ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH
Hofer Straße 1 • D-81737 München
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Fax: (089) 67 91 72-79

Ansprechpartner für die Medien: Prof. Michael Bürker
Geschäftsführender Gesellschafter
E-Mail: michael.buerker@commendo.de
Internet: www.commendo.de

Medium: PR-Journal
Datum: 30. Oktober 2008
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 5.285

FACHBEITRAG

Kommunikations-Controlling: Lösungswege für mittelständische Unternehmen

Individuelle Konzepte für mittlere Budgets (Folge 2 der dreiteiligen Reihe zum Kommunikations-Controlling)

Von Sabine Baudisch und Prof. Michael Bürker, ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation, München

München (30.10.2008) – 95 Prozent kleiner und mittelständischer Unternehmen betreiben inzwischen aktiv Pressearbeit und über 75 Prozent halten PR-Maßnahmen für sehr wichtig (Studie der Universität Würzburg, 2008). Inwieweit diese Maßnahmen Kommunikationsziele erfüllen und zum Erreichen der Unternehmensziele beitragen, wird bisher allerdings kaum geprüft. Doch „Kein Budget!“ ist kein Argument mehr – neue, fokussierte Ansätze ermöglichen auch Mittelständlern eine Erfolgskontrolle und ziel- bzw. ergebnisorientierte Steuerung ihrer Unternehmenskommunikation.

Unter allen Kommunikationsinstrumenten schätzen die Verantwortlichen mittelständischer Unternehmen die PR am glaubwürdigsten ein (Studie der Universität Würzburg, 2008). Ob dies auch der Wahrnehmung der jeweiligen Anspruchsgruppen entspricht, wird selten erfasst. Evaluation und Controlling von Unternehmenskommunikation ist in den meisten mittelständischen Unternehmen noch Stiefkind.

Unternehmens- und Kommunikationsstrategien verknüpfen

Über 70 Prozent der Unternehmen mit 50 bis 500 Mitarbeitern geben an, PR-Erfolgskontrollen durchzuführen (PR-Trendmonitor, 2008), sie beschränken sich jedoch in etwa 90 Prozent dieser Fälle auf die Dokumentation der Medienberichte. Qualitative, inhaltliche Auswertungen der Medienresonanz werden von weniger als 40 Prozent durchgeführt. Befragungen und Wirkungsmessung, die direkt bei den Anspruchsgruppen ansetzen, werden noch seltener eingesetzt.

Je kleiner die Unternehmen, desto geringer der Einsatz qualitativer Messungen. Mittelständische Unternehmen verzichten damit auf ein Instrument, Kommunikation konsequent auf Unternehmensstrategien auszurichten, kontinuierlich zu verbessern und so die Wertschöpfung des Unternehmens nachhaltig zu unterstützen.

Die weit verbreitete Clipping-Dokumentation ist für den Kommunikationserfolg jedoch nur bedingt aussagekräftig. Dabei wächst auch in mittelständischen Unternehmen der Druck, Wertschöpfungsbeiträge nachzuweisen.

„Wer viel misst, misst viel Mist“ (Reinhard Sprenger)

Über 70 Prozent der Pressesprecher in Unternehmen mit 50-500 Mitarbeitern gehen davon aus, dass sie es leichter hätten, zusätzliche Budgets zu erhalten, wenn sie positive Wirkungen auf den Absatz nachweisen könnten (PR-Trendmonitor, 2008). Dafür bedarf es Evaluations- und Steuerungskonzepte, die an die speziellen Anforderungen und Budgets mittelständischer Unternehmen angepasst sind.

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH
Ansprechpartner für die Medien: Prof. Michael Bürker
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Telefax: (089) 67 91 72-79
E-Mail: michael.buerker@commendo.de • Internet: www.commendo.de

Viele Kommunikationsverantwortliche lassen sich von komplexen Controlling-Konzepten, statistischen Methoden und wissenschaftlichen Begriffen abschrecken. Dabei muss Kommunikations-Controlling nicht undurchsichtig und kompliziert sein.

Effiziente Controlling-Konzepte setzen auf „Weniger ist mehr“. Nicht alles muss evaluiert werden, um Kommunikationserfolge sichtbar zu machen. Die Messung relevanter Schlüsselgrößen, wie der Transfer strategischer Botschaften bzw. Markenwerte ist häufig ausreichend, um Zusammenhänge zu verdeutlichen.

Fokussierte Konzepte für mittlere Kommunikationsbudgets

Im Vordergrund vieler mittelständischer Unternehmen steht die Kommunikation mit Geschäftskunden (B2B) sowie die Pressearbeit mit Fachmedien. Bei produzierenden Branchen spielt die Standortkommunikation zusätzlich eine wichtige Rolle. Bei mehreren Standorten gewinnt zudem die interne Kommunikation an Bedeutung. Dagegen spielt die Finanzkommunikation meist eine eher untergeordnete Rolle.

Ein fokussierter Ansatz könnte sich auf jährliche Befragungen bei Kunden und Handelspartnern konzentrieren. Die Ergebnisse geben wichtige Hinweise, inwieweit Kernbotschaften die jeweiligen Anspruchsgruppen erreicht haben. Für die Erfassung von Akzeptanz an den Standorten und Commitment im Unternehmen sind Befragungen von Nachbarn und Mitarbeitern alle zwei Jahre in vielen Fällen ausreichend.

Doch erst die Kombination aus Befragungen, qualitativer Medienresonanz-Analyse und Auswertung der Zugriffe auf die eigene Website erlaubt es, systematische Zusammenhänge zwischen Kommunikation und Neugeschäft bzw. Kundenbindung aufzuzeigen. Dabei muss die Messung ausgewählter Zielgrößen bei Kommunikations-Etats ab 150.000 Euro nicht mehr als 5-10 Prozent des Budgets ausmachen.

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH
Ansprechpartner für die Medien: Prof. Michael Bürker
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Telefax: (089) 67 91 72-79
E-Mail: michael.buerker@commendo.de • Internet: www.commendo.de

Auch bundesweit repräsentative Image- und Reputationsmessungen können bereits für deutlich unter 10.000 Euro durchgeführt werden. Dafür muss nicht einmal auf Benchmarking mit relevanten Wettbewerbern verzichtet werden.

Wichtig ist, dass die Evaluation der Unternehmenskommunikation durch einen neutralen Dritten erfolgt und nicht durch die Kommunikationsabteilung oder den PR-Dienstleister selbst. Nur so können unabhängige Ergebnisse gewährleistet werden.

Nur rund ein Drittel der Unternehmen mit 50-500 Mitarbeitern verfügen über eine ausformulierte Kommunikationsstrategie, bei Unternehmen mit über 5.000 Mitarbeitern sind es fast doppelt so viele (PR-Trendmonitor, 2008). Der Einsatz von Evaluations- und Controlling-Konzepten kann strategisches Bewusstsein für Kommunikation schärfen und so nachhaltig effektiver und effizienter gestalten.

Teil 3: „ComPass für Unternehmenskommunikation – modulares Konzept für Kommunikations-Controlling“ (erscheint im November).

* * *

Der Abdruck ist frei. Wir bitten um ein Belegexemplar.

* * *

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH ist eine unternehmerische Medien- und Kommunikationsberatung. Sie wurde 1995 gegründet und betreut Unternehmen, Organisationen und Verbände in allen Fragen der internen und externen Kommunikation. Kernkompetenz ist die strategisch ausgerichtete Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in den beiden Themen- und Branchen-Schwerpunkten „Banken & Versicherungen“ sowie „Bauen & Wohnen“.

Dabei setzt die Agentur auf Impulse aus Analysen und Evaluation durch den Einsatz von Methoden und Instrumenten der empirischen Sozialforschung. Gründer und Inhaber Michael Bürker ist Professor für PR/Kommunikationsmanagement an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München.

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH
Ansprechpartner für die Medien: Prof. Michael Bürker
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Telefax: (089) 67 91 72-79
E-Mail: michael.buerker@commendo.de • Internet: www.commendo.de