

PUBLIC RELATIONS



Praxis der Finanzkommunikation

Intensivkurs Investor Relations

11. – 12. November 2004 | 1. – 2. Juni 2005

Neue Standards in der Kapitalmarktkommunikation

26. Oktober 2004

Der Geschäftsbericht

29. – 30. September 2004

SEMINARE

F.A.Z.-INSTITUT

FÜR MANAGEMENT-, MARKT- UND MEDIENINFORMATIONEN GMBH

Intensivkurs Investor Relations

Das Handwerkszeug des IR-Managers – von Praktikern für Praktiker

DAS TRAINERTEAM

Die drei Trainer sind Eigentümer und Vorstände der PvF Investor Relations AG.

Curd-Hasso von Flemming

war Leiter Investor Relations der Preussag AG (1992–1998) und der Swisscom AG (1998–2000).

Jörg G. H. Peters

verantwortete von 1995 bis 1998 die Investor Relations des MG Konzerns. Danach bekleidete er diese Position bei der BMW AG und war von 1999–2000 Präsident des Deutscher Investor Relations Kreis e.V.

Dr. Alexander Serfas

war 8 Jahre lang Leiter Investor Relations der Dresdner Bank AG. Von 1997 bis 1999 war er Präsident des DIRK.

DIE PRAXIS-REFERENTEN

Friederike Edelmann

ist Manager Investor Relations bei der SAP AG.

Dr. Lutz Robert Krämer

ist Rechtsanwalt und Partner in der Sozietät Freshfields Bruckhaus Deringer in Frankfurt am Main.

Volker Northhoff

ist Inhaber der Northhoff.Com Public Relations Beratung in Frankfurt am Main.

Karsten Tripp

ist Leiter des Geschäftsbereichs Vermögende Privatkunden bei HSBC Trinkaus & Burkhardt KGaA.

ZIELSETZUNG – IHR NUTZEN

Nach diesem Seminar kennen Sie:

- die Anforderungen, die an IR-Manager gestellt werden,
- die rechtlichen und technischen Grundlagen,
- die Zielgruppen, Kommunikationsinstrumente und notwendigen Inhalte der IR-Arbeit.

Wir beleuchten den kritischen Erfolgsfaktor Investor Relations aus verschiedenen Perspektiven. Das im Seminar vermittelte Praxiswissen befähigt Sie, Ihre Tätigkeit im Investor Relations-Bereich kompetent wahrzunehmen und zu optimieren.

ZIELGRUPPE

Investor Relations-Manager, zukünftige IR-Manager, Mitarbeiter aus den Bereichen Unternehmenskommunikation und Finanzen.

DAS PROGRAMM AM ERSTEN TAG

9.00 Uhr Begrüßung und Einführung

9.15 Uhr

Investor Relations – eine Einführung

Definition Investor Relations / Ziele und Rahmenbedingungen / Status quo und Trends der Branche
Dr. Alexander Serfas

10.00 Uhr

Die Organisation der Investor Relations im Unternehmen

Aufbau- und Ablauforganisation / Personal und Budget / Einsatz von Beratern / Ziele setzen, Erfolge kontrollieren
Dr. Alexander Serfas

10.30 Uhr Kaffeepause

10.45 Uhr

Berufsbild Investor Relations Manager

Fachliche Anforderungen / Soft Skills / Tätigkeitsprofil
Dr. Alexander Serfas

11.30 Uhr

Rechtliche Aspekte der Investor Relations-Arbeit

Die Neuregelung der Ad hoc-Publizität – Auswirkungen auf die Vorbereitung und interne Dokumentation von Ad hoc-Meldungen / Anforderungen an Emissionsstudien nach dem 4. Finanzmarktförderungsgesetz (§ 34 b WpHG) / Aktuelle Fragen zur Prospekthaftung und der möglichen Haftung für sonstige Kapitalmarkt-kommunikation
Dr. Lutz Robert Krämer

12.45 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.00 Uhr

Die Zielgruppen der Investor Relations

Wie Sie die zielgruppengerechte Ansprache sicherstellen / Analysten, Kleinanleger, Investoren, Presse, Schutzgemeinschaften – wer wann wie warum angesprochen werden sollte
Curd-Hasso von Flemming

14.45 Uhr

Von der Pflicht zur Kür: Die Kommunikationsinstrumente

Was der Gesetzgeber vorschreibt / Welche zusätzlichen Instrumente sich lohnen / Die Strategie hinter den Maßnahmen
Curd-Hasso von Flemming

15.30 Uhr Kaffeepause

16.00 Uhr

Investor Relations im Internet

Welche IR-Instrumente lassen sich auf das Internet übertragen? / Nutzungsgewohnheiten verschiedener Zielgruppen / Pflicht und Kür / Chancen und Risiken
Friederike Edelmann

17.00 Uhr

Eigene Themen der Teilnehmer – Ihre spezifischen Fragen und Probleme

Curd-Hasso von Flemming und Dr. Alexander Serfas

18.00 Uhr Ende des ersten Tages

DAS PROGRAMM AM ZWEITEN TAG

9.00 Uhr

Zielgruppe Finanzpresse

Die Medienlandschaft rund ums Geld / Was wollen Sie von der Presse? / Was wollen Finanzjournalisten von Ihnen? / Medienkontakte aufbauen und pflegen
Volker Northhoff

10.00 Uhr

Die Equity Story – Master Copy jeder Kommunikation

Vision und Strategie in drei Sätzen / Was macht mein Unternehmen sexy? / Kennzahlen leicht gemacht – Die richtige Auswahl ist entscheidend / Anhänge sind keine Anhängsel
Jörg G. H. Peters

11.00 Uhr Kaffeepause

11.30 Uhr

Investor Relations in der Unternehmenskrise

Ursachen, Phasen, Lebenszyklus einer Krise / Erfolgsfaktoren der Krisenkommunikation / Relevanz des Vertrauensaufbaus und -erhalts / Auswahl der Kommunikationsinstrumente / Inhalte der Kommunikation und Erwartungsmanagement
Jörg G. H. Peters

12.30 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.00 Uhr

Ad hoc-Publizität in der Praxis

Rechtliche Anforderungen / Wie sage ich es meinem Aktionär? / Checkliste Ad hoc-Meldungen
Dr. Alexander Serfas

15.00 Uhr Kaffeepause

15.30 Uhr

Investor Relations aus der Sicht von Analysten und Investoren

Was erwarten Analysten und Investoren von den Unternehmen? / Wie sollen die Informationen aufbereitet sein?
Karsten Tripp

17.00 Uhr Ende des Seminars

Programmänderungen sind vorbehalten.

TERMINE

11. – 12. November 2004, Offenbach
1. – 2. Juni 2005, Frankfurt am Main

Neue Standards in der Kapitalmarktkommunikation

Professionell kommunizieren in diversifizierten Finanzmärkten

DIE REFERENTEN

Johannes Winkelhage (Moderation)

ist Wirtschaftsredakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und dort auf den Bereich Netzwirtschaft spezialisiert.

Maria Bissinger

ist seit April 2000 Direktorin für Corporate Ratings bei Standard & Poor's in Frankfurt. Zuvor war sie fast zehn Jahre im Bereich Strukturierte Finanzierung der IKB Deutsche Industriebank AG tätig, wo sie als Vice President das US-Portfolio der Bank aufbaute und leitete.

Karl Fickel

ist Partner Portfolio Management & Research bei der Lupus alpha Asset Management GmbH. Seit 1994 im Portfolio Management tätig, war er ab 1996 bei der Investmentgesellschaft INVESCO beschäftigt. Dort war er für den INVESCO Neue Märkte Fonds verantwortlich, für dessen Erfolg er 1999 von der Zeitschrift FINANZEN zum „Fondsmanager des Jahres“ (Kategorie „Deutsche Aktien“) gekürt wurde.

Wolfgang Jensen

ist seit 1998 als Managing Director im Investmentbanking des Bankhauses Sal. Oppenheim tätig. Er ist zuständig für das Kapitalmarkt- und Firmenkundenkreditgeschäft. Zuvor war er als Direktor der Deutsche Morgan Grenfell u.a. mit der Leitung von Transaktionen im Investmentbanking betraut.

Sven Tern

ist seit 1995 Geschäftsführer der CAT Consultants GmbH & Co., einer der etablierten Finanzkommunikations-Agenturen. Nach seiner Tätigkeit als Bundesbankrat war Sven Tern bei der WP-Gesellschaft BDO mit Sonderprüfungen von Banken und dem Aufbau des europäischen Corporate Finance Geschäftsbereichs befaßt.

Norbert Unterharnscheidt

ist seit 1997 Leiter des Konzernbereichs Finanzen bei der Voith AG, Heidenheim. Zuvor war er als Finanzvorstand der Rothenberger AG und der Rothenberger Werkzeuge AG in Frankfurt am Main tätig.

ZIELGRUPPE

Manager mittelständischer Unternehmen aus den Bereichen Investor und Creditor Relations, Corporate Communications, Controlling, Finanz- und Rechnungswesen.

ZIELSETZUNG – IHR NUTZEN

Die Finanzmärkte haben sich in den vergangenen Jahren rasant gewandelt. Nicht nur die konjunkturelle Lage veränderte die Situation für Unternehmen auf Kapitalsuche. Auch der neu geschaffene Gesetzesrahmen, die Vertrauenskrise der Anleger und die neuen Anforderungen der Banken zur Kreditvergabe haben die Rahmenbedingungen für die Kapitalmarktkommunikation entscheidend verändert.

Unser Seminar gibt Aufschluß über aktuelle Schlüsselfragen:

- Welche neuen Finanzierungsmöglichkeiten bieten sich für die Unternehmen in den Kapitalmärkten?
- Welche Erwartungen haben die Marktteilnehmer an die Emittenten heute?
- Wie kann eine professionelle Kommunikation die Kapitalaufnahme begleiten und erfolgreich unterstützen?

Unsere Experten beleuchten die relevanten Aspekte aus der Sicht der Banken, Ratingagenturen, Anleger, Emittenten. Alle, die sich mit Finanzkommunikation beschäftigen, erhalten hochaktuelle und qualifizierte Informationen und Hinweise, wie ihre Arbeit den neuen Rahmenbedingungen optimal Rechnung trägt.

DAS PROGRAMM

9.00 Uhr

Begrüßung und Einführung

Johannes Winkelhage, Frankfurter Allgemeine Zeitung

9.15 Uhr

Das Kapitalangebot auf neuen Wegen

- Deutschland seit 3 Jahren ohne IPO
 - Schwieriger Neustart des IPO-Geschäfts
 - Emissionsalternativen im Aufwind (Bonds, Preferred Pooled Shares, Equity Mezzanine Capital, ABS, Nachrangige Genußscheine, Schuldscheindarlehen, M&A-Transaktionen)
- Wolfgang Jensen, Sal. Oppenheim

10.15 Uhr Kaffeepause

10.45 Uhr

Rating bestimmt die Kapitaleinstandskosten

- Basel II und die Bedeutung des Creditrating
 - Die Einflußfaktoren des Rating
 - Was erwartet die Ratinggesellschaft von der Kommunikation
- Maria Bissinger, Standard & Poor's

11.45 Uhr

Was für Infos erwartet der Anleger?

- Geändertes Markt- und regulatorisches Umfeld erfordert neue Kommunikation
- An die Entwicklung angepasste Equity Story
- Neue Regularien – KonTraG, Corporate Governance, WpÜG
- Infos zur Qualifikation des Managements

Karl Fickel, Lupus alpha

12.45 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.15 Uhr Offenes Gespräch zum Thema

14.30 Uhr

Finanzierungsüberlegungen eines Anleiheemittenten

- Die Finanzierungsalternativen
- Rating und Finanzierung über die Kapitalmärkte
- Der Entscheidungsprozeß des Rating im Unternehmen
- Zeitaufwand
- Kostenvorteile

Norbert Unterharnscheidt, Voith AG

15.30 Uhr Kaffeepause

16.00 Uhr

Professionelle Kommunikation auf sich schnell ändernden Kapitalmärkten

- Veränderungen in der Finanzkommunikation gegenüber 2001
- Integrierte Finanzkommunikation sichert Vorsprung auf dem Kapitalmarkt
- Ratingorientierte Kommunikation – Do's and Don'ts
- Der Geschäftsbericht als Basis der Kommunikation
- Anforderungen an eine Kommunikationsagentur

Sven Tern, CAT Consultants GmbH & Co.

17.00 Uhr Zusammenfassung

ca. 17.15 Uhr

Ende des Seminars

Programmänderungen sind vorbehalten.

TERMINE

26. Oktober 2004, Wiesbaden

Der Geschäftsbericht

Wie aus Zahlen, Daten und Fakten ein wirkungsvolles PR-Instrument wird

DIE REFERENTEN

Dr. Ralf Nöcker (Moderation)

ist Wirtschaftsredakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und dort auf den Bereich Management spezialisiert.

Dr. Christoph Hütten

ist Direktor und Leiter Corporate Financial Reporting der SAP AG und Autor des Buchs „Der Geschäftsbericht als Informationsinstrument“.

Jörg Kordes

ist Leiter der Gruppe Corporate Messages, die in der Unternehmenskommunikation der BASF-Gruppe für die Erstellung der Berichte und das Internet verantwortlich ist. Der Bericht belegte in den letzten Jahren in den einschlägigen Wettbewerben vordere Plätze.

Klaus Kuhn

ist Vorstandssprecher der Agentur für Finanz- und Unternehmenskommunikation Kuhn, Kammann & Kuhn AG in Köln. Er ist Jurymitglied in internationalen Wettbewerben für Geschäftsberichte.

Christophe Naud

ist Vorstand der Sanitätshaus Aktuell AG. Er verantwortet das operative Geschäft und somit die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Internationalisierung.

Michael Tschugg

ist selbständiger PR-Berater. Bis 2003 war er Managing Partner bei ECC Kohtes Klewes und Head of Financial Communication Practice der gesamten Gruppe. Von 1992-97 leitete er die Öffentlichkeitsarbeit der Degussa AG.

ZIELSETZUNG – IHR NUTZEN

Längst haben PR-Experten erkannt, daß der Geschäftsbericht keine lästige Pflicht ist, sondern eine weitreichende Chance zur Imagepflege bei Anlegern, Mitarbeitern, Kunden und nicht zuletzt bei den Medien sein kann.

- Was muß, was sollte und was darf inhaltlicher Bestandteil eines Geschäftsberichts sein?
- Wie kann die generelle Kommunikationsstrategie im Geschäftsbericht umgesetzt werden?
- Für welches Unternehmen ist der Auftritt im Internet sinnvoll?
- Welche gestalterischen Mittel gibt es, um komplexe Daten bildhaft und leicht verständlich darzustellen?

Unser exklusives Angebot für die Seminarteilnehmer: **Ihr Geschäftsbericht wird im Workshop am zweiten Seminartag beurteilt.** Sie erhalten wertvolle Hinweise und Ratschläge.

DAS SEMINAR AM ERSTEN TAG

9.00 Uhr

Begrüßung und Einführung

Dr. Ralf Nöcker, Frankfurter Allgemeine Zeitung

9.15 Uhr

Der Geschäftsbericht: Rechtliche Rahmenbedingungen und kommunikative Anforderungen im internationalen Kontext

- „Geschäftsbericht“ – Klärung einer Begriffsverwirrung
- Ist der Geschäftsbericht Pflichtpublikation oder freiwillige Veranstaltung?
- Zwecke bestimmen den Inhalt
- Ansatzpunkte der Optimierung des Geschäftsberichts
- Der Geschäftsbericht im Licht von Shareholder Value und Globalisierung

Dr. Christoph Hütten, SAP AG

10.30 Uhr Kaffeepause

11.00 Uhr

Fallbeispiel I: Der Geschäftsbericht als Kommunikationsinstrument nicht-börsennotierter AGs – Sanitätshaus Aktuell AG

- Warum berichtet das Unternehmen in Form eines imageträchtigen Geschäftsberichts?
- Welchen Nutzen haben nicht-börsennotierte Unternehmen aus dieser Form der Berichterstattung?
- Wie wurde das Konzept entwickelt?
- Was zeichnet den Bericht aus (Gestaltung, Sprache)?

Christophe Naud, Sanitätshaus Aktuell AG

12.00 Uhr

Missing Link: Sprache als Erfolgsfaktor im Geschäftsbericht

- Am Anfang war... Positionierung und Konzeption
- Sprachliche Fallstricke und wie man sie vermeidet
- Emotion und Vision durch Story Board und Story Telling

Michael Tschugg

13.00 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.15 Uhr Offenes Gespräch und Fragen zum Thema

14.30 Uhr

Der Geschäftsbericht und seine visuelle Umsetzung

- Geschäftsberichte leben von einer inhaltlichen und gestalterischen Leitidee
- Das Zusammenspiel von Text, Bild und Materialien
- Wirkung von Grafiken und Tabellen
- Die Ergänzung von Print- und Online-Version

Klaus Kuhn, Kuhn, Kammann & Kuhn AG

16.00 Uhr Kaffeepause

16.30 Uhr

Fallbeispiel II: Der Geschäftsbericht eines börsennotierten Unternehmens – BASF Aktiengesellschaft

- Vom langweiligen Rückblick zum Flaggschiff der Unternehmenskommunikation
- Der Bericht als Spiegel der Unternehmensrealität
- Der Entstehungsprozeß
- Service für den Leser: übersichtlich und lesefreundlich
- Erfahrungen mit dem Wechsel des Gestaltungskonzeptes
- Aufbereitung des Berichtes für das Internet

Jörg Kordes, BASF Aktiengesellschaft

17.30 Uhr Zusammenfassung

ca. 18.00 Uhr Ende des Seminars

Der erste Seminartag kann separat gebucht werden.

DER WORKSHOP AM ZWEITEN TAG

8.30 Uhr

Besprechung Ihrer eingesandten Geschäftsberichte: Konzeption, Layout, Realisierung, Analyse, Anregungen, Verbesserungspotential

Workshop

unter der Leitung von Klaus Kuhn, Kuhn, Kammann & Kuhn AG

12.30 Uhr Gemeinsames Mittagessen

14.00 Uhr Fortsetzung des Workshops

ca. 16.15 Uhr Ende des Seminars

Programmänderungen sind vorbehalten.

ZIELGRUPPE

Führungskräfte von PR-Abteilungen und Agenturen, Kommunikationsberater, Geschäftsführer von Unternehmen, die zukünftig berichten oder gesetzlich dazu angehalten werden, sowie alle, die an der Erstellung eines Geschäftsberichts beteiligt sind.

TERMINE

29. – 30. September 2004, Wiesbaden

Anmeldung

Fax (0 69) 75 91-27 64

F.A.Z.-INSTITUT

F.A.Z.-Institut
für Management-, Markt- und
Medieninformationen GmbH
Postfach 20 01 63

60605 Frankfurt am Main

Intensivkurs Investor Relations

- Ich nehme teil am
- 11. – 12. November 2004.
 - 1. – 2. Juni 2005.

Neue Standards in der Kapitalmarkt- kommunikation

- Ich nehme teil am
- 26. Oktober 2004.

Der Geschäftsbericht

- Ich nehme teil am
- 29. – 30. September 2004.
 - 29. September 2004.

Weitere Informationen anfordern

- Ich bin Mitglied der DPRG/GPRA und erhalte 10 % Rabatt.
- Ich nehme nicht teil, bitte jedoch um Informationen über zukünftige Termine zu diesem Thema.
- Bitte senden Sie mir Informationen über weitere Seminare zu.
- Ich interessiere mich für ein Inhouse-Seminar.
- Bitte nehmen Sie mich in Ihren E-Mail-Verteiler auf.

Name

Vorname

Funktion

Firma

Postfach/Straße

PLZ/Ort

Telefon

Telefax

Die im Programm
genannten Teilnahme-
bedingungen
werden anerkannt.

Datum

Unterschrift

www.seminare-faz-institut.de

SEMINARDATEN

Teilnahmegebühr

1.295,- € zzgl. MwSt. für „Intensivkurs Investor Relations“.
795,- € zzgl. MwSt. für „Neue Standards in der Kapitalmarktkommunikation“.
1.295,- € zzgl. MwSt. für beide Seminartage „Der Geschäftsbericht“.
795,- € zzgl. MwSt. für den ersten Seminartag „Der Geschäftsbericht“.

Ihre Tagungsunterlagen, die Konferenzgetränke sowie die Mittagessen sind im Preis enthalten.
Bei Buchung bis zehn Wochen vor Veranstaltungstermin gewähren wir Ihnen einen Rabatt von 5 %. Die Zahl der Teilnehmer ist begrenzt.

Stornierung

Eine Stornierung ist bis zu sechs Wochen vor der Veranstaltung kostenfrei. Bei schriftlicher Abmeldung bis 14 Tage vor dem Seminar sind 50 Prozent der Teilnahmegebühr zu zahlen. Danach müssen wir Ihnen leider die Gesamtsumme berechnen. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen.

Veranstaltungsorte

Intensivkurs Investor Relations

11. – 12. November 2004:
ArabellaSheraton am Büsing Palais
Berliner Straße 111
63065 Offenbach am Main
Telefon (0 69) 82 99 9-0
Telefax (0 69) 82 99 9-8 00
Einzelzimmerpreis inkl. Frühstück: 130,- €

1. – 2. Juni 2005:
NH Frankfurt City
Vilbeler Straße 2
60313 Frankfurt am Main
Telefon (0 69) 92 88 59-0
Telefax (0 69) 92 88 59-1 00
Einzelzimmerpreis inkl. Frühstück:
ca. 141,- €

Neue Standards in der Kapitalmarktkommunikation

26. Oktober 2004:
Hotel Oranien
Platter Straße 2
65193 Wiesbaden
Telefon (06 11) 18 82-0
Telefax (06 11) 18 82-2 00
Einzelzimmerpreis inkl. Frühstück: 118,- €

Der Geschäftsbericht

29. – 30. September 2004:
Hotel Oranien
Platter Straße 2
65193 Wiesbaden
Telefon (06 11) 18 82-0
Telefax (06 11) 18 82-2 00
Einzelzimmerpreis inkl. Frühstück:
118,- €

Zimmerreservierung

Zimmerkontingente zu o.g. Vorzugspreisen sind im jeweiligen Tagungshotel bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin unter dem Stichwort „F.A.Z.-Institut: Seminar“ abrufbar. Bitte nehmen Sie Buchung und Abrechnung selbst vor.

DIE INHOUSE-TRAININGS

Sie können diese Trainings – wie auch Veranstaltungen zu anderen Themen – als Inhouse-Schulung maßgeschneidert für sich und Ihre Mitarbeiter durchführen lassen.

Rufen Sie uns an: Telefon (0 69) 75 91-22 43

**F.A.Z.-Institut
für Management-, Markt- und
Medieninformationen GmbH**

Postfach 20 01 63
60605 Frankfurt am Main

Telefon (069) **75 91-22 43 bzw. -28 67**
Telefax (069) **75 91-27 64**
E-Mail seminare@faz-institut.de

www.seminare-faz-institut.de