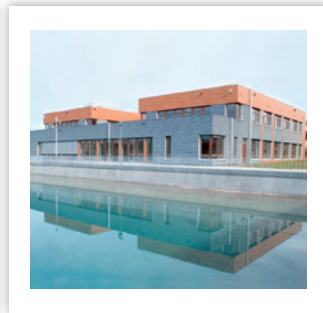


CASE STUDY Infineon Technologies

Unternehmenskommunikation / Krisenkommunikation



Mikrochips von Infineon



Campeon, die Unternehmenszentrale von Infineon bei München



Mitarbeiter mit 300mm-Wafer

Im Jahr 2000 brachte Siemens seine Halbleitersparte unter dem Namen Infineon an die Börse. Der größte deutsche Produzent von Halbleitern ist weltweit tätig und erzielte im Geschäftsjahr 2007 mit rund 43.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 7,7 Milliarden Euro.

Zusammenarbeit mit wbpr: September 2001 bis August 2004

Ausgangssituation

Nach furiosem Börsenstart und einem Rekordergebnis im Jahr 2000 kühlt die Branchenkonjunktur so plötzlich ab wie nie zuvor. Für 2001 zeichnet sich ein milliardenschwerer Verlust ab, der Aktienkurs von Infineon bricht ein. Die Kritik am Unternehmen und insbesondere am damaligen Vorstandsvorsitzenden Ulrich Schumacher wird im Herbst 2001 immer vehementer. Schließlich wird in einigen Artikeln sogar die Überlebensfähigkeit von Infineon in Frage gestellt. Intern herrscht starke Verunsicherung, da das Kostensenkungsprogramm „Impact“ einen massiven Stellenabbau vorsieht.

Vorgehen

wbpr regt die Gründung einer **Task Force Kommunikation (TFK)** an, die aus den Verantwortlichen der externen und internen Kommunikation sowie der IR besteht, und leitet das Gremium. Alle neuen Entwicklungen werden in der wöchentlich bzw. ad hoc tagenden TFK diskutiert, alle Kommunikationsmaßnahmen aufeinander abgestimmt und verabschiedet. wbpr führt eine telefonische Kurzbefragung unter Journalisten zum Image von Infineon durch und organisiert auf dieser Grundlage einen **Krisen-Workshop**, in dem die kommunikativen Stärken und Schwächen von Infineon herausgearbeitet werden.

Aufbauend auf dem Workshop werden vier **Kernbotschaften** definiert, die in das Zentrum der Kommunikation gerückt werden. Die neue 300mm-Technologie wird besonders betont und dient als Beleg für die weltweite Technologieführerschaft und den zukünftigen Kostenvorsprung von Infineon.

Die Kernbotschaften werden zunächst über alle Kanäle der internen Kommunikation und eine Folge von CEO-Interviews in Schlüsselmedien verbreitet und anschließend mit Presseveranstaltungen und Fachmedienarbeit weiter verankert. Im Vordergrund steht, den Medien die **Besonderheit des volatilen Halbleitermarkts** und damit die spezielle Situation von Infineon verständlich zu machen.

In der Folge Konzeption und Durchführung von Maßnahmen, die die Kernbotschaften weiter verankern, unter anderem...

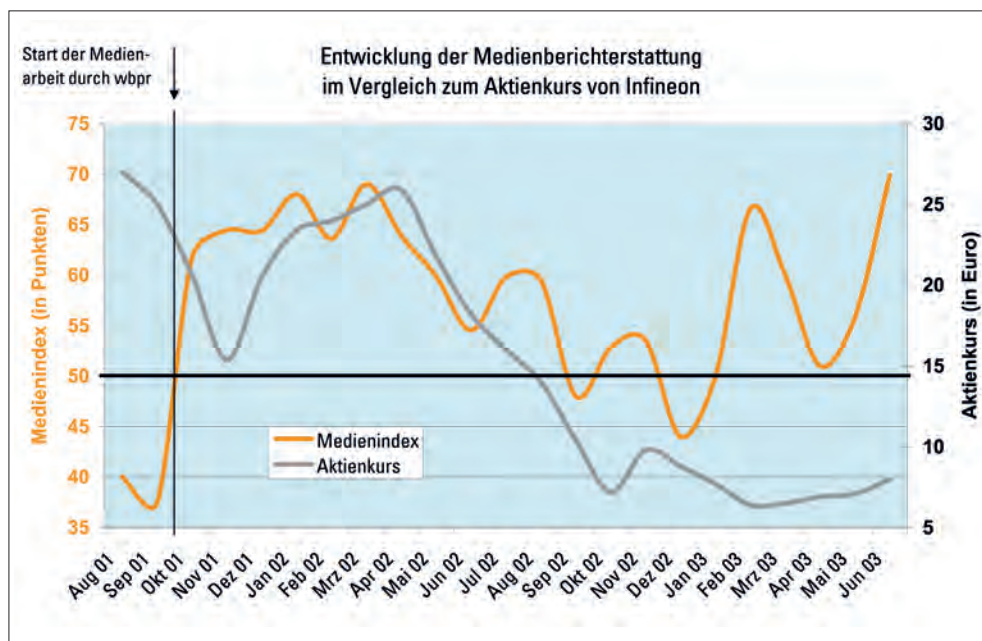
- ▶ ...eine Presse- und Analystenreise zum neuen Dresdner Werk (wo die 300mm-Technologie weltweit zum ersten Mal eingeführt wird)
- ▶ ...ein regelmäßiger Finanzmedienstammtisch
- ▶ ...die jährliche zentrale Veranstaltung „Future Forum“ zur Wirkung neuer Technologien auf die Gesellschaft

weitere Leistungen

Im Rahmen der laufenden PR-Betreuung, unter anderem Vorbereitung von Bilanz-Pressekonferenzen und Hauptversammlungen, Standort-PR zur neuen Unternehmenszentrale (Campeon), Mitwirkung am Konzept und an den Texten der Geschäftsberichte (2001, 2002, 2003, 2004), Vorbereitung und Begleitung von Mediengesprächen sowie strategische Beratung zu allen Fragen der Kommunikation (M&As, Standorte, Strukturierung Kommunikationsabteilung, Führungswechsel). Zusätzlich führte wbpr die fortlaufende Medienresonanzanalyse durch.

Ergebnis

Ab der von wbpr empfohlenen und betreuten Informationsoffensive mit den CEO-Interviews im Oktober 2001 verbesserte sich die Medienberichterstattung über Infineon deutlich und stabilisierte sich im Vergleich zum Aktienindex auf relativ hohem Niveau (s. Grafik). Trotz der sich weiter zuspitzenden Geschäftsentwicklung gewinnen zukunftsgerichtete Positivthemen (Technologie, Marktchancen, Strategie) an Bedeutung. Die 300mm-Technologie avanciert zum allgemein anerkannten Aushängeschild des Konzerns und die Eigenheiten des Halbleitermarkts treffen bei den wichtigen Journalisten auf größeres Verständnis.



Der Medienindex gibt die Tendenz der Medienberichterstattung wieder: Ein Wert von 50 bedeutet, dass sich die positiven und negativen Berichte über Infineon die Waage halten; ein Wert von 100 heißt, dass alle Artikel im Zeitraum durchweg positiv waren. Der Medienindex beruht auf Ergebnissen der wbpr Medienresonanzanalyse.