

# Vorwort der Autoren

---

Liebe Investor Relations-Profis,

Journalisten sind stets auf der Suche nach Neuigkeiten und spannenden Hintergrundinformationen. In immer kürzer werdenden Zeiträumen versuchen sie, ihre Leser bzw. Zuschauer punktgenau und objektiv zu informieren. Es dreht sich zumeist um die Frage nach dem »Warum«. Hierbei sind die Medien auf kompetente Gesprächspartner und Informationen angewiesen, um ein schlüssiges und möglichst unabhängiges Gesamtbild präsentieren zu können. Für den Sprecher eines Unternehmens ist der richtige Umgang mit den Medien daher von entscheidender Bedeutung, um in der Öffentlichkeit ein positives Bild abzugeben.

Das vorliegende Handbuch ist ein prägnanter Ratgeber, um sich auf Termine mit den Medien intensiv vorzubereiten und diese souverän zu meistern. Neben den grundlegenden Aspekten im Umgang mit Journalisten und deren Arbeitsweise werden insbesondere die Besonderheiten einzelner journalistischer Standardsituationen, wie z.B. Interviews oder Statements, Schritt für Schritt aufgezeigt. Dies hilft Ihnen, sich professionell vorzubereiten und einen positiven Eindruck zu hinterlassen.

Das Management wird durch die Medien zunehmend nach sogenannten weichen Faktoren (z.B. Ausstrahlung, Auftreten, Sympathie, Glaubwürdigkeit, Nervosität, Kleidung) beurteilt, die als Anhaltspunkt für die Führungsqualität und damit den weiteren Erfolg des Unternehmens dienen. Eine mangelnde Vorbereitung kann ein lange aufgebautes Image in Sekundenschnelle gefährden, wie eine Vielzahl von Beispielen belegt. Die Autoren bringen daher ihr umfangreiches Know-how aus zahlreichen Medientrainings im Zuge von Kapitalmarkttransaktionen und Kommunikationsprojekten in dieses Buch ein.

Gleichzeitig ist es eine Kunst, kritische Fragen der Medien zu antizipieren. »Was wird man mich wohl fragen?«. Um diese Unsicherheit zu minimieren, besteht der zweite Teil des Handbuchs aus einem ausführlichen Fragenkatalog zu verschiedensten Themengebieten rund um den Kapitalmarkt. Können Sie alle Fragen klar in jeweils 30 Sekunden beantworten? Gelingt es Ihnen, die Antworten mit den wichtigsten Botschaften Ihres Unternehmens zu verbinden? Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Üben!

Herzlichst

Ihre Autoren

# Inhaltsverzeichnis

---

Vorwort	3
<b>1. Hintergrundinformationen zum Umgang mit Medien</b>	
1.1 Vorbereitungsgespräch	12
1.2 Arbeitsweise von Journalisten	13
1.3 Grundsätzliche Regeln im Kontakt mit Medien	14
1.4 Maßnahmen in der Vorbereitung auf Medienkontakte	15
1.5 Zehn Regeln im Umgang mit Medien	16
1.6 Fragetechniken der Medien	17
1.7 Berichtigung eines Presseberichts	19
1.8 Gegendarstellung	20
<b>2. Besonderheiten des Mediums TV</b>	
2.1 Kleidung	22
2.2 Maske	23
2.3 Körpersprache	24
2.4 Atmung und Entspannung	25
2.5 Stimme und Sprache	26
2.6 Nahrung	27
2.7 Technik	28
<b>3. Standardsituationen in der Zusammenarbeit mit Medien</b>	
3.1 Interview	30
3.1.1 Interviewformen	30
3.1.2 Vorbereitung auf Interviews	31
3.1.3 Durchführung von Live-Interviews (TV & Radio)	32
3.1.4 Durchführung von produzierten Interviews (TV, Radio, Print, Online)	34
3.1.5 Nachbereitung von Interviews	35
3.2 Diskussionsrunde	36
3.2.1 Vorbereitung auf Diskussionsrunden	36
3.2.2 Durchführung von Diskussionsrunden	37

# Inhaltsverzeichnis

---

## **3. Standardsituationen in der Zusammenarbeit mit Medien**

3.2.3	Nachbereitung einer Diskussionsrunde	38
3.3	Statement	39
3.3.1	Vorbereitung auf ein Statement	39
3.3.2	Struktur eines Statements	40
3.3.3	Durchführung eines Statements	41
3.3.4	Statement vor der Kamera	42
3.3.5	Nachbereitung eines Statements	43
3.4	Pressekonferenzen	44
3.4.1	Organisatorische Vorbereitung von Pressekonferenzen	44
3.4.2	Inhaltliche Vorbereitung auf Pressekonferenzen	45
3.4.3	Durchführung von Pressekonferenzen	46
3.4.4	Nachbereitung von Pressekonferenzen	47

## **4. Fragenkataloge**

4.1	Equity Story	50
4.2	Strategie	52
4.3	Markt	54
4.4	Wettbewerb	56
4.5	Produkte	58
4.6	Management	60
4.7	Personal	62
4.8	Geschäftsergebnisse	64
4.9	Guidance	66
4.10	Kennzahlen	68
4.11	Unternehmensbewertung	70
4.12	Finanzierung	72
4.13	Börsengang (Initial Public Offering – IPO)	74
4.14	Kapitalerhöhung (Secondary Public Offering)	76
4.15	Reverse IPO	78
4.16	Anleihen	80
4.17	Aktienrückkauf	82

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>4.</b>	<b>Fragenkataloge</b>	
4.18	Übernahmen (Käufersicht)	84
4.19	Übernahmen (Zielobjekt)	86
4.20	Squeeze Out/Delisting	88
4.21	Investor Relations	90
4.22	Persönliche Fragen	92
4.23	Unfaire Fragen	94
4.24	Sonstige Fragen	96

# 1. Hintergrundinformationen

---

## 1.1 Vorbereitungsgespräch

Bevor Sie sich den Fragen der Journalisten stellen, sollten Sie bzw. die zuständige Presseabteilung ein ausführliches Vorbereitungsgespräch führen. Dieses Gespräch dient dazu, sich über folgende Punkte bzw. Details zu informieren und Hintergrundinformationen zu sammeln:

- Wer ist/sind Ihre Gesprächspartner?
- Für welches Medium, für welches Ressort ist der Journalist tätig?
- Wer ist die Zielgruppe des Mediums und wie groß ist diese?
- Welchen Ruf genießt das Medium?
- Sind Sie aufgrund Ihres Know-hows und aufgrund der (rechtlichen) Position innerhalb Ihres Unternehmens der richtige Ansprechpartner für den Journalisten?
- Warum spricht Sie der Journalist an?
- Vor welchem Hintergrund und in welchem Zusammenhang wird die Anfrage an Sie gestellt und publiziert?
- Handelt es sich um eine Aufzeichnung oder Live-Situation (persönlich/telefonisch)?
- Handelt es sich um ein Hintergrundgespräch, eine Interviewanfrage, eine Diskussionsrunde oder ein Statement innerhalb eines Beitrags?
- Wie viel Zeit ist für die Beantwortung der Fragen vorgesehen und in welchem Verhältnis steht dies zur geplanten Sendezeit bzw. Umfang des Zeitungsartikels?
- Wann, wie oft und in welcher Form (z.B. TV, Print) soll der Beitrag erscheinen?
- Wann und wo soll das Interview stattfinden?
- Hat der Journalist/das Medium zuvor schon über Sie/Ihr Unternehmen berichtet?

## 2. Besonderheiten des Mediums TV

---

### 2.1 Kleidung

Sympathie und Vertrauen wird im Medium Fernsehen häufig über das Auftreten (Stimme, Körpersprache, Optik) bestimmt und weniger stark über inhaltliche Kompetenz. Daher kommt der professionellen Vorbereitung auf einen TV-Auftritt besondere Bedeutung zu. Hierzu zählt u.a. auch die richtige Kleidung.

- Empfehlenswert sind Anzüge bzw. Kostüme in Pastellfarben, dunkelblau, oder dunkelgrau in Kombination mit hellblauem oder -grauem Hemd.
- Vermeiden Sie weiße Oberhemden bzw. Blusen, da Hell-Dunkel-Kontraste Farbränder verursachen und weiße Stoffe das Scheinwerferlicht reflektieren können.
- Verzichten Sie auf gepunktete und karierte Kleidung, da diese zu einem Flimmern auf den Bildschirmen führen kann.
- Krawatte ist für Männer in den meisten Fällen ein Muss und sollte farblich auf den Anzug abgestimmt sein, alternativ kann auch eine Fliege getragen werden.
- Frauen sollten sich ebenso dezent kleiden. Zu viel Haut, ein tief ausgeschnittenes Dekolleté oder Miniröcke lenken vom Thema ab.
- Klassisch dunkle, blankgeputzte Schuhe in Kombination mit dunklen Socken sind Pflicht. Vermeiden Sie in jedem Fall weiße Socken.
- Gänzlich verzichten sollten insbesondere Männer auf Goldkettchen, Armbänder, mehr als zwei Ringe und auch auf Ohrringe. Auch Abzeichen sind meist zu klein und können unnötiger Weise vom Thema ablenken.
- Achten Sie auf eine gut geputzte Brille, verzichten Sie ggf. sogar auf Brillen aufgrund möglicher Spiegeleffekte. Nutzen Sie Kontaktlinsen, wenn möglich.
- Ziehen Sie sich eher luftig als zu dick an, da es in Fernsehstudios sehr warm werden kann.
- Grundsätzlich sollte die Kleidung zu Ihnen passen und bequem sitzen, so dass Sie sich wohlfühlen.

## 4.1 Equity Story

---

1. Was macht Ihr Unternehmen und was ist das Besondere an Ihrem Unternehmen?

---

---

2. Wie sehen die wichtigsten Zahlen Ihres Unternehmens aus?

---

---

3. Was unterscheidet Sie von Ihren Wettbewerbern?

---

---

4. Was sind die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens?

---

---

5. Womit verdient Ihr Unternehmen Geld?

---

---