Mitarbeiter ist Eine perfekte M&A-Transaktionskommunikation wichtig:

■ **Gute Vorbereitung**

- Beizug einer PR-Agentur?
 - Auswahl
 - NDA
 - Konditionenfestlegung
 - Konzeptvorschläge
 - Agenda / Briefing
- Vereinbarung der Kommunikationsstrategie
 - für die Zeit
 - vor der Transaktion
 - während der Transaktion
 - nach der Transaktion
- Prinzipien
 - Vermeidung des Käufer-und-Gekauften-Syndroms bei Betroffenen
 - Berücksichtigung von Eventualitäten
 - Transaktionsgeheimnisverletzungen, sog. Deal Leaks
 - Aktienverkäufe des Kaders während der Verhandlungen über die Börse
 - Verletzung Ad hoc-Publizität
 - Abstandnahme des M&A-Käufers
 - Sonstige ungeplante Informationen
 - Vertrauen als wichtigster Erfolgsfaktor
 - Zeitnahe Information der
 - Mitarbeiter
 - Kunden
 - Lieferanten
 - Geschäftspartner
 - Banken / Kreditgeber
 - Siehe auch «Kommunikations-Inhalt»

■ **Entscheid von Kommunikationsstrategie + Umsetzung**

- Entscheid von VR + Geschäftsleitung, in Absprache mit PR-Agentur
- Einbindung des Kaders (nach Unterzeichnung der Vertraulichkeitserklärung)
- Weiteres individuell

■ Umsetzung der Kommunikationsstrategie

- Kommunikations-Zeitpunkt
 - Wann wird kommuniziert?
 - Nach Phasen, sofern und soweit erforderlich:
 - Etappe 1: [Deal-Vorbereitung](#)
 - Etappe 2: [Kontaktnahme zu Käufern](#)
 - Etappe 3: [Vertraulichkeitserklärung \(Non Disclosure Agreement \(NDA\)\) bzw. Exklusivitätsvereinbarung, Letter of Intent \(LOI\), Due Diligence](#) und Verhandlungen
 - Etappe 4: [Vertragsunterzeichnung \(Signing\)](#)
 - Etappe 5: [Vertragsabschluss \(Closing\)](#)
 - Etappe 6: [Neuausrichtung \(Reorientation\)](#)
 - Grundsatz
 - Es gibt keine Regel zur Frage des passenden Zeitpunkts des Kommunikationsstarts
 - Regulatorien
 - Berücksichtigung allf. Vorgaben der Regulatoren / Akteure / Börsen
 - Korrekte und transparente Kommunikation
 - Keine Anwendung von (Börsen- oder Aufsichts-)Regulatorien
 - Siehe nachfolgend [«Share Deal»](#)
 - Siehe nachfolgend [«Asset Deal»](#)
 - Share Deal (zB mit Verkauf aller Aktien)
 - Keine Informationspflichten des nicht börsenkotierten Unternehmens gegenüber den Mitarbeitern
 - Informations-Obliegenheiten individuell
 - Asset Deal (zB mit Übergang aller Vermögenswerte, Verträge + Mitarbeiter)
 - [Mitarbeiterinformation nach OR 333](#)
 - Weitere Informations-Obliegenheiten und -pflichten individuell

- Kommunikations-Inhalt
 - Was wird kommuniziert?
 - Abstrakte Transaktionsinformation
 - Vertrauensbegründende und -würdige Informationen
 - Gleichbleibendes
 - Operative Änderungen
 - Equity-Story
 - Gründe der Transaktion
 - Fakten- und zahlenbasierte Story-Line,
 - zielgruppenorientierte, verständliche und vertrauensbegründende Infos
 - ev. je nach Zielpublikum getrennte Informationen
 - ev. Presse- / Medienmitteilung
 - u.U. verschiedene Mitteilungen an Tages- und Fachpresse
- Kommunikations-Kanäle
 - An wen wird kommuniziert?
 - Regulatorin unterstehendes Unternehmen
 - Vorgaben des / der Regulatoren und Vertragspartner zu beachten
 - Keine Regulatorien unterstehendes Unternehmen
 - Freigestelltes Zielpublikum
 - ev. Presse- / Medienmitteilung(en)
 - Berücksichtigung weiterer beteiligter Parteien:
 - Mitarbeiter
 - Kunden (Kundenbriefe)
 - Lieferanten
 - Geschäftspartner
 - Banken / Kreditgeber
 - Unternehmensinteressierte
 - User (Newsletter)
 - Allgemeinheit (Publireportagen)
 - usw.

- **Kontrolle / Nachbetreuung**

- Kommunikation
 - Zuständigkeit
 - Prüfpunkte
 - Nachbesserung(en)
 - Postnumerando-Kommunikation
 - Berichterstattung an die GL
- Internes, aktives Engagement
 - Dialog zwischen VR/GL, Management und Mitarbeitern,
 - zum Abbau von Widerständen
 - zur Erhaltung des Engagements der Mitarbeiter, auch im Aussenverhältnis vs. Kunden, Lieferanten, Geschäftspartner usw.
- Nachbesprechung mit PR-Agentur
 - «Manöverkritik»
 - Check, ob vertrauensvoll, (regulatorisch) korrekt und transparent kommuniziert wurde
 - Nachbesserungen / Nachschieben von Transparenz-Informationen
 - usw.
 - Adjustierungen und Strategieanpassung bei der internen Werbeabteilung
 - etc.