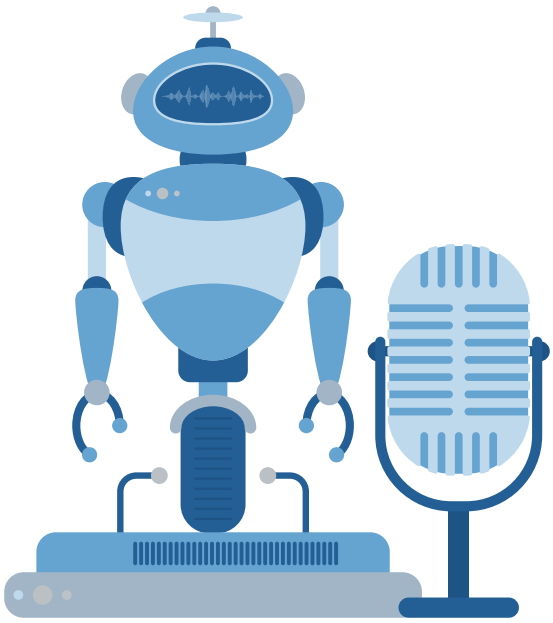
Deutscher
Investor Relations
Verband

Moritz Sauer

Künstliche Intelligenz bei Bilanzpressekonferenzen

Anwendungsfelder für die Finanzkommunikation

DIRK-Forschungsreihe, Band 36



Mehr Wert im Kapitalmarkt

Bearbeitet von:
Moritz Sauer

Hinweis zur Erstveröffentlichung

Der vorliegende Beitrag erschien erstmals im Handbuch Kommunikationsmanagement, Ausgabe KM März 2026, Nr. 3.154, im Wolters Kluwer Verlag. Die Veröffentlichung im Rahmen der DIRK-Forschungsreihe erfolgt mit freundlicher Genehmigung des Verlags.

Impressum
© 2026, DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e.V.
Reuterweg 81, 60323 Frankfurt am Main
Telefon +49 (0) 69. 9590 9490
Telefax +49 (0) 69. 9590 94999
Webseite www.dirk.org

Gestaltung und Satz:
METAFEX, Markranstädt

Alle Rechte, einschließlich der Übersetzung in Fremdsprachen, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie, Mikrofilm, CD, Internet oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

ISBN: 978-3-949851-10-0
1. Auflage November 2026

Disclaimer
Wichtiger Hinweis/Haftungsausschluss:
Diese Veröffentlichung erfolgt ausschließlich zu dem Zweck, bestimmte Themen anzusprechen und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Komplexität und der ständige Wandel der Rechtsmaterie machen es notwendig, die Haftung und Gewähr für den Inhalt dieser Veröffentlichung und ihre Nutzung auszuschließen.

Diese Veröffentlichung stellt keine Rechtsberatung dar.

Sie kann eine ggf. erforderliche konkrete und verbindliche rechtliche Beratung unter Einbeziehung der im Einzelnen bestehenden rechtlichen und tatsächlichen Gegebenheiten auch nicht ersetzen. Weder der DIRK – Deutscher Investor Relations Verband e.V. noch die Autoren übernehmen daher die Verantwortung für Nachteile und/oder Schäden, die auf der Verwendung dieser Veröffentlichung beruhen.

Über den DIRK

Der DIRK – Deutscher Investor Relations Verband ist der größte europäische Fachverband für die Verbindung von Unternehmen und Kapitalmärkten. Wir geben Investor Relations (IR) eine Stimme und repräsentieren rund 90 % des börsengelisteten Kapitals in Deutschland. Als unabhängiger Kompetenzträger optimieren wir den Dialog zwischen Emittenten, Kapitalgebern sowie den relevanten Intermediären und setzen hierfür professionelle QualitätsstandardS.

Unsere Mitglieder erhalten von uns fachliche Unterstützung und praxisnahes Wissen sowie Zugang zu Netzwerken und IR-Professionals aus aller Welt. Zugleich fördern wir den Berufsstand der Investor Relations und bieten umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in enger Zusammenarbeit mit Wissenschaft und Forschung.

Der DIRK im Film

- DIRK im Film - Wir gestalten die Zukunft für Investor Relations
- Die DIRK-Konferenz - DAS Branchentreffen für Investor Relations in Deutschland
- CIRO – Certified Investor Relations Officer - Der Karriere-Boost für Investor Relations

Wir informieren Sie auch auf

DIRK – Deutscher Investor Relations Verband

YouTube DIRK e.V.

Kontakt

DIRK – Deutscher Investor
Relations Verband e.V.
Reuterweg 81, 60323 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69. 9590 9490
F +49 (0) 69. 9590 94999
info@dirk.org | **www.dirk.org**

Über die DIRK-Forschungsreihe

Die DIRK-Forschungsreihe stellt eine erfolgreiche Kooperation zwischen der Wissenschaft und dem DIRK – Deutscher Investor Relations Verband dar. Mittlerweile umfasst sie zahlreiche wissenschaftliche Studien, darunter herausragende Dissertationen und Masterarbeiten zu qualitativen und quantitativen IR-Themen und nimmt einen festen Platz in universitären Lehreinrichtungen ein. Aktuelle Forschungsthemen werden im Rahmen der Reihe veröffentlicht.

Bisher erschienen:

Band 1:	Krisenkommunikation
Band 2:	Corporate Governance Kodex
Band 3:	Behavioural Finance
Band 4:	Die Aktie als Marke
Band 5:	WpHG-Praxis für Investor Relations
Band 6:	Investor Relations-Qualität: Determinanten und Wirkungen
Band 7:	Bondholder Relations
Band 8:	IR-Maßnahmen aus Sicht von Finanzanalysten
Band 9:	Die IR-Arbeit in deutschen Unternehmen
Band 10:	EU-einheitliche Umsetzungspraxis
Band 11:	Investor Relations-Management
Band 12:	Investor Marketing
Band 13:	Changes in Corporate Governance and Corporate Valuation
Band 14:	Communication success factors in Investor Relations
Band 15:	Der Entry Standard–Erfolgsstory oder Abenteuerspielplatz für den Börsennachwuchs?
Band 16:	Die Zusammenarbeit von Juristen & Kommunikation in erfolgskritischen Situationen
Band 17:	Investor Relations und Social Media
Band 18:	Investor Relations-Herausforderungen für mittelständische B2B-Unternehmen
Band 19:	Karrierepfade der Investor Relations
Band 20:	Die neue Rolle des Aufsichtsrates in der Kapitalmarktkommunikation
Band 21:	Workforce diversity and personal policies: Capital market perception and shareholder wealth effects
Band 22:	Innovative Kommunikationstechnologien für Investor Relations-Aktivitäten – Eine umfassende Bestandsaufnahme
Band 23:	Digital Leadership in Investor Relations
Band 24:	Investoren und Aufsichtsrat im Dialog
Band 25:	Nachhaltigkeit in der Kapitalmarktkommunikation
Band 26:	Litigation IR – Kapitalmarktkommunikation in Rechtsstreitigkeiten als strategische Managementaufgabe

Band 27:	Rollen im Berufsfeld der Investor Relations
Band 28:	Influence of the growing ETF industry on active investor relations work
Band 29:	Kapitalmarktkommunikation für die neue „Generation Aktie“
Band 30:	Finfluencer Relations – Anforderungen an Kooperationen zwischen Finfluencern und börsennotierten Unternehmen
Band 31:	Ausrichtung der Investor Relations deutscher Aktiengesellschaften auf die Generation Z
Band 32:	Die Einführung von Mehrstimmrechtsaktien und ihr Einfluss auf die Zahl der Börsengänge
Band 33:	Wer will die virtuelle Hauptversammlung (nicht)? – Einsichten aus dem Abstimmungsverhalten 2025
Band 34:	Die strategische Positionierung der Investor Relations gegenüber dem Unternehmensvorstand
Band 35:	Implementierung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) in Unternehmen – Eine empirische Prüfung theoretisch hergeleiteter Change-Management-Erfolgsfaktoren

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

Künstliche Intelligenz (KI) verändert zunehmend die Arbeitswelt und eröffnet auch für Investor Relations und die Finanzkommunikation neue Möglichkeiten. Von der Analyse großer Datenmengen bis hin zur Erstellung und Aufbereitung von Informationen entstehen neue Anwendungsfelder, die bestehende Prozesse und Arbeitsweisen verändern können. Gleichzeitig stellen sich Fragen nach dem sinnvollen Einsatz dieser Technologien und ihren Auswirkungen auf die Kapitalmarktkommunikation.

Investor Relations und Finanzkommunikation sind eng miteinander verbunden und werden in Wissenschaft und Praxis häufig synonym verwendet oder als Zwillingsfunktionen der Kapitalmarktkommunikation betrachtet. Gleichzeitig gibt es einen fachlichen Diskurs über ihre unterschiedlichen Aufgaben und ihre organisatorische Verortung im Unternehmen.

Die vorliegende Forschungsreihe, Band 36 „**Künstliche Intelligenz bei Bilanzpressekonferenzen - Anwendungsfelder für die Finanzkommunikation**“ greift diese Diskussion auf und folgt einer Unterscheidung, die Investor Relations stärker dem Finanzbereich und die Finanzkommunikation der Unternehmenskommunikation zuordnet. Vor diesem Hintergrund richtet der Autor Moritz Sauer den Blick gezielt auf die Möglichkeiten von KI in der Finanzkommunikation, die in der bisherigen Auseinandersetzung weniger Beachtung gefunden hat als KI in Investor Relations.

Am Beispiel der Bilanzpressekonferenz entwickelt der Autor ein praxisnahes Anwendungsmodell und zeigt anhand von 25 Anwendungsfeldern auf, wie KI einzelne Arbeitsschritte unterstützen kann. Darüber hinaus liefert die Studie Denkanstöße zur zukünftigen Rolle und Weiterentwicklung der Finanzkommunikation im Unternehmen.

Die vorliegende Arbeit leistet hierzu einen interessanten Beitrag und bietet Anregungen für die weitere Auseinandersetzung mit den Chancen und Herausforderungen der KI in der Kapitalmarktkommunikation.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre und interessante Impulse für Ihre tägliche Arbeit.

Thomas Denny
Präsident
DIRK – Deutscher Investor Relations Verband

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung 10

2. Die Bilanzpressekonferenz: Zentrales Instrument der Finanzkommunikation 11
2.1 Kapitalmarktkommunikation, Finanzkommunikation und IR – alles das Gleiche? 11
2.2 Ablauf der Bilanzpressekonferenz 12

3. KI in der Finanzkommunikation 16
3.1 Einblicke in den Status quo 16
3.2 Wie KI bei der Bilanzpressekonferenz unterstützen kann 17
3.2.1 Vorbereitung 19
3.2.2 Durchführung 21
3.2.3 Nachbereitung 22
3.3 Zukunft gestalten: Schritte in Richtung einer KI-gestützten Finanzkommunikation 23

4. Fazit 25

Literaturverzeichnis 26

Über den Autor 27

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Finanzkommunikation und IR im Unternehmensorganigramm in Anlehnung an Hoffmann et al. 2022 11

Abbildung 2 Ablaufmodell der Bilanzpressekonferenz in drei Phasen 13

Abbildung 3 25 Einsatzmöglichkeiten von KI entlang der Ablaufdimensionen einer Bilanzpressekonferenz 18

1. Einleitung

Die Finanzkommunikation kann es sich nicht leisten, das Veränderungspotenzial von Künstlicher Intelligenz (KI) zu ignorieren. Seit der Demokratisierung von KI durch Open AI im November 2022 verdeutlichen zahlreiche Studien, Beiträge in Fachmagazinen und Kongressvorträge das gesteigerte Interesse der Kommunikation an dieser „neuen" Technologie. In der Kapitalmarktkommunikation, die sowohl die Finanzkommunikation als auch die Investor Relations (IR) umfasst, zeigt sich ein Interesse an KI bislang vor allem im Bereich der IR. Dies lässt sich vielleicht durch die höhere Technologieaffinität der Disziplin erklären, dürfte jedoch vor allem darauf zurückzuführen sein, dass die bisherige Auseinandersetzung mit der Kapitalmarktkommunikation die Finanzkommunikation bislang kaum berücksichtigt hat. Daraus ergibt sich eine grundsätzliche Herausforderung:

IR und Finanzkommunikation als Zwillingsfunktionen

Die klare Unterscheidung zwischen der Kapitalmarktkommunikation als Oberbegriff und den ihr unterliegenden Zwillingsfunktionen IR und Finanzkommunikation ist in Wissenschaft und Praxis bislang weder üblich noch einfach. Aufgrund dieser Begriffsverwirrung hat sich in den vergangenen Jahren ein fachlicher Diskurs entwickelt, der versucht, die Begriffe zu differenzieren, indem er die Finanzkommunikation im Aufgabenfeld der Unternehmenskommunikation und die IR als Finanzfunktion verortet.

Dominanz der IR

Diese unterschiedliche Betrachtung fördert allerdings auch ein Ungleichgewicht zwischen beiden Funktionen zutage, das bei der Veröffentlichung der Jahresabschlussbilanz anschaulich wird: Während in der Fachliteratur zu allgemeiner Kapitalmarktkommunikation die Investoren- und Analystenkonferenz der IR in verschiedenen Publikationen aufgegriffen wird, findet sich in denselben Publikationen kaum eine ähnlich gewichtete Berücksichtigung der Bilanzpressekonferenz: der wichtigsten Veranstaltung für die Finanzkommunikation im Fiskaljahr.

Auch im gegenwärtigen Kontext der Digitalisierung existiert eine ähnliche Diskrepanz zwischen den Disziplinen: Es ist kein Novum, dass die IR digitale Technologien in ihrer Arbeit einsetzt. Wie es um den Einsatz von KI konkret in der Finanzkommunikation steht, bleibt bislang aber gänzlich unberücksichtigt.

Zielsetzung des Beitrags

Dieser Artikel soll dazu beitragen, eine Balance in der Auseinandersetzung mit beiden Funktionen herzustellen, indem er die Finanzkommunikation in den Fokus der Betrachtung rückt. Hierzu wird erstmals eine präzise Darstellung des Prozessablaufs einer Bilanzpressekonferenz gegeben und anhand 25 Anwendungsfeldern aufgezeigt, inwiefern KI bei den einzelnen Arbeitsschritten unterstützend eingesetzt werden kann.

2. Die Bilanzpressekonferenz: Zentrales Instrument der Finanzkommunikation

Die Bilanzpressekonferenz folgt in ihrem Ablauf einer festgelegten Choreografie und stellt die zentrale Schnittstelle zwischen den strategischen Zielen, den Hauptaufgaben und der Zielgruppe der Finanzkommunikation dar.

2.1 Kapitalmarktkommunikation, Finanzkommunikation und IR – alles das Gleiche?

Uneinheitliche Begriffsverwendung

Verschiedene Quellen in Praxis und Literatur nutzen die Begriffe Kapitalmarktkommunikation, Finanzkommunikation sowie IR uneinheitlich und häufig synonym. Gleichzeitig werden sie verwendet, um sowohl die jeweiligen Aufgaben als auch die innerhalb des Unternehmens damit befassten Abteilungen zu beschreiben (Hoffmann et al. 2022: 7).

Einordnung der Finanzkommunikation

Diese unscharfe Begriffsverwendung resultiert zum einen aus der noch immer andauernden Institutionalisierung sowie Professionalisierung der Kapitalmarktkommunikation. Zum anderen führt die Betrachtung aus Sicht verschiedener Disziplinen wie der Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftswissenschaft oder Kommunikationswissenschaft zu unterschiedlichen Definitionen und insgesamt zu Begriffsverwirrungen. Umso wichtiger ist es, zu verstehen, wie dieser Beitrag Finanzkommunikation begreift.

- Die **Kapitalmarktkommunikation** bildet den Oberbegriff und steht in einem engeren Sinne für „alle von einem Unternehmen oder in dessen Auftrag durchgeführten Kommunikationsaktivitäten, die der Pflege der Beziehungen zu finanziellen Anspruchsgruppen dieses Unternehmens sowie bedeutender Zwischenzielgruppen dienen“ (Hoffmann et al. 2022: 5).

Die Kapitalmarktkommunikation lässt sich durch ihren Fokus auf Zielgruppen innerhalb der Kapitalmarktarena zu anderen Feldern der Unternehmenskommunikation abgrenzen. Dieses Prinzip ermöglicht auch die Unterscheidung von IR und Finanzkommunikation.

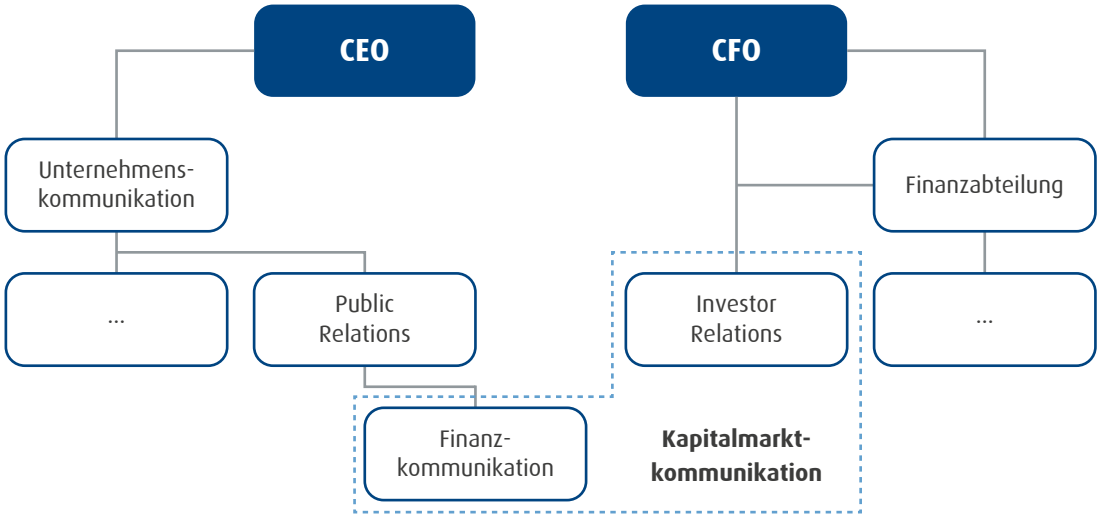


Abbildung 1: Finanzkommunikation und IR im Unternehmensorganigramm in Anlehnung an Hoffmann et al. 2022

- Die Investor Relations fokussiert sich hauptsächlich auf die Etablierung und Pflege von Beziehungen zu Investoren sowie Analysten und operiert als Finanzfunktion.

- Die Finanzkommunikation zeichnet sich dadurch aus, dass sie die Informationsvermittlung und Beziehungspflege mit Intermediären, vornehmlich Finanz- und Wirtschaftsjournalisten, verantwortet. Sie ist in der Unternehmenskommunikation bzw. der Public Relations angeordnet.

Rolle und Bedeutung von Wirtschaftsmedien

Finanzjournalisten sind eine zentrale Informationsquelle für alle Kapitalmarktteilnehmer wie Investoren, Analysten und Finanzinstitute. Über die reine Informationsvermittlung hinaus prägen Wirtschaftsmedien die öffentliche Wahrnehmung und Bewertung von Unternehmen erheblich. Ihre Berichterstattung in den Medien kann speziell für börsengelistete Unternehmen kritisch sein, da diese nicht nur Einfluss auf die Reputation und das Image des Unternehmens nehmen, sondern sich auch auf dessen Aktienkurs auswirken kann.

Aufgaben und Ziele der Finanzkommunikation

Aus diesem Grund ist die Beziehungspflege zur Wirtschaftspresse für Finanzkommunikatoren von zentraler Bedeutung. Um zum Organisationserfolg beizutragen, verfolgt die Finanzkommunikation zunächst das Ziel, eine Verständigung mit den Journalisten herzustellen und darauf aufbauend ihr Wissen, ihre Einstellungen und ihr Handeln im Sinne des Unternehmens gezielt zu beeinflussen (Hoffmann et al. 2022: 6). Damit erfüllt sie eine strategische Funktion, die wie die IR auf die Steigerung des Shareholder-Values ausgerichtet ist.

2.2 Ablauf der Bilanzpressekonferenz

Begriff Bilanzpressekonferenz

Die Bilanzpressekonferenz (BPK), auch als Jahresergebnis- oder Jahrespressekonferenz bezeichnet, ist ein ereignisbezogenes, freiwilliges Live-Format. Finanz- und Wirtschaftsjournalisten haben hier die Gelegenheit, das Management eines Unternehmens zur strategischen Geschäftsausrichtung und zu den vorgelegten Finanzzahlen des vergangenen Fiskaljahres direkt zu befragen. Ausgangspunkt der BPK ist die Veröffentlichung der Ergebnisse zum Jahresabschluss. Äquivalent zu ihr findet – oftmals am gleichen Tag – die Analystenkonferenz der IR statt. Ihre hohe Sichtbarkeit und Stakeholderdichte machen die BPK zu einem zentralen Ereignis für die Finanzkommunikation, um das Unternehmen von seiner betriebswirtschaftlich besten Seite zu präsentieren (Frühbrodt 2020: 21).

Erfolgskriterien

Die Durchdringung der Kernbotschaften in der Medienberichterstattung ist das Haupterfolgskriterium für die Finanzkommunikation im Kontext der BPK. Kernbotschaften stellen zentrale Hauptaussagen dar, die die Entwicklung, Strategie, Werte und das Zukunftspotenzial des Unternehmens prägnant zusammenfassen. Dazu kommen mediale Erfolgsindikatoren wie Medienresonanz und -reichweite, aber auch organisatorische Kennwerte wie die Zufriedenheit des Vorstands und der Journalisten mit dem Veranstaltungsablauf. Die präzise Vorbereitung der Fragerunde, also die Antizipation der Journalistenfragen während der Pressekonferenz, ist für die Erfüllung dieser Erfolgskriterien entscheidend.

Prozessmodell Bilanzpressekonferenz

Abbildung 2 zeigt den Organisationsablauf einer Bilanzpressekonferenz aus Sicht der Finanzkommunikation. Das Prozessmodell gliedert die Veranstaltung übersichtlich in die drei Phasen Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung.

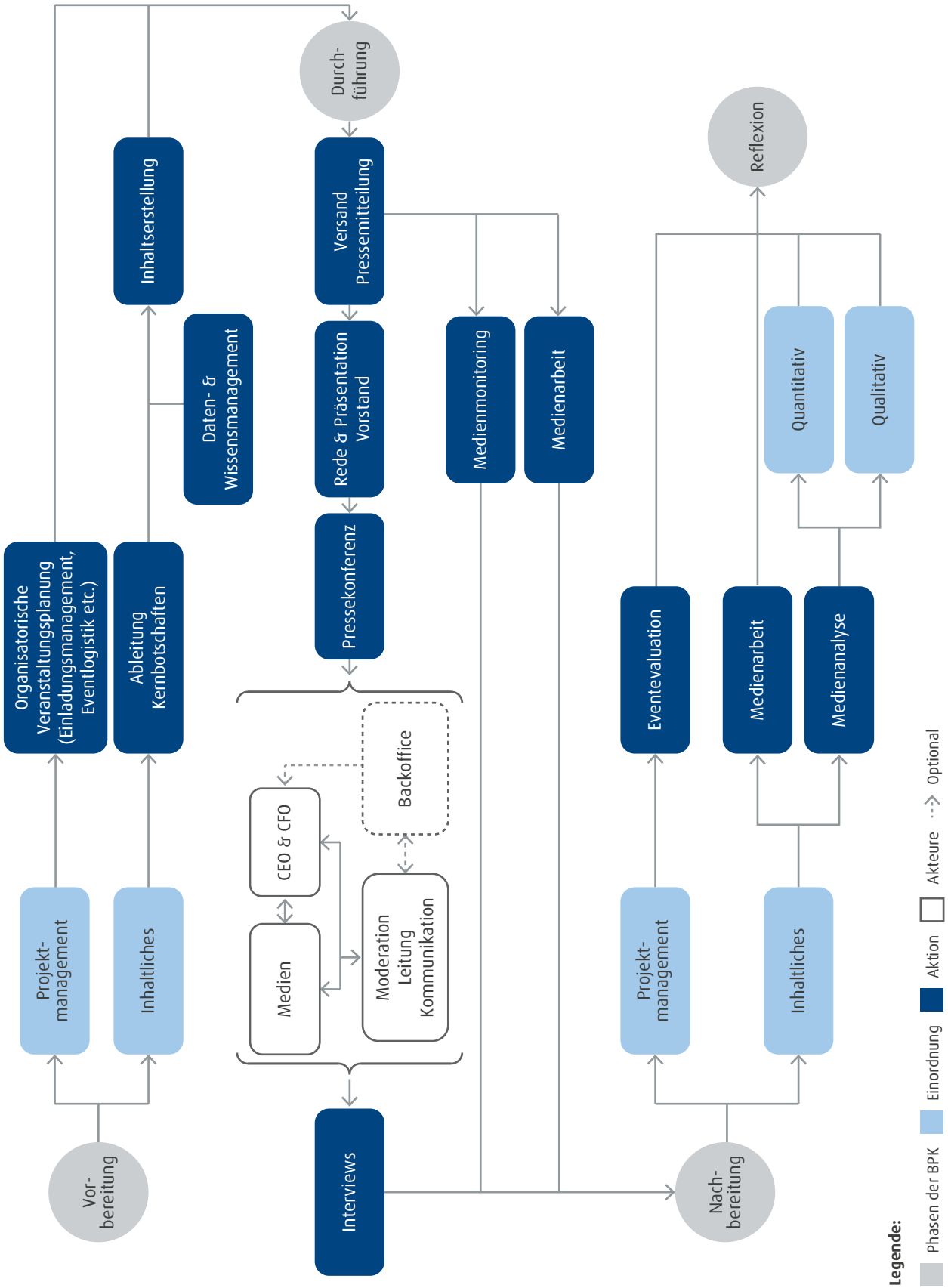


Abbildung 2: Ablaufmodell der Bilanzpressekonferenz in drei Phasen

Vorbereitung der Bilanzpressekonferenz

Das organisatorische Projektmanagement der BPK ist sehr kleinteilig sowie abstimmungsintensiv und beginnt bei vielen Unternehmen bis zu einem halben Jahr vor der eigentlichen Veranstaltung.

Format der Veranstaltung

Abhängig von der erwarteten Teilnehmerzahl, den verfügbaren Ressourcen und den Präferenzen der eingeladenen Journalisten wird entschieden, ob die Veranstaltung physisch, hybrid oder digital stattfindet. Insbesondere digitale Formate haben in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen, auch wenn dieser Effizienzgewinn in Konflikt mit dem Verlust wichtiger persönlicher Interaktionen steht. Hybride Formate bieten zwar eine vielversprechende Alternative, sind aber doppelt ressourcenintensiv.

Inhaltlich bilden die Kernbotschaften die Grundlage für die Erstellung weiterer Kommunikationsinhalte. Während der Vorbereitung der BPK steht die Finanzkommunikation u. a. in enger Abstimmung mit der IR, der Geschäftsführung sowie dem Controlling, um gemeinsam aus den Geschäftszahlen, die das Controlling liefert, zentrale Hauptaussagen abzuleiten. Die Finanzkommunikation und IR kommunizieren diese Botschaften während und nach dem Event gleichlautend (One-Voice) an ihre jeweiligen Zielgruppen.

Weitere Kommunikationsformate

Zu den weiteren Kommunikationsformaten gehören:

- die **Pressemitteilung** – die in ihrer Struktur und Formulierung den Agentur- und Nachrichtenlogiken folgt,
- **Social-Media-Posts** – Destillate der Pressemitteilung mit einem Schwerpunkt auf LinkedIn,
- die **CEO-Rede** – mit Fokus auf die Unternehmensstrategie und Zukunftspotenziale,
- die **Kapitalmarktpräsentation** – für Journalisten reduziert um detailreiche Finanztabellen und um stärkere Narrative ergänzt,
- **Medieninterviews** – im Voraus vorbereitet, entweder nach Anfrage oder durch aktive Platzierung des Unternehmens,
- und **interne Kommunikationsformate**.

Q&A-Dokument

Entscheidend für den Erfolg der eigentlichen Pressekonferenz ist das Q&A-Dokument, das die Finanzkommunikation in Vorbereitung auf die Fragen der Journalisten an den Vorstand erstellt. Darin enthalten sind Antworten auf antizipierte Journalistenfragen, die auf Basis von Zahlen, Analystenstudien, Vorjahresfragen und in detaillierter Abstimmung mit Fachbereichen kuratiert werden. Zusätzlich zur Behandlung aktueller Themen fungiert das Q&A-Dokument auch als historische Wissensdatenbank für die Finanzkommunikation.

Durchführung der Bilanzpressekonferenz

Der Veranstaltungstag beginnt für börsennotierte Unternehmen mit dem Versand einer Adhoc-Mitteilung. Zeitgleich veröffentlicht die Finanzkommunikation eine inhaltlich identische, oftmals ausführlichere Pressemitteilung vor Börsenstart gegen sieben Uhr. In manchen Fällen finden erste Interviews bereits am Morgen statt, bevor dann die BPK mit den Reden und der Präsentation des Vorstands sowie der anschließenden Fragerunde folgt. Letztere wird durch die Kommunikationsleitung moderiert, die zusätzlich durch ein Backoffice unterstützt werden kann. CEO und CFO stehen anschließend für geplante und angefragte Presseinterviews zur Verfügung. Beschäftigte können durch ergänzende interne Kommunikationsformate informiert werden.

Fragerunde als Kernmoment der BPK

Den Kernmoment der BPK bildet die Fragerunde, an der bis zu vier Parteien beteiligt sind. Neben der Moderation durch die Kommunikationsleitung steuert partiell ein Backoffice den Austausch zwischen Vorstand und Medien und liefert, wenn nötig, Antwortbausteine auf eingehende Fragen. Gerade hybride und digitale Formate erlauben bei online eingereichten Fragen, bspw. durch den Chat oder Meldungen, eine Vorsortierung und thematische Bündelung sowie eine Priorisierung von Medien.

Sortierung und Priorisierung der Fragen

Die Faktoren bei der Sortierung und Priorisierung beteiligter Medien reichen dabei von Relevanz über Reichweite des Mediums bis hin zu einer tendenziell wohlwollenden Berichterstattung über das Unternehmen.

Medienmonitoring

Inwieweit sich die Antworten der Geschäftsführung im Sinne des Unternehmens in den Presseartikeln wiederfinden und inwiefern eine Steuerung der Berichterstattung durch die Kernbotschaften erfolgreich war, prüft die Finanzkommunikation durch ein fortlaufendes Medienmonitoring über den gesamten Tag hinweg. Bei fehlerhaften Darstellungen oder stark negativen Berichten kann so umgehend eine proaktive Kontaktaufnahme mit den Redaktionen erfolgen.

Nachbereitung der Bilanzpressekonferenz

Die beteiligten Teams bewerten Prozesseffizienz, Ressourceneinsatz und Formatwahl und leiten daraus konkrete Verbesserungen für die Organisation der nächsten Bilanzpressekonferenz ab.

Inhaltlich steht die Frage im Vordergrund, inwieweit die Kernbotschaften erfolgreich in der Presse platziert werden konnten. Hierfür wird in den Tagen nach der BPK die Medienberichterstattung ausführlich analysiert. Anhand dieser Analyse ergeben sich zusätzliche Maßnahmen der proaktiven Kontaktaufnahme. Dazu gehören bspw. das Kontaktieren weiterer Schlüsselmedien oder das Nachliefern von Informationen und Bildmaterial. So können Missverständnisse frühzeitig korrigiert und eine weitere Berichterstattung gesichert werden. Qualitativ stellen neben der Durchdringung der Kernbotschaften auch die Tonalität sowie quantitativ Reichweite, Engagement, Media Value und Share of Voice wichtige Indikatoren dar, um den kommunikativen Erfolg und die Position des Unternehmens im Vergleich zu seinen Wettbewerbern zu bestimmen.

Zentrale Erkenntnisse

Zusammengefasst, lassen sich die zentralen Erkenntnisse über die BPK wie folgt formulieren:

- **Strategische Schlüsselrolle:** Die BPK ist ein hochverdichtetes Kommunikationsereignis, bei dem die Finanzkommunikation als Übersetzerin zwischen Controlling, Management und Finanzöffentlichkeit fungiert und die öffentliche Darstellung der strategischen Geschäftsausrichtung im Sinne des Unternehmens zu steuern versucht.

- **Erfolgsfaktor Vorbereitung:** Eine frühzeitige, präzise Vorbereitung mit klar definierten Kernbotschaften, abgestimmten Kommunikationsmaterialien und einem belastbaren Q&A-Dokument ist entscheidend für eine konsistente Präsentation des Unternehmens in der Presse und vor der Finanzöffentlichkeit.

- **Kontinuierliche Wirkungskontrolle:** Eine genaue Medienanalyse während und nach der BPK ermöglicht die Bewertung der Botschaftsdurchdringung und Tonalität. Eine proaktive Kontaktaufnahme stärkt Beziehungen zu Schlüsselmedien und fördert langfristige Reputationseffekte.

3. KI in der Finanzkommunikation

Begriff Künstliche Intelligenz

Seit der Prägung des Begriffs Künstliche Intelligenz durch John McCarthy in den 1950er Jahren existiert bis heute kein einheitliches Verständnis, was genau eine KI auszeichnet. Übergeordnet existieren zwei Perspektiven: Ein anthropozentrischer Ansatz, der KI als Nachahmung menschlicher Intelligenz betrachtet (Sheikh et al. 2023), und ein mathematisch-technischer Ansatz, der KI als Fähigkeit beschreibt, intelligente Entscheidungen auf Basis von Daten zu treffen (Poole & Mackworth 2023).

Diese beiden Perspektiven verknüpfend, versteht dieser Beitrag KI allgemein als die Fähigkeit von Maschinen und Softwareanwendungen, Aufgaben, die typischerweise menschliches Denken und Handeln erfordern, autonom oder halbautonom durch die Analyse großer Datenmengen auszuführen.

Diese vielversprechende Fähigkeit von KI, selbstständig Aufgaben zu übernehmen, gilt es für die Finanzkommunikation effektiv zu nutzen, indem sie mögliche Einsatzfelder dieser Technologie für sich identifiziert.

3.1 Einblicke in den Status quo

Der Aufgabenkatalog, den KI bearbeiten kann, wird durch die rasante Weiterentwicklung der Technologie beinahe täglich länger. Wenig überraschend fühlen sich viele Kommunikatoren von der schieren Tool-Vielfalt überfordert. Erschwerend kommt hinzu, dass bislang kaum maßgeschneiderte Tools für die Kommunikation existieren.

Kaum systematischer Einsatz von KI

Wenig verwunderlich ist es daher, dass der Einsatz von KI in den Kommunikationsabteilungen unterschiedlich ausgeprägt ist. An vielen Stellen wird KI bislang lediglich experimentell eingesetzt und es mangelt an einer Systematisierung von KI-Prozessen. In diesem Kontext wurde – in Anlehnung an das Marketing, das bereits frühzeitig unter dem Stichwort MarTech begonnen hat, digitale Technologien zu integrieren und systematisch zu erfassen – in der Unternehmenskommunikation die Debatte um CommTech (Communication Technology) weiter angefacht. Das Ziel von CommTech ist das Schaffen einer Struktur für die strategische Integration digitaler Technologien wie KI in Kommunikationsprozesse (Brockhaus et al. 2023).

Hürden technologischer Entwicklungen

Auch die Kapitalmarktkommunikation ist interessiert an den Möglichkeiten technologischer Entwicklungen, tritt dabei jedoch meist technologiekonservativer auf, was auf mehrere Gründe zurückzuführen ist:

1. Die **Struktur ihrer Zielgruppe**, die zwar aus wenigen, dafür aber bedeutsamen Akteuren besteht, lässt die Finanzkommunikation und IR oft in direktem und unmittelbarem und damit persönlichem Austausch mit ihren jeweiligen Stakeholdern stehen.

2. Aufgrund von **Publikations- und Verschwiegenheitsvorgaben** ist die Kapitalmarktkommunikation im Einsatz neuer digitaler Technologien deutlich weniger experimentierfreudig als z. B. das Marketing.

3. Die **Größe und das Budget der Abteilung** entscheiden über den Spielraum zum Ausprobieren neuer Tools und Technologien – beide sind weder in der Finanzkommunikation noch in IR überproportional ausgeprägt (Hoffmann 2022: 341).

Einsatz von KI in der Kapitalmarktkommunikation

Auch wenn die Kapitalmarktkommunikation aufgrund dieser Hürden selten die Speerspitze technologischen Fortschritts bildet, zeigen korrespondierende Generationsbezeichnungen wie IR 1.0, IR 2.0 oder IR 3.0 ihre grundsätzliche Bereitschaft gegenüber Veränderung im Kontext der Digitalisierung. So sind auch KI-Modelle in den letzten Jahren von einer eher unterschwelligen Rolle zu einer deutlich sichtbaren Unterstützung im Arbeitsalltag von IR-Verantwortlichen avanciert (Ernst & Young 2024).

Einsatz von KI in der Finanzkommunikation

Der Einsatz von KI in der Finanzkommunikation ist bislang gar nicht oder nur in Ansätzen erkennbar. Die Spanne reicht von bewusst manuellen Arbeitsweisen ohne jegliche KI-Unterstützung bis hin zu einer selektiven Nutzung für Aufgaben wie Textfeinschliff oder Übersetzungen.

Eine zentrale Herausforderung ergibt sich dabei aus der ambigen Stellung der Finanzkommunikation: organisatorisch der Unternehmenskommunikation zugeordnet, arbeitet sie funktional eng mit IR in der Kapitalmarktkommunikation zusammen. Dieses „Sitzen zwischen den Stühlen“ führt dazu, dass einerseits KI-Spezialisten in der Unternehmenskommunikation die Finanzkommunikation bislang kaum berücksichtigen, während andererseits Beratungen für Finanzkommunikation noch keine spezifischen Angebote zur Integration von KI entwickelt haben.

Auch wenn KI in der Finanzkommunikation bislang nur eine untergeordnete Rolle spielt, besitzt sie ein erhebliches strategisches Potenzial. Sobald zentrale Hürden wie Datensicherheit und Kompetenzaufbau überwunden sind, dürfte ihre Relevanz deutlich zunehmen.

3.2 Wie KI bei der Bilanzpressekonferenz unterstützen kann

Strategisches Potenzial von KI

Wie das strategische Potenzial von KI für Finanzkommunikatoren perspektivisch aussehen kann, lässt sich anhand der BPK, dem Kerninstrument ihrer Arbeit, illustrieren. Abbildung 3 zeigt insgesamt 25 solcher möglichen Anwendungsfelder. Der Modellaufbau knüpft direkt an die Prozessphasen und zentralen Elemente einer BPK an, wie sie in Abbildung 2 vorgestellt wurden. Folglich bilden die Prozessphasen die drei Dimensionen des Modells und die zugehörigen zentralen Elemente die Oberkategorien, unter denen dann jeweils entsprechende Anwendungsfelder gezählt werden.

Finanzkommunikatoren können Abbildung 3 als Schablone und Ideengeber für ihre BPK sowie ihre weitere Arbeitspraxis nutzen, um KI-Potenziale entlang der eigenen Arbeitsprozesse zu erkennen, bestehende Abläufe zu optimieren und gezielt Anwendungsfelder für eine schrittweise KI-Implementierung zu identifizieren. Voraussetzung für alle Anwendungsfelder stellt selbstverständlich die Einhaltung unternehmensspezifisch geregelter Datensicherheitsvorkehrungen dar.

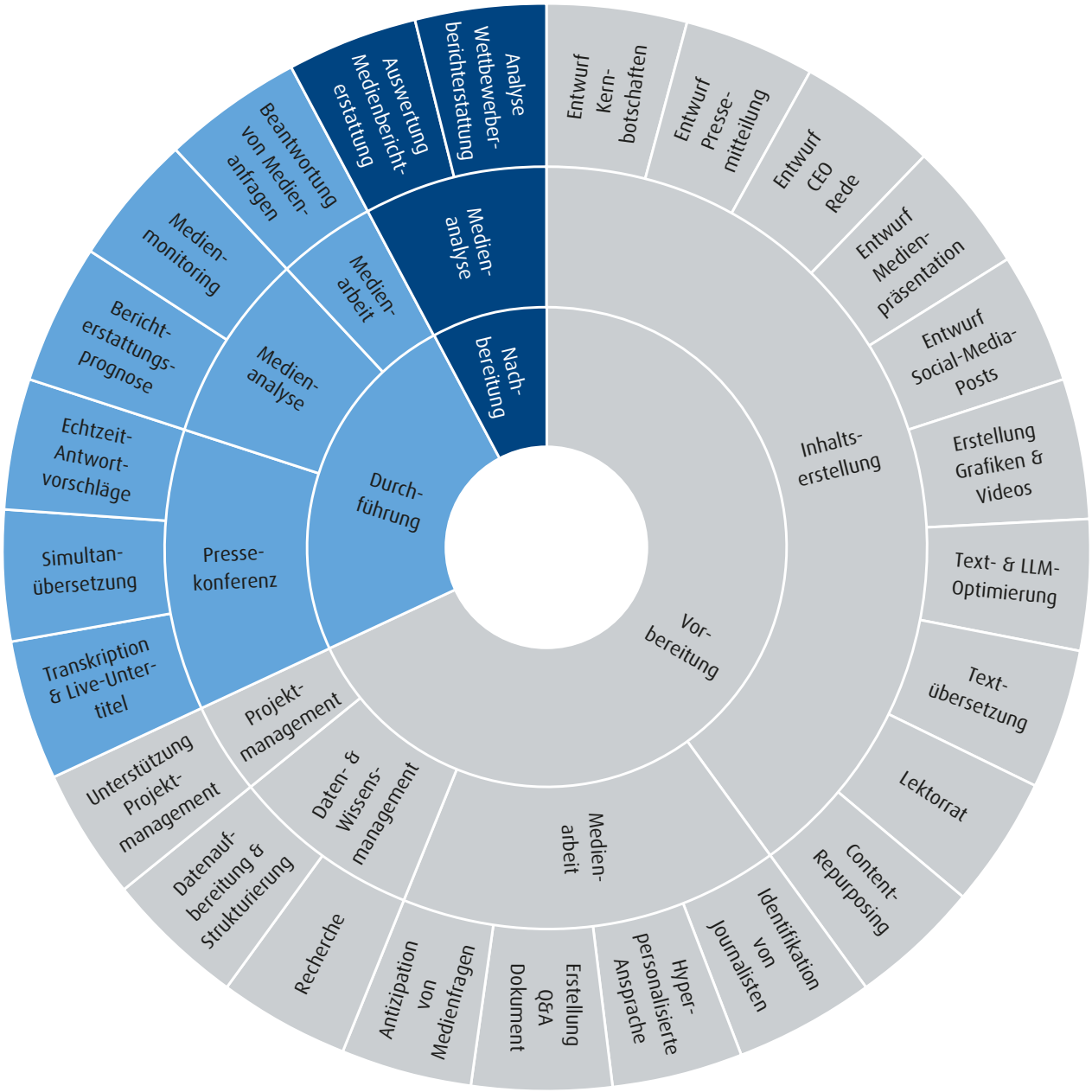


Abbildung 3: 25 Einsatzmöglichkeiten von KI entlang der Ablaufdimensionen einer Bilanzpressekonferenz

3.2.1 Vorbereitung

Während der Vorbereitungsphase einer BPK kann KI sowohl operativ bei der Bearbeitung repetitiver Aufgaben wie dem Erstellen der Kommunikationsinhalte als auch im Projektmanagement unterstützen. Gleichzeitig liefert sie wertvolle datenbasierte Impulse für die gezielte Steuerung der Kommunikationsmaßnahmen.

KI-gestützte Inhaltserstellung:

Entwurf Kernbotschaften:

- KI erstellt auf Basis der vorliegenden Geschäftszahlen und Analysen erste Entwürfe zentraler Kernbotschaften.
- Daten werden manuell bereitgestellt oder automatisch über ein internes, geschütztes Datenmanagementsystem (Retrieval-Augmented Generation) abgerufen.
- Verarbeitung erfolgt in einem abgeschirmten Closed-Room-Setup, das unternehmensintern nur autorisierten Personen Zugriff auf Daten und Ergebnisse gewährt.

Entwurf Pressemitteilung:

- KI erstellt einen ersten Pressemitteilungsentwurf auf Grundlage von Geschäftszahlen, definierten Kernbotschaften und früheren Pressemitteilungen.
- Struktur und Sprachlogik unternehmensspezifischer Finanzmeldungen werden automatisch berücksichtigt.
- Geliefert wird ein belastbares Textgerüst, das redaktionell um Tonalität, Zitate und Schwerpunktsetzungen ergänzt wird.

Entwurf CEO-Rede:

- KI erstellt einen Redeentwurf auf Basis von Kernbotschaften, Geschäftszahlen und bestehenden Redetexten.
- Inhalte werden an die persönliche Ausdrucksweise der Geschäftsführung angepasst.

Entwurf Medienpräsentation:

- KI erstellt auf Basis von Vorjahrespräsentationen, aktuellen Kennzahlen und Kernbotschaften Entwürfe für Storyline, Folienstruktur und Visualisierungen.
- Die Finanzkommunikation prüft und überarbeitet Inhalte redaktionell im Hinblick auf Relevanz und Verständlichkeit für Finanz- und Wirtschaftsjournalisten.

Entwurf Social-Media-Posts:

- KI erstellt einen Beitragsentwurf für Social-Media auf Basis der Pressemitteilung und definierter Kernbotschaften.
- Es erfolgt eine automatische Anpassung von Stil, Länge und Tonalität an Plattformen und Zielprofile (z. B. CEO- und Unternehmensprofil auf LinkedIn).

Erstellung von Grafiken & Videos:

- KI wandelt Finanzzahlen und andere Unternehmensinformationen in visuelle Formate wie Infografiken, Diagramme oder kurze Videoausschnitte um.

Text- & LLM-Optimierung:

- KI prüft, wie algorithmische Nachrichtensysteme auf Presseseite bestimmte Formulierungen interpretieren und erkennt potenzielle Missverständnisse oder negativ wirkende Begriffe.

Textübersetzung:

- KI übersetzt Textdokumente wie Pressemitteilungen und Reden schnell, konsistent und unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Terminologie präzise in andere Sprachen.

Lektorat:

- Texte werden auf Grammatik, Rechtschreibung und einheitliche Unternehmensterminologie geprüft.
- KI erkennt Unstimmigkeiten in Zahlen, Zitaten oder Quellen und ermöglicht automatisierte Faktenchecks sowie Vergleiche verschiedener Dokumentversionen.

Content-Repurposing:

- KI wandelt bestehende Inhalte (z. B. Transkript einer Pressekonferenz) in neue Formate wie Social-Media-Posts, FAQs oder interne Newsletter um.
- Dabei werden Tonalität und Zielgruppenanforderungen der jeweiligen Kanäle berücksichtigt.

KI-gestützte Medienarbeit

Identifikation von Journalisten:

- KI analysiert die Medienlandschaft und Kommunikationsnetzwerke, um relevante Journalisten und weitere interessante Medienintermediäre zu identifizieren.
- Individuelle Interessensgebiete, Reichweite, Leserschaft und historische Berichterstattung für einzelne Medienakteure werden erfasst.

Hyperpersonalisierte Ansprache:

- KI passt auf Basis vorangegangener Analysen Interviewanfragen oder Themenpitches für Journalisten individuell an.

Erstellung Q&A-Dokument:

- KI aggregiert relevante Themen aus unternehmensinternen Fachabteilungen, vergangener Berichterstattung und aktuellen Geschäftszahlen, um wahrscheinliche Fragen für die Pressekonferenz zu identifizieren und zu priorisieren.
- KI formuliert Antwortvorschläge in mediengerechter Sprache, um zitierfähige Aussagen und konsistente Kernbotschaften sicherzustellen.

Antizipation von Medienfragen:

- KI antizipiert realistische Fragesituationen auf Basis bisheriger Medienberichterstattung, Branchensituation und aktueller Unternehmensentwicklung.
- KI ermöglicht Einschätzung der Fragensituation sowie interaktive Trainingseinheiten für Management, bspw. durch KI-Avatare, die journalistische Gesprächsführung nachbilden und Rückmeldung zu Argumentationslogik und Tonalität geben, um Gesprächssituation zu üben und Antworten zu verfeinern.

KI-gestütztes Daten- und Wissensmanagement

Recherche:

- KI durchsucht interne Systeme, Datenbanken und Dokumentenarchive (z. B. frühere Pressemitteilungen, Vorstandsreden, Finanzberichte).

- Auf Abfrage werden relevante Informationen, Zahlen und Textpassagen sowie verwandte Themen zur Erstellung aktueller Kommunikationsinhalte geliefert.

- Daten aus unterschiedlichen Abteilungen (z. B. z. B. Controlling, IR, Strategie) werden zu einem thematisch geordneten Überblick verknüpft.

Datenaufbereitung und Strukturierung:

- KI analysiert Informationen, erkennt Zusammenhänge und erstellt strukturierte Übersichten.

- Dokumente und Inhalte werden nach Themen, Relevanz und Aktualität geordnet, um schnelle Weiterverarbeitung zu ermöglichen.

- KI bereitet das gesammelte Wissen kontextbezogen für verschiedene Kommunikationsformate (z. B. Pressemitteilung, Rede, Präsentation) auf.

KI-gestütztes Projektmanagement

Unterstützung Projektmanagement:

- KI erstellt auf Basis definierter Meilensteine und Zuständigkeiten To-do-Listen, Zeitpläne und automatische Erinnerungen.

- Termine und Abstimmungen werden transkribiert, To-dos werden erfasst und automatisch aktualisiert und Status-Updates über Teams und Abteilungen hinweg synchronisiert.

3.2.2 Durchführung

Verbesserte Inhalte

Während der Durchführung einer BPK eignet sich KI, um die allgemeine Verständlichkeit der kommunizierten Inhalte zu verbessern und die Geschäftsführung bei der Beantwortung von Fragen zu unterstützen.

Detaillierte Echtzeit-Analysen

Finanzkommunikatoren profitieren zudem von detaillierten Echtzeit-Analysen, deren Ergebnisse für die gezielte Beeinflussung der Medienberichterstattung entscheidend sein können.

KI-gestützte Pressekonferenz

Transkription & Live-Untertitel:

- KI wandelt gesprochene Inhalte während der BPK automatisiert in Text um und erstellt in Echtzeit Untertitel für Livestreams.

- Barrierefreiheit und Nachvollziehbarkeit, bspw. für hörbeeinträchtigte Mitarbeiter oder internationale Zuschauer, wird erhöht.

- KI ermöglicht eine sofortige Nutzung der Transkripte für Pressemitteilungen, Nachberichte oder interne Kommunikation.

Simultanübersetzung:

- KI übersetzt Redebeiträge, Fragen und Antworten während der BPK in Echtzeit in mehrere Sprachen und gibt sie wahlweise als Text- oder Audiospur aus.

- KI bildet Tonlage, Sprechtempo und Lippenbewegungen des Originals synthetisch nach (KI-Dubbing), um die Authentizität des Sprechers nach außen wie innen zu sichern.

- KI ermöglicht internationalen Medien eine simultane Teilnahme ohne separate Dolmetschdienste.

Echtzeit-Antwortvorschläge:

- KI transkribiert eingehende Journalistenfragen in Echtzeit und durchsucht parallel hinterlegte Q&A- sowie weitere relevante Dokumente.

- KI generiert mediengerechte Antwortvorschläge auf Basis hinterlegter Dokumente, die dem Vorstand oder der Kommunikationsleitung – ggf. nach Freigabe durch das Backoffice – diskret angezeigt werden (z. B. via Teleprompter oder Monitor), ohne die Spontaneität der Live-Situation einzuschränken.

KI-gestützte Medienanalyse

Berichterstattungsprognose:

- KI analysiert historische Medienberichterstattung samt Indikatoren wie Reichweite und Emotionalität zu ähnlichen und bereits in der Vergangenheit kommunizierten Themen des eigenen Unternehmens oder innerhalb der Branche.

- Liefert auf dieser Basis eine Prognose (Predictive Communication), wie Medien voraussichtlich über die bevorstehenden Themen dieser BPK berichten werden.

Medienmonitoring:

- KI verfolgt in Echtzeit die Resonanz von Pressemitteilung und Live-Kommunikation auf Nachrichtenagenturen, Onlineportalen und Social Media.

- KI erkennt frühzeitig, welche Kernbotschaften, Themen oder Zitate besonders stark aufgegriffen werden und wo potenzielle Fehlinterpretationen oder Kritik entstehen.

- KI ermöglicht der Finanzkommunikation, in Echtzeit gegenzusteuern, etwa durch Klarstellungen, zusätzliche Statements oder Hintergrundgespräche, um die Wahrnehmung am Kapitalmarkt aktiv zu steuern.

KI-gestützte Medienarbeit

Beantwortung von Medienanfragen

- KI erstellt automatisiert oder durch gezielte Prompts Antwortvorschläge auf Journalistenanfragen basierend auf hinterlegten BPK-Dokumenten.

- Chatbots auf der Unternehmenswebsite ermöglichen Journalisten schnellen Zugriff auf geprüfte Inhalte der BPK (Kennzahlen, Zitate, Erläuterungen etc.).

3.2.3 Nachbereitung

Unterstützung bei der Medienanalyse

Nach der BPK eignet sich KI insbesondere für eine ausführliche Medienanalyse, inwieweit die formulierten Kernbotschaften von der Presse aufgegriffen und die gesetzten Kommunikationsziele erreicht wurden. Ihre Fähigkeit, eine Vielzahl an Daten zu verarbeiten und in Verbindung setzen zu können, erlaubt nicht nur die Bewertung der eigenen Unternehmensberichterstattung, sondern auch einen Vergleich mit und eine Positionierung in der branchenweiten Berichterstattung.

KI-gestützte Medienanalyse

Auswertung Medienberichterstattung

- KI analysiert die Medienberichterstattung nach der BPK, erfasst relevante Kennzahlen und bewertet die Zielerreichung.

- KI erkennt, welche Kernbotschaften übernommen, verfälscht oder ausgelassen wurden und unterscheidet zwischen positiver, neutraler und kritischer Berichterstattung.

- KI identifiziert Medien, die relevant, aber unberücksichtigt geblieben sind und empfiehlt gezielte Nachfassaktionen zur Korrektur oder Vertiefung.

Analyse Wettbewerberberichterstattung

- KI bewertet die Medienpräsenz und Resonanz der BPK von Wettbewerbern im Vergleich zur eigenen Berichterstattung.
- KI identifiziert, welche Unternehmen in relevanten Medien besonders präsent sind und analysiert, welche Themen oder Botschaften bei ihnen aufgegriffen werden.
- KI erkennt strategische Kommunikationsmuster von Wettbewerbern, z. B. Timing oder Narrative.
- KI liefert Insights zur medialen Positionierung und zeigt Potenziale für Differenzierung und Nachsteuerung der eigenen Kommunikation auf.

3.3 Zukunft gestalten: Schritte in Richtung einer KI-gestützten Finanzkommunikation

Veränderung des Kompetenzprofils

Der Blick auf die skizzierten Anwendungsfelder verdeutlicht, dass der Einsatz von KI tiefgreifende Veränderungen für die Arbeitsweise der Finanzkommunikation bereithält. Standardisierte und wiederkehrende Kommunikationsprozesse werden verstärkt automatisiert, was im Idealfall zu deutlichen Effizienz- und Produktivitätsgewinnen führt. Gleichzeitig verschiebt sich das Kompetenzprofil der Finanzkommunikation: Operative Textarbeit verliert an Gewicht, während strategische Planung, datenbasierte Steuerung und Beziehungsmanagement an Bedeutung gewinnen.

Einfluss auf Medienarbeit

Da schon jetzt zu sehen ist, dass auch Journalisten selbst vermehrt KI-Tools für Recherche, Themenanalyse und Textproduktion einsetzen, wird die Medienarbeit insgesamt datengetriebener und schneller werden. Somit steht die Finanzkommunikation in einem reziproken Verhältnis mit einem zunehmend KI-gestützten Finanzjournalismus, in welchem beide Seiten ihre Inhalte wechselseitig analysieren, interpretieren und bewerten. Entsprechend müssen Finanzkommunikatoren ihre Inhalte perspektivisch in der Form gestalten, dass sie sowohl für menschliche als auch algorithmische Rezipienten verständlich und anschlussfähig bleiben.

Zugleich stellt sich die Frage, in welchen Kommunikationssituationen KI einen Mehrwert schafft und wo authentische, persönliche Kommunikation unverzichtbar bleibt, um Glaubwürdigkeit und journalistisches Vertrauen zu sichern. Diese Abwägung markiert eine der zentralen strategischen Herausforderungen im künftigen Zusammenspiel von KI, Finanzkommunikation und Pressearbeit.

Herausforderungen beim KI-Einsatz

Abseits dieser strategischen Herausforderung stellen insbesondere der Umgang mit sensiblen Daten und die strengen Geheimhaltungsanforderungen der Finanzkommunikation hohe regulatorische und technische Hürden bei der Implementierung von KI dar.

Zudem erschweren ein begrenztes technisches Verständnis und fehlende Tool-Kenntnisse in vielen Finanzkommunikationsabteilungen eine gezielte Integration von KI in bestehende Prozesse. Diese Kompetenzlücke korreliert zugleich mit bestehenden Vorbehalten gegenüber KI: Zweifel an der Zuverlässigkeit von Ergebnissen und ein geringes Vertrauen in automatisierte Systeme erschweren deren Akzeptanz im Arbeitsalltag.

Handlungsempfehlungen für Finanzkommunikatoren

Um diese Herausforderungen zu bewältigen, lassen sich vier zentrale Handlungsfelder für Finanzkommunikatoren ableiten:

Handlungsfeld Nr. 1

AI-Literacy: Ein essenzieller erster Schritt ist die Entwicklung eines technischen, rechtlichen und ethischen Grundverständnisses – sprich, einer AI-Literacy – für Finanzkommunikatoren. Hierfür sind Schulungen und Workshops ebenso wichtig wie das Schaffen einer experimentellen Lernkultur, Testphasen und Pilotprojekte, um Ängste und Widerstände ab- und Akzeptanz sowie Kompetenzen aufzubauen.

Handlungsfeld Nr. 2

Data Governance: Parallel dazu ist der Aufbau einer sicheren Data Governance-Struktur essenziell. Grundlage einer nachhaltigen KI-Nutzung muss eine kontinuierlich geprüfte Datenbasis mit klar definierten Zugriffsrechten sein, um sensible Unternehmensdaten zu schützen, konstant zuverlässige Ergebnisse zu liefern, Nachvollziehbarkeit zu ermöglichen und die Einhaltung regulatorischer Anforderungen sicherzustellen.

Handlungsfeld Nr. 3

Strategische Implementierung: Die Implementierung von KI sollte strategisch erfolgen, um nachhaltig wirkungsvoll zu sein. Dem müssen Prozessanalysen vorausgehen, die potenzielle Anwendungsfelder für die Finanzkommunikation identifizieren. In welche Richtungen bei diesen Prozessanalysen gedacht werden kann, zeigt Abbildung 3. Insbesondere repetitive und standardisierte Aufgaben, wie das Schreiben von Pressemitteilungen oder Social-Media-Posts, eignen sich für erste Implementierungsphasen. Entscheidend ist eine klare Erfolgsmessung anhand relevanter Kennzahlen, z. B. Zeitersparnis und Ergebnisqualität. Zudem empfiehlt sich eine enge Abstimmung mit IR und angrenzenden Abteilungen, um Synergien in der Datennutzung und KI-Integration zu erreichen.

Handlungsfeld Nr. 4

Kooperation: Da sich KI-Technologien rasant weiterentwickeln, sind Austauschformate und Netzwerke zentral. Fachverbände wie „DIRK“ sollten als wichtige Plattformen dienen, um Erfahrungen zu teilen, Best Practices zu etablieren und Leitlinien für den verantwortungsvollen Einsatz von KI in der Finanzkommunikation zu entwickeln. Der offene Dialog zwischen Finanzkommunikatoren und Journalisten wird zu einem wesentlichen Faktor, um Vertrauen, Transparenz und Kompetenz im KI-Zeitalter zu fördern.

4. Fazit

Aktive Positionierungsaufgabe

Die Finanzkommunikation bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Kommunikation und Kapitalmarkt. Als Teil der Unternehmenskommunikation teilt sie deren strategische und technologische Entwicklung, bleibt darin jedoch häufig unterrepräsentiert. Zugleich operiert sie am Kapitalmarkt, dessen Betrachtungsschwerpunkt auf der IR liegt. In diesem Spannungsfeld wird die Finanzkommunikation häufig weder als integraler Teil der Unternehmenskommunikation noch als Kern der Kapitalmarktkommunikation verstanden und steht vor der Herausforderung, sich ihre Position zwischen diesen beiden Polen aktiv selbst zu erarbeiten.

KI als Katalysator

Die fortschreitende Transformation der Kommunikationsfunktion durch KI eröffnet der Finanzkommunikation eine zentrale Chance, ihre eigene Rolle im Unternehmen zu schärfen und professionell weiterzuentwickeln. Da sie weder in der Unternehmenskommunikation noch in der Kapitalmarktkommunikation systematisch mitgedacht wird, liegt es an ihr selbst, die Einführung und Nutzung von KI aktiv zu gestalten. So kann sie zum einen den Anschluss an ihre Zwillingsfunktion IR und an die Unternehmenskommunikation sichern. Und zum anderen verhindert sie, dass technologische Entwicklungen aus diesen beiden Bereichen unreflektiert auf sie übertragen werden. KI wird damit nicht nur zum Werkzeug, sondern zum Katalysator, um die Eigenständigkeit und strategische Relevanz der Finanzkommunikation im Unternehmen zu stärken.

Literaturverzeichnis

Brockhaus, J./Buhmann, A., & Zerfass, A. (2023): Digitalization in corporate communications: Understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure. Corporate Communications: An International Journal, 28(2), S. 274–292.

Ernst & Young. (2024): Künstliche Intelligenz in der Finanzkommunikation und -disclosure. Marktstudie für die Investor-Relations-Funktion.

Frühbrodt, L. (2020): Die wichtigsten Standardthemen und wie der Wirtschaftsjournalist* über sie berichtet. In L. Frühbrodt, Journalistische Praxis: Wirtschaftsjournalismus (S. 19–47). Wiesbaden: Springer Fachmedien.

Hoffmann, C. P./Schiereck, D., & Zerfaß, A. (2022): Grundlagen, Management und Entwicklungslinien der Kapitalmarktkommunikation. In: C. P. Hoffmann/D. Schiereck/A. Zerfaß (Hrsg.), Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation (S. 3–24). Wiesbaden: Springer Fachmedien

Hoffmann, C. P. (2022): Digitalisierung der Investor Relations und Finanzkommunikation. In: C. P. Hoffmann, D. Schiereck, & A. Zerfaß (Hrsg.), Handbuch Investor Relations und Finanzkommunikation (S. 333–347). Wiesbaden. Springer Fachmedien.

Poole, D. L./Mackworth, A. K. (2023): Artificial Intelligence: Foundations of Computational Agents (3. Aufl.). Cambridge University Press.

Sheikh, H./Prins, C./Schrijvers, E. (2023): Mission AI: The New System Technology. Cham: Springer International Publishing.

Über den Autor



Moritz Sauer

Absolvent des Masterstudiengangs Communication Management in Leipzig. Als AI & Corporate Communications Consultant beschäftigt er sich intensiv mit dem Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Unternehmens- und Finanzkommunikation.

Social Media Kanäle

kontakt@moritzsauer.de
mosauer

DIRK – Deutscher Investor Relations Verband

Reuterweg 81 | 60323 Frankfurt am Main
T +49 (0) 69 . 9590 9490
F +49 (0) 69 . 9590 94999
info@dirk.org | **www.dirk.org**

Gestaltung & Satz: METAFEX, Kevin Höbig, Markranstädt