

Vorwort

Die Neuauflage des vorliegenden Buches erscheint inmitten einer weltweiten Finanzmarktkrise. Vielerorts wurde das Vertrauen in die Wirtschaft und ihre Führungskräfte zerstört. Der Einfluss der Kommunikation auf den Unternehmenserfolg wird damit deutlicher denn je – im negativen wie im positiven Sinne, um den es in diesem Werk vor allem geht. Wie professionelle Finanzkommunikation unter den Bedingungen der Mediengesellschaft und der Kapitalmärkte umgesetzt werden kann und welche Rahmenbedingungen dabei eine Rolle spielen, wird von namhaften Autoren erläutert – alle mit langjähriger, vielfach internationaler Erfahrung auf dem Gebiet der Finanzkommunikation.

Weiterhin trägt das vorliegende Buch den Charakter eines Grundlagenwerks. Für die zweite Auflage wurde es komplett überarbeitet und die große Breite der Themenfelder mit neuen, praxisnahen Beiträgen ergänzt. Es werden zahlreiche Aspekte berücksichtigt, die über das originäre Arbeitsgebiet der Finanzkommunikation hinausreichen. Neben einer ausführlichen Behandlung von Rechtsfragen, von finanzwirtschaftlichen und kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen wird auch der Aufbau von Vertrauensbeziehungen gegenüber einer bevölkerungsbreiten, kritischen Öffentlichkeit dargestellt. Dies kann unabhängig von einer zeitlichen Betrachtung eine der Konsequenzen aus der Finanzmarktkrise sein. Die aktuelle Diskussion um den Corporate Governance Kodex gibt dafür bereits einen Hinweis und wird ergänzend aufgegriffen. Entscheidungsträgern im Bereich der Investor Relations (IR)¹, Führungskräften in der Wirtschaft, Hochschullehrern, ihren Studenten sowie wirtschaftlich interessierten Kreisen geben wir damit ein Standardwerk der Finanzkommunikation an die Hand. Wir setzen darauf, dass sie es mit Gewinn lesen werden und für ihre Arbeit als nützlich einschätzen.

Klaus Rainer Kirchhoff

Manfred Piwinger

¹ Aus Gründen der Vereinfachung wurde in diesem Werk durchgehend die Abkürzung IR verwandt.