

Krisenherd Anleger – Investor Relations richtig gemacht

Fünf Thesen

Präsentiert von

Dr. Thomas Gauly
Generalbevollmächtigter der ALTANA AG
Leiter Konzernkommunikation & Investor Relations

Berlin, 22. September 2005



These 1

2

Der Begriff „Investor Relations“ ist
ebenso irreführend wie der Begriff
„Media Relations“.



These 2

3

Wer PR und IR strukturell und inhaltlich voneinander trennt, schafft Reibungsverluste im Unternehmen, vergeudet Synergieeffekte und verhindert eine integrierte Kommunikation.

These 3

4

Die Zielgruppen von PR und IR sind nicht mehr klar voneinander zu trennen, sie überschneiden sich.

These 4

5

Der verstärkte Wettbewerb auf den Kapitalmärkten trägt zur Professionalisierung der Kommunikation bei.

These 5

6

Machtstrukturen und Vorurteile verhindern Synergien.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!