



Ausrichtung der Unternehmenskommunikation auf die weltweite Unternehmensstrategie mit dem „Communications Value System“*

Case Study



*Nominiert für den Deutschen PR-Preis 2006

Festo hat das Unternehmen mit dem Instrument der Balanced Scorecard weltweit neu ausgerichtet. Vor diesem Hintergrund sollte Kommunikation die Unternehmensstrategie systematisch und wertschöpfend unterstützen. Nach einer Marktsichtung wurde das innovative Communications Value System (CVS) ausgewählt, da es optimal an das Managementsystem von Festo anschließt.

Mit dem CVS wurden aus Zielen der BSC strategische Kommunikationsziele in Bezug auf wesentliche Anspruchsgruppen abgeleitet. Für jedes kommunikationsrelevante Top-Ziel hat die Unternehmenskommunikation ein eigenes Konzept bis zur Maßnahmenebene entwickelt. Diese Konzepte enthalten jeweils strategische und operative Messgrößen zur Steuerung und Bewertung der Kommunikationsleistung.

Die einzelnen Zielkonzepte wurden zu einer übergreifenden Strategie verdichtet und mit einer Communication Scorecard ergänzt. Über messbare Steuerungsgrößen ist Kommunikation erstmals direkt in die Ursache-Wirkungsketten der Strategiekarte integriert.

Das Management verfügt somit über ein Zielsystem mit Messgrößen und Kennzahlen, welches sowohl die strategische als auch die operative wertorientierte Steuerung von Kommunikation ermöglicht.

