

Investor Relations

Bausteine einer erfolgreichen Unternehmenskommunikation

www.exbase.de

Durch eine professionelle Unternehmenskommunikation binden Sie Stakeholder an Ihr Unternehmen und sind in der Lage, auch kritische Situationen souverän zu meistern.

Anhand von Beispielen aus der Praxis besprechen wir folgende Themen:

- Herausforderungen erfolgreicher Finanzkommunikation
- Adressatengerechtes Informationsmanagement
- Professionelle Kommunikation schwieriger Situationen
- Regeln für eine gute Pressearbeit
- Effiziente unternehmensinterne Kommunikation

Ihr Seminarleiter



Dr. Carl Heinz Daube
Managing Partner
CD Unternehmensberatung

Zuvor Geschäftsführer der Bundesrepublik
Deutschland - Finanzagentur GmbH

Inklusive

- + Best-Practice Transfer
- + Praktische Übungen

SEMINARBESCHREIBUNG

«Die Kommunikation ist viel wert. Aber nicht alles ist wert, kommuniziert zu werden.» DR. PHIL. ERNST REINHARDT (*1932)

Eine gute Unternehmenskommunikation ist eine Grundvoraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens. Speziell in Situationen wie Liquiditätsengpässen, Übernahmegerüchten oder neuen Eigentümerstrukturen ist eine professionelle Kommunikation unerlässlich. Im Seminar erfahren Sie, wie Sie Ihr Informationsmanagement optimieren und sich auf schwierige Situationen vorbereiten können. Um Ihnen konkrete Lösungsansätze zu bieten, arbeiten wir intensiv mit Beispielen aus der Praxis.

THEMEN

TAG 1

Einführung in die Thematik

- Was versteht man unter Investor Relations?
- Was zeichnet eine gute Unternehmenskommunikation aus?
- Wer sind die Akteure? Was sind die Mittel? Worin besteht der Mehrwert?

Gesetzliche Offenlegungspflichten in Deutschland

- Publizitätspflicht von Kapital- und Personengesellschaften
- Anforderungen an Form, Inhalt und Fristen
- Erleichterungen für kleine und mittelgroße Gesellschaften

Wie kommuniziere ich mit wem?

- Kommunikation mit Kunden, Geschäftspartnern, Lieferanten, Gesellschaftern, Aufsichtsrat, Geldgebern und Mitarbeitern.
- Informationsbedarf und Erwartungen einzelner Stakeholder
- Wann teile ich welche Informationen mit wem?
- Welche Motive stehen hinter den Abwägungen?
- Wie Stakeholder Informationen auffassen und mit welchen Reaktionen zu rechnen ist
- Fragen der Corporate Social Responsibility

Regeln für eine erfolgreiche Pressearbeit

- Wichtigkeit und Pflege der Public Relations
- Instrumente der Pressearbeit (Zeitung, Fernsehen, Radio, Internet etc.)
- Pressearbeit zur Image- und Meinungsbildung
- Pressearbeit in der Krise (Fallbeispiele)

WER SOLLTE TEILNEHMEN?

Dieses Inhouse-Seminar richtet sich an alle, die direkt oder indirekt für eine erfolgreiche Unternehmenskommunikation verantwortlich sind, insbesondere an Führungskräfte und Spezialisten aus den Bereichen

- Vorstandsstab
- Unternehmenskommunikation
- Vertrieb
- Marketing
- Finanzen
- und Controlling

IHR SEMINARLEITER



Dr. Carl Heinz Daube ist gelernter Bank- und Diplomkaufmann. Er verfügt über 15 Jahre Erfahrung im Senior Management der Finanzindustrie. Bis 2013 war er Geschäftsführer der Bundesrepublik Deutschland - Finanzagentur GmbH und primär verantwortlich für die Bereiche Handel, Strategie und Kommunikation. Während der Zeit war er im interministeriellen Lenkungsausschuss der SoFFin (heute Bundesanstalt für Finanzmarktstabilisierung), hat das Front Office für die European Financial Stability Facility aufgebaut und betrieben und hat den Aufbau des European Stability Mechanism begleitet. Heute berät er Unternehmen zu Fragen der Portfolio- und Risikosteuerung sowie zum Liquiditätsmanagement. Ferner ist er in Gremien von Unternehmen und hat Lehraufträge an der Hamburg School of Business Administration und der International School of Management.

TAG 2

Unternehmenskommunikation in schwierigen Situationen (Praxisbeispiele)

- Vorbereitung auf besondere Situationen
- Zuständigkeiten und Abläufe
- Kommunikation bei...
 - Liquiditätsengpässen
 - Übernahmegerüchten
 - Neuen Eigentümerstrukturen
 - Stellenabbau
- Best-Practice Transfer durch Beispiele aus der Praxis wie bspw. die Kommunikation im aktuellen Fall »Lufthansa / Germanwings«

Vernetzung der Kommunikation im Unternehmen / Konzern

- Aufbau des internen Netzwerkes
- Systematische Bereitstellung und Auswertung von wichtigen Informationen für die Unternehmenskommunikation
- Organisation der Kommunikation zw. den Bereichen Finanzen, Vertrieb und Produktion

Asservatenkammer – welche „Leichen“ liegen mit Keller?

Praktische Übungen zur Verinnerlichung der Seminarinhalte

Je nach Unternehmen können wir hier verschiedene Szenarien durchspielen. Ein Beispiel:

«Es gab Gerüchte zur Werkverlagerung ins Ausland. Am Empfang stehen Medienvertreter mit laufender Kamera. Wie verhalten Sie sich? Was sagen Sie?»

DREI GRÜNDE FÜR IHREN BESUCH

- Sie erhalten einen fundierten Einblick in den Aufbau und die Möglichkeiten einer professionellen Unternehmenskommunikation
- Sie erfahren Lösungsansätze, wie Sie ab morgen Ihre Unternehmenskommunikation weiterentwickeln können
- Sie wissen, wie Sie auch in heiklen Situationen mit Informationen gegenüber der Öffentlichkeit bzw. Ihrer Stakeholder auftreten können

KONTAKT

Sven Wiessner
Inhaber Exbase
Telefon: +49 (0)7531 922 82 33
E-Mail: sven.wiessner@exbase.de