



„Verändere dich selbst, dann kannst du die Welt verändern.“

Von Kaufpreisallokation bis Kalligraphie – die Kirchhoff Consult AG beherrscht das Geschäft mit der Unternehmenskommunikation im Finanzsektor. Mit Kreativität und Leidenschaft gelingt es Klaus Rainer Kirchhoff und seinem Team, trockene Themen und lange Zahlenreihen auf ungewöhnliche Art und Weise zu präsentieren und damit Unternehmen zum Erfolg zu verhelfen.

Prof. Dr. Jo Groebel: Herr Kirchhoff, Ihr Metier ist der Finanzbereich. Dabei denkt man zunächst einmal an unbestechliche Zahlen. Doch Sie haben sich auf Kommunikation in diesem Umfeld spezialisiert.

Klaus Rainer Kirchhoff: Auch bei Zahlen und Bilanzen spielen Interpretation, das Soziale und der Kontext immer eine bedeutende Rolle. Es geht gerade hier um den Aufbau von Vertrauen, es geht um das Verständnis der kulturellen Bedingungen.

Das leuchtet jedem sofort ein, der die Börse beobachtet. Eines Ihrer Haupttätigkeitsfelder sind Börsengänge. Psychologie spielt dabei eine große Rolle. Lässt sich der Anteil der Kommunikation am Finanzerfolg in irgendeiner Weise bestimmen?

Wir treffen auf börsennotierte Unternehmen, deren Aktienkurse nach unserem Einstieg regelmäßig gestiegen sind. Nur dadurch, dass wir die Equity Story verständlicher formuliert und professioneller in den Markt getragen haben. Durch Kommunikation wird deren Unternehmenswert viel besser erkannt, wir sehen deutliche Wertsteigerungen. Gerade mittelständische, familiengeführte Unternehmen sind oft zu verschlossen.

In der Selbstdarstellung Ihres Unternehmens spürt man, dass Sie mit Leidenschaft und Humor bei der Sache sind. Leidenschaft kann man noch verstehen, aber Humor, wenn es um Finanzen geht?

Mein eigener geschäftlicher Weg war immer von jungen Talenten begleitet. Meine Mitarbeiter sind im Durchschnitt halb so alt wie ich. Wer aber einmal bei uns angefangen hat, hat oft eine sehr lange Verweildauer im Unternehmen. Beides, junges Einstiegsalter und langer Verbleib, funktionieren nur, wenn eine positive und eben auch humorvolle Atmosphäre im täglichen Miteinander vorherrscht.

Erzählen Sie uns mehr über Ihre Führungsphilosophie.

Ich sehe unser Unternehmen als eine Plattform für junge Talente. Diese sollen ein optimales Umfeld vorfinden. Dazu gehört hohe Flexibilität in der Gestaltung der Arbeit und eine große Selbstständigkeit. Ich sehe mich als eine Art Katalysator, der nur selten eingreifen muss. Und das zahlt sich aus. Bei uns haben schon 27-Jährige Vorträge vor kritischen DAX-Vorständen gehalten und kamen damit sehr gut an.

Das Vertrauen, das Sie in Ihre Leute setzen, wird offenbar gut honoriert ...

Ich habe jedenfalls nur sehr wenige Enttäuschungen erlebt. Statt des Gehaltes eines Großkonzerns bieten wir exzellente Bedingungen. Ein Masseur besucht uns wöchentlich, wir veranstalten gemeinsame Events, bei denen wir Zukunftsthemen in lockerer Atmosphäre besprechen etc.

Ihre Erfolgsformel scheint eher eine gute Work-Life-Balance zu sein. Das klingt nach zentralen Werten des Mittelstandes insgesamt.

Genau dieses Prinzip ist es, was mich zu einem Verfechter des Mittelstandes macht. Ich bin oft in der Türkei und spreche unabhängig von der politischen Bewertung mit Funktionären bis hin zu Regierungskreisen. Was ich dort – und auch in anderen Ländern – weitergebe: Baut einen tragfähigen Mittelstand auf und fördert diesen intensiv, dann habt ihr die Basis für eine gesunde Wirtschaft.

Das klingt ganz danach, als würden Sie sich im Kreis der mittelständischen Wirtschaft besonders wohl fühlen.

Ich hätte wirklich niemals einen Mittelstandsjob gegen einen besser dotierten Job bei einem multinationalen Konzern getauscht.



Sie sind Geschäftsführer und die Verantwortung liegt letztlich bei Ihnen.

Ich bin mit 95 Prozent Hauptaktionär des Unternehmens, zugleich haben wir ein Executive Committee, dessen Entscheidungen ich mich in der Regel unterwerfe. Unsere Philosophie: Wir arbeiten gemeinsam an einer Sache!

Sehen Sie das als Trend für andere Mittelständler und gar Großunternehmen?

Wir haben es mit einer neuen Generation begabter junger Menschen zu tun. Sie haben ganz neue Ansprüche an ihre Arbeit. Nur noch 30 Prozent der Jüngeren sind fast ausschließlich an der Karriere interessiert. Wichtiger sind ihnen die tägliche Jobzufriedenheit und das verantwortliche Verhalten des Unternehmens, für das sie arbeiten.

Wie lassen sich in mittelständischen Unternehmen die entsprechenden Prinzipien strukturell übernehmen?

Die Impulse müssen von der Unternehmensspitze kommen. Dann kann es flexibel von allen getragen werden. Die Stärke des Mittelstandes ist auch manchmal eine Schwäche. Stabilität und Tradition sind fast immer Garanten für den wirtschaftlichen Erfolg. Aber mitunter führen sie auch zu einer Erstarrung der Strukturen.

Ist soziales Engagement für große Unternehmen einfacher als für den Mittelstand?

Nicht unbedingt, anders als Großunternehmen stellt der Mittelstand die entsprechenden Leistungen aber nicht in gleicher Weise in der Öffentlichkeit aus, ja ist sich derer oft gar nicht bewusst. Sozial verantwortliches Handeln

wird hier nicht an einzelne Abteilungen oder Externe delegiert, sondern ist fast ständig Teil der Betriebs-DNA. Dies könnte allerdings viel besser nach draußen kommuniziert werden.

Sie selbst stehen ebenfalls für soziales Engagement, insbesondere bei der Tafel, der Initiative zur Unterstützung von Obdachlosen.

Stimmt, seit 20 Jahren spendieren wir der Tafel die Kommunikationsarbeit im Wert von durchschnittlich 40.000 Euro p.a. Zudem sind wir möglicherweise die einzige vollständig klimaneutrale Kommunikationsagentur in Deutschland und haben uns im Global Compact verpflichtet.

Kommen wir noch einmal zu den Methoden Ihres Kernfeldes zurück. Worin besteht konkret Ihre Arbeit?

Am Anfang meiner eigenen Aktivität standen Geschäftsberichte. Dies hat uns zunächst großgemacht. In den USA wurden wir sogar fünfmal als beste Agentur in diesem Feld weltweit ausgezeichnet. Wir bieten inhaltliche Expertise, Beratung, Advisory, Designexpertise und digitale sowie mit Film und Video auch audiovisuelle Expertise.

Lassen sich Ihre bisherigen Tätigkeiten auch in Zahlen ausdrücken?

Ich glaube, die bislang 800 großen Geschäftsberichte und 66 Börsengänge, die wir kommunikativ begleitet haben, sprechen für sich. Da haben wir fast ein Alleinstellungsmerkmal.

Sie sind auch federführend dem United Nations Global Compact angeschlossen ...

VITA

Klaus Rainer Kirchoff, geboren 1956, ist Gründer und CEO der Kirchoff Consult AG und seit über 25 Jahren als Investor Relations-Berater tätig. Er gilt als Pionier der Geschäftsberichtsbranche und hat zu Themen der Finanzkommunikation etliche Bücher geschrieben. Er war 17 Jahre Jurymitglied „Der beste Geschäftsbericht“ des manager magazins und ist seit Bestehen des Wettbewerbs „Investors Darling“ ebenfalls Jurymitglied. Er ist Vorsitzender der Jury „Econ Awards“ und Herausgeber des „Jahrbuchs der Unternehmenskommunikation“ des Econ Verlags.

Darüber hinaus ist Kirchoff Initiator und Organisator des „Good Company Ranking“, dem umfassendsten Corporate Social Responsibility Ranking der größten europäischen Unternehmen.

Klaus Rainer Kirchoff ist verheiratet und hat vier Kinder.

Hierzu haben wir gerade unseren ersten Fortschrittsbericht veröffentlicht. Zugleich hat in unserem eigenen Unternehmen jeder das Ziel verinnerlicht, wie und wo wir noch nachhaltiger werden können. Als Anhänger der Lehre Buddhas versuche ich, dem Motto zu folgen: „Verändere dich selbst, dann kannst du die Welt verändern.“

Das passt zu Ihrer eigenen Lebensgeschichte ...

Geboren und aufgewachsen bin ich in Oldenburg. Ich interessierte mich schon frühzeitig für Politik. Mit 18 Jahren wurde ich bereits Kreisvorsitzender der Jungen Union und widmete mich 40 Stunden pro Woche der Politik, unter anderem auch als Vorsitzender der Europa-Union und führend in der Schüler-Union. Ich hätte recht schnell Landtagsabgeordneter werden können, entschloss mich aber stattdessen für ein Jurastudium in Hamburg. Ich bin dort heute noch als Rechtsanwalt zugelassen. Hier war mein Berufsziel zunächst Diplomat. Aber dann lernte ich meine heutige Frau kennen. Wir sind seit 42 Jahren zusammen. So wurde ich schließlich Vorstandsassistent in einem mittelständischen Unternehmen, bevor ich mich zwei Jahre später 1990 mit Geschäftsberichten selbstständig machte. Diesen Schritt habe ich nie bereut.

Was erwarten Sie von der neuen Bundesregierung?

Es müssen deutliche und wegweisende Akzente bei der Digitalisierung gesetzt werden. Die Bildungsstandards müssen endlich wieder auf internationales Top-Niveau gehoben werden. Unsere Wirtschaft ist trotz der Politik stark und nicht durch sie. Ich bin unter anderem Generalhonorarkonsul von Rumänien in den fünf norddeutschen Ländern. In diesem Land ist man voller Bewunderung für die Schaffenskraft und den Erfolg der deutschen mittelständischen Wirtschaft. Natürlich gilt auch bei uns, dass es zunächst einmal jeder schaffen kann. Allerdings bedarf es auch der systematischen Förderung. Leider habe ich den Eindruck, dass die Politik in den letzten Jahren die Möglichkeiten der Talentförderung und die wirtschaftlichen Chancen weitgehend verpasst.

Und nicht zuletzt muss dringend damit begonnen werden, den Kapitalmarkt für den Mittelstand attraktiv zu machen. Hier gibt es großen Nachholbedarf.

Ihr Wunsch an den BVMW?

Zunächst einmal ist es gut, dass es einen Verband wie den BVMW gibt, der die Forderungen des Mittelstands so vehement vertritt. Auch hier gilt es, die Attraktivität des Kapitalmarktes als Finanzierungsmöglichkeit bekannter zu machen. Der Mittelstand muss sich viel bewusster machen, welche Möglichkeiten bankenunabhängige Finanzierungen bieten. Leider haben wir in Deutschland mit der berühmten und berüchtigten schwarzen Null keine nach vorne weisende Finanzpolitik erlebt.

Haben Sie auch schwierige Zeiten im Unternehmen erlebt?

Mein schlimmstes Jahr war 2001 mit dem Zusammenbruch des Neuen Marktes. Im Jahr nach dem Kollaps brachen alle üblichen Börsengänge weg. Wir mussten uns von 30 Mitarbeitern trennen.

Wie sind Sie persönlich damit umgegangen?

Mein buddhistisches Denken hat mir dabei sehr geholfen. Ich praktiziere gerade auch in unruhigen Zeiten täglich Chi-Gong.

Zurückblickend, was war Ihre wichtigste Entscheidung?

Als ich 1975 auf einer Konferenz der Konrad-Adenauer-Stiftung einen Vortrag über Entwicklungspolitik hielt, kam während meines Vortrags ein Mädchen in den Saal. Innerhalb von Minuten habe ich entschieden: Das wird meine Frau. Jetzt sind wir seit 42 Jahren ein Paar.

Vielen herzlichen Dank für das Gespräch.



DAS UNTERNEHMEN

Rechtsform:
AG

Gründung:
1990

Sitz:
Hamburg, Frankfurt,
München, Wien,
Bukarest und
Istanbul

Geschäftsführer:
Klaus Rainer
Kirchhoff

Mitarbeiter:
60

Umsatz:
6,1 Millionen Euro

Branche:
Finanz-
kommunikation

Produkte:
Capital Markets,
Corporate Commu-
nications, Corporate
Social Responsibility,
Design, Digital,
Film

Webseite:
www.kirchhoff.de