

Strategiefokussierung mit dem Zielbaum

EINREICHER: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH

Die GTZ wollte ein anschauliches und verständliches Zielsystem für Unternehmenskommunikation entwickeln und den Wertbeitrag der Kommunikation sichtbarer machen. Ausgangspunkte des Projekts waren die längerfristigen Unternehmensziele sowie weitere jahresbezogene Ziele. Die Kommunikationsstrategie wurde mit dem innovativen Instrument des „Zielbaums“ an die Unternehmensstrategie angeschlossen und im Dialog mit den Mitarbeitern der operativen Kommunikationsabteilungen weiter differenziert.

Der Zielbaum adaptiert die klassische „Value Map“ aus der Unternehmensberatung und verbindet sie mit dem Wirkungsstufenmodell der Kommunikation (DPRG/ICV). Er ist damit sowohl Instrument als auch Ergebnis der Zielanbindung von Kommunikation.

Dadurch hat der Zielbaum bei den weltweit agierenden Kommunikatoren der GTZ ein einheitliches Zielverständnis gefördert und wesentlich dazu beigetragen, dass die Kommunikationspraxis strategiebezogener wurde.

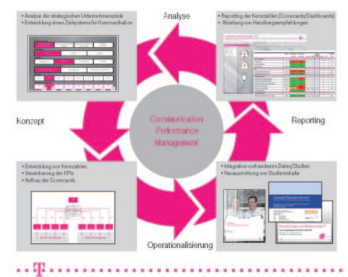


Steuerungssystem für die Unternehmenskommunikation

EINREICHER: Lautenbach Sass, Unternehmensberater für Kommunikation
AUFTRAGGEBER: Deutsche Telekom AG

Die maßgebliche Zielvorgabe für das Communication Performance Management (CPM) der Deutschen Telekom AG lautete, die Kommunikationsleistung und -wirkung der unterschiedlichen Abteilungen innerhalb der Unternehmenskommunikation transparenter darzustellen. Dafür wurde ein einheitliches, kennzahlenbasiertes Reporting für das Management geschaffen. Die Effizienz und Effektivität der Kommunikation insgesamt, aber auch einzelner Maßnahmen, sollten durch ein integriertes Steuerungssystem verbessert und überprüfbarer werden. Die Einführung des CPM verlief in vier Schritten von Analyse über Konzeption, Operationalisierung bis zum Reporting. Die vereinbarten Kennzahlen stammen fast ausschließlich

aus bereits beauftragten Studien und Analysen, so dass kaum Folgekosten entstanden. Zum internen Reporting der Kennzahlen werden Communication Dashboards mit integrierten Scorecards verwendet. Die Akzeptanz des Steuerungssystems für den Bereich Corporate Communications wird durch die Einrichtung einer eigenständigen Abteilung für das CPM bestätigt.



„Schnittstellen integrieren – Performance optimieren“

EINREICHER: Union Asset Management Holding AG

Medienresonanzanalysen und externe Befragungen bieten anerkannte Kennzahlen zur Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit. Sie bilden die Ergebnisse ab, mit denen die vorgelagerten Prozesse gesteuert werden. Union Investment hat seit zwei Jahren auch die Arbeitsprozesse selbst durchleuchtet und durch maßgeschneiderte Softwarelösungen unterstützt. Entstanden ist eine neue Kommunikationsplattform, die mit ergonomisch gestalteten Benutzeroberflächen auf den Informationsflüssen der modernen Öffentlichkeitsarbeit aufbaut. Durch intelligent genutzte Schnittstellen zu anderen Systemen und Dienstleistern konnten alle wesentlichen Bausteine für die tägliche Arbeit wie das Clippingarchiv und die wesentlichen Medienresonanzdaten integriert und anwenderfreundlich in den

Die vier wichtigen Handlungsfelder von Union Investment



Arbeitsprozess zurückgeführt werden. So wurden die Arbeitsprozesse zum einen transparent und steuerbar, zum anderen lieferten die Prozesse selbst noch wichtige Kennzahlen.