

## Der Business Wire Award Kapitalmarktkommunikation



### Gewinner

#### Übernahmeangebot von Mittal für Arcelor

Zu den unbekanntesten Weltmarktführern gehörte bis zum 26. Januar 2006 auch Mittal Steel, der Stahlkonzern des britisch-indischen Magnaten Lakshmi Mittal. Am 27. Januar 2006 gab Mittal ein Übernahmeangebot für den wichtigsten Mitbewerber Arcelor ab, das von diesem als feindlich eingestuft wurde. Es folgte eine beispiellose Kommunikationschlacht, die erst am 25. Juni 2006 mit der Fusion der beiden Stahlkonzerne endete.

Die Mittal-Kommunikation in Deutschland übernahm Hering Schuppener Consulting. Das dreiköpfige Team hatte es mit zum Teil heftigem Widerstand von Arcelor zu tun, Verbalattacken und politische Unterstützung aus Frankreich und Luxemburg inklusive. Das Ziel der Übernahmeschlacht war klar: Mindestens die Hälfte der Arcelor-Aktionäre sollte das Angebot von Mittal Steel annehmen. Gleichzeitig sollten die übrigen Stakeholder, zum Beispiel Arbeitnehmervertreter und Politiker, Sinn und Hintergrund der Transaktion verstehen. Die Strategie, Aufklärung mit Charme zu verbinden, ging auf. Nach Werksbesichtigungen äußerten sich auch Arbeitnehmervertreter sehr positiv über Mittal. Fazit: Die Jury überzeugte, wie die Aufgabe gelöst wurde, PR-Teams in acht Ländern auf eine Linie zu bringen, – so dass die spanische Regionalpresse die gleiche Botschaft erreichte wie die „FAZ“.



### Shortlist



**Projekt:** Der Börsengang von Demag Cranes  
**Agentur:** Hering Schuppener Consulting  
**Aufgabe:** Demag Cranes AG gegenüber Stakeholdern rasch und wirkungsvoll positionieren

**Lösung:** Die Pressekonferenz wurde von praktisch allen wesentlichen Tageszeitungen und Nachrichtenagenturen besucht. Demag Cranes avancierte als potenziell zweitgrößter Börsengang 2006 zum Stimmungsbarometer für IPOs.

### Shortlist



**Projekt:** Akquisition der Schering AG – Bekanntgabe der Angebotsabsicht  
**Unternehmen:** Bayer AG  
**Aufgabe:** Bekanntgabe der

Übernahmeabsicht in komplexer Situation; gleichzeitig die Meinungshoheit gewinnen und eine Woche lang halten

**Lösung:** Individuelle Ansprache der verschiedenen Zielgruppen (deutsche und US-Medien, Landes- und Bundespolitiker), ergänzt durch vorproduzierte Interviews und Statements.

Sponsored by

