

[Ebook free] Die Praxis der Investor Relations: Effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt

## Die Praxis der Investor Relations: Effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt

Von Hermann Luchterhand Verlag

\*Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrang: #629623 in BcherVerffentlicht am: 2001Einband: Gebundene Ausgabe524 Seiten | File size: 41.Mb

Von Hermann Luchterhand Verlag : Die Praxis der Investor Relations: Effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Die Praxis der Investor Relations: Effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Das

Buch ist ein Standardwerk, das Maßstäbe setzt. Von Ein Kunde Das Buch kommt zu einer Zeit, in der die Kommunikation zwischen Unternehmen und Investoren neue Dimensionen annimmt: Professionelle und strategisch-ganzheitliche Kommunikation wird immer wichtiger. Genau diesen Bedarf erfüllt das Buch. Für alle, die sich mit IR, PR oder Kommunikationsmanagement befassen, setzt das Buch einen Maßstab, an dem sich alle weiteren Bücher messen lassen müssen. Für PR-Praktiker, die sich auch die rechtlichen, betriebswirtschaftlichen etc. Aspekte erarbeiten wollen oder müssen, ist es ein unverzichtbares Handbuch. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Ungeahnte Chancen durch professionelle Investor Relations Von Ein Kunde Die Autoren zeigen praxisnah auf, wie wichtig eine effiziente Kommunikation zwischen Unternehmen und Kapitalmarkt ist. Dieses Buch vermittelt umfassend, welche ungeahnten Chancen durch professionelle Investor Relations in einem Unternehmen genutzt werden können. Petra Nix, Direktoriumsmitglied der Bank Vontobel AG, Zürich 1 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Kommunikation und Wertsteigerung Von Dr. Vazrik Bazil Für krisennotierte Unternehmen nimmt die Bedeutung der Investor Relations zu. Über deren verschiedenen Aspekte ermöglicht dieses Standardwerk einen umfassenden und gründlichen Überblick. Gleichwohl beschränkt sich der Nutzen dieses Buches nicht nur auf die Finanzkommunikation. Vielmehr regt es die Leser an, Investor Relations in den größeren Zusammenhang von Public Relations einzubetten und diese neu zu beleuchten.

Kurzbeschreibung Mit dem Gang an die Börse geraten inzwischen auch mehr und mehr kleine Unternehmen ins Licht der Öffentlichkeit. Dies bedeutet für viele nicht nur eine Umstellung in der Rechnungslegung sondern vor allem auch in der Kommunikation gegenüber dem Kapitalmarkt. Anteilseigner und Interessenten, Wirtschaftspresse und Analysten erwarten eine offene und ehrliche Informationspolitik. Gegenteiliges Verhalten wird mit Aktienverkäufen schnell bestraft. Professionelle Investor Relations schlägt sich also unmittelbar im Kurswert nieder. Nach nur einem Jahr ist eine zweite Auflage des Titels von Kirchhoff und Piwinger nötig. Wesentlich erweitert und bearbeitet präsentiert sich diese Auflage mittlerweile als Standardwerk der Investor Relations. Praxisnah und mit Hilfe verschiedener Fallbeispiele wird gezeigt, wie Investor Relations funktioniert - und zwar vor, während und nach dem Börsengang. Inhalt - Grundlagen: Wie reagieren Unternehmen auf die veränderten Kapitalmarktbedingungen - Bilanzrechtliche Aspekte - Rechtsfragen der Investor Relations - Die Rolle der Abteilung Corporate Finance - Investor Relations als Wertsteigerungsmanagement - Investor Relations aus Sicht von Akteuren und Adressaten - empirische Ergebnisse - Der Weg an die Börse: Die Vorbereitung auf den Börsengang - Venture Capital - Stock Options - Die Rolle der Rating-Agenturen - Der Beauty-Contest - Die Wahl des richtigen IR-Beraters - Die Aktie als Marke - Die Bedeutung des Namens für ein Unternehmen - Die Equity Story - Die Kommunikation des Börsengangs - Investor Relations nach dem Börsengang: Strategische Aspekte der Investor Relations - Die Instrumente der Investor Relations (Geschäftsbericht, Hauptversammlung, Road Show, Ad hoc Mitteilungen, Internet, Pressearbeit), Mergers Acquisitions, Doppellisting - Erwartungen und Vorgehensweise: Wirtschaftspresse - Fernsehen - Analysten - Institutionelle Anleger - Kleinanleger - Internet-Investor Der Verlag über das Buch Das Standardwerk der Investor Relations Die zweite Auflage wurde komplett bearbeitet, aktualisiert und um einige wichtige neue Beiträge erweitert. Dabei haben sich die Autoren vor allem am Praxisnutzen orientiert. Es kommen namhafte Wirtschaftswissenschaftler, Unternehmer, Banker, Anwälte, Journalisten, Kommunikationsfachleute und Berater zu Wort. Ziel des Buches ist es, den am Kapitalmarkt Interessierten einen Überblick zu geben, aus dem sie auf diesem komplexen wie neuen Gebiet Orientierung gewinnen und ihren Mitteleinsatz kontrolliert steuern können. Die Herausgeber sind davon überzeugt, dass die Beziehungspflege zur Financial Community wesentlichen Anteil hat an der Wertsteigerung des Unternehmens. Nirgendwo sonst, als auf den Finanzmärkten, kommt der Kommunikation eine vergleichbare Funktion zu. Was nicht kommuniziert wird, kann sich auch nicht in der Bewertung niederschlagen. Nutzen verspricht das Werk den für Finanzkommunikation verantwortlichen Personen in Unternehmen, Beratungen und Agenturen, ebenso wie den Lehrenden und Studenten von Hoch- und Fachhochschulen, wo es bisher an geeigneter Praxisliteratur fehlt. "Die Praxis der Investor Relations" ist das anerkannte Standardwerk der Finanzkommunikation im deutschsprachigen Raum. Die Kernthemen Rechtlicher und bilanzieller Rahmen - IR als Kommunikationsstrategie - Vorbereitung auf den Börsengang - Investor Relations nach dem Börsengang - Anforderungen der Financial Community und der Medien - Investor Relations im Internet Die Herausgeber Klaus Rainer Kirchhoff ist Rechtsanwalt und Vorstandsvorsitzender eines Beratungsunternehmens für Investor Relations/Finanzkommunikation in Hamburg. Manfred Piwinger war lange Jahre PR-Chef in verschiedenen deutschen Industrieunternehmen und betreibt heute Unternehmen (Image- und Kommunikationsberatung in Wuppertal).