

Aktuell: Den Wertbeitrag der Kommunikation sichtbar machen – Wissen, was der Nutzfahrzeugkunde will – Honorarertrag der Schweizer PR-Agenturen – Aus dem Ketchum Pleon Netzwerk

Liebe Leserinnen und Leser



Den Reiz unserer Branche macht aus, dass sie gerade in turbulenten Zeiten zeigen kann, welchen Wert sie für ein Unternehmen schafft. Aber wie lässt sich dieser Wertbeitrag nachweisen? Antworten darauf wird am 17. Juni 2010 die diesjährige Fachtagung der Hochschule für Wirtschaft in Zürich zum Thema Kommunikationscontrolling geben, auf die wir Sie gerne aufmerksam machen möchten.

Impressum

Pleon C-Matrix Group AG
Stampfenbachstrasse 52
CH-8006 Zürich
Schweiz
T +41 (0)43 300 56 56

zurich@pleon.com
www.pleon.ch

Lesen Sie ausserdem über unsere grosse Nutzfahrzeugkundenumfrage, die wir mit dem Beratungsunternehmen Oliver Wyman und dem Servicenetzwerk Europe Net durchführen. Und schliesslich freuen wir uns mit unseren amerikanischen Ketchum-Kollegen, die für Ihr Wachstum in der Krise und den strategischen Zusammenschluss mit Pleon ausgezeichnet wurden.

Viel Spass bei der Lektüre der neuesten HORIZONTE-Ausgabe,

Ihr

Alexander Fink
CEO

Pleon C-Matrix Group AG

» Impulse

nach oben

Den Wertbeitrag der Kommunikation sichtbar machen



© Fotolia

Eine zielgerichtete Kommunikationsarbeit leistet den höchsten Beitrag für ein Unternehmen. Und sie befreit die Kommunikationsverantwortlichen vom Zwang, in der Rechtfertigungsecke zu stehen. Aber wie lässt sich nachweisen, ob und wie die Kommunikation die richtigen Ziele verfolgt und ob sie diese erreicht? Wie wirkt sich das Erreichen dieser Ziele aus, und welchen Beitrag steuert Kommunikation zum Unternehmenserfolg bei?

Angesichts dieser **Fragestellungen** wird schnell klar: Die PR-Erfolgskontrolle ist nicht länger Controlling zum Selbstzweck, sondern wesentliche Voraussetzung im modernen Kommunikationsmanagement. Bei der Schweizer Fachtagung ‚Communications Controlling 2010‘ am 17. Juni 2010 in der

"Miss alles, was sich

„**WAS MICH, WAS SICH
messen lässt, und
mach alles messbar,
was sich nicht messen
lässt.**“

**Galileo Galilei,
Mathematiker,
Physiker, Astronom,
1564-1642**

Hochschule für Wirtschaft in Zürich wird Alexander Fink, CEO der Pleon C-Matrix, erläutern wie Unternehmen eine wirkungsvolle Messung und Steuerung ihrer Kommunikation etablieren können.

Viele Kommunikationsverantwortliche stehen vor der Herausforderung, den Beitrag ihrer Kommunikationsarbeit zur Unternehmensperformance zu belegen. Bisherige **Messansätze** haben aber eher dazu beigetragen, dass das Kommunikationscontrolling teuer, praxisfern und kompliziert erscheint. Und zahlreiche Cockpits und Scorecards sind gerade für KMU nicht praktikabel. Darüber hinaus hat sich das Kommunikationscontrolling zunehmend verselbstständigt, die gewonnenen Erkenntnisse fließen selten in die bestehenden Kommunikationsprozesse zurück.

Deshalb hat Pleon C-Matrix gemeinsam mit der Business Media AG die Systematik RaCE® erarbeitet, die sich an den präzise definierten Zielen der Kommunikationsstrategie im Unternehmen ausrichtet. Die Ziele einer jeden Firma oder Institution sind aber anders, folglich müssen auch die Kennzahlen, die der Messung der **Zielerreichung** zugrunde liegen, individuell je Unternehmen angewendet werden. Oft reichen wenige Kennzahlen aus, um konkrete Aussagen zur Sinnhaftigkeit der Zielsetzung, der Zielerreichung selbst und der daraus entstehenden Wirkung zu treffen.

Alexander Fink wird in einer Praxisübung im Rahmen der ‚Communications Controlling‘ Tagung zeigen, wie Firmen anhand von RaCE® die Wirkungszusammenhänge zwischen Massnahmen und ihren unterschiedlichen Wirkungsdimensionen (Medienwirkung, Markenwirkung, Auswirkung auf Umsatz und Auftragsverhalten etc.) erkennen können. Auf Basis der definierten Unternehmensziele erhalten Kommunikationsverantwortliche ausserdem Empfehlungen, wie sie die gewonnenen Erkenntnisse in laufende Prozesse integrieren können, sodass ihr zukünftiges Kommunikationsmanagement kontinuierlich verbessert wird.

Unser Ansprechpartner in Zürich:
Alexander Fink,
Tel. +41 (0)43 300 56 60
alexander.fink@pleon.com

» Best Practice Case

 nach oben

Wissen, was der Nutzfahrzeugkunde will

European  2010
Truck Customer

© Pleon

Der Nutzfahrzeugmarkt ist im Umbruch. Der radikale Absatzstopp im Jahr 2009 hat zahlreiche OEM gezwungen, ihr Bestandsgeschäft abzusichern, Kosten zu senken und neue Erlösmöglichkeiten zu finden. Lkw-Services haben in diesem Kontext eine deutliche Aufwertung erhalten: Sie spielen bei der Kaufentscheidung von Nutzfahrzeugkunden eine immer wichtigere Rolle. Im Pkw-Bereich begann diese Entwicklung bereits vor 15 Jahren. Mobilitätslösungen, Versicherungs- und Serviceangebote sind heute für die Fahrzeughersteller bewährte Instrumente für eine erfolgreiche Kundenbindung und -gewinnung.

Die Nutzfahrzeugindustrie hat somit im Servicebereich gegenüber der Automobilindustrie noch einiges aufzuholen. Um die Service- und Produktbedürfnisse von Nutzfahrzeugkunden noch genauer zu kennen, ist Pleon C-Matrix deshalb Partner einer europaweiten Umfrage der Unternehmensberatung Oliver Wyman und des europäischen Servicenetzwerkes Europe Net. Ziel der „European Truck Customer 2010“ ist es, das Meinungsbild der europäischen Nutzfahrzeugkunden zu erheben sowie ihre Kundenzufriedenheit und

Erwartungen zu ermitteln. Erste Ergebnisse der Befragung werden am 22. Juni 2010 auf dem Branchenevent "Truck Customer Needs 2010 - a Challenge for the OEM and Service Providers" von Europe Net präsentiert. Nähere Informationen hierzu sind unter www.europenet24.com verfügbar. Die gesamten Ergebnisse werden im Rahmen der 63. IAA Nutzfahrzeuge in Hannover im Herbst vorgestellt.

Erfahren Sie mehr zum Branchenevent auf www.pleon.ch

Unser Ansprechpartner in Zürich:
Sarah Socci,
Tel. +41 (0)43 300 56 53
sarah.socci@pleon.com

» Zahl des Tages

Krisenjahr 2009: Honorarertrag der Schweizer PR-Agenturen sinkt um durchschnittlich 9,2 Prozent

Die Wirtschaftskrise hat auch vor der Schweizer Kommunikationsbranche nicht halt gemacht. Dies zeigt die aktuelle Markterhebung vom Bund der PR-Agenturen der Schweiz (BRPA): Im Jahr 2009 sank der Honorarertrag der im BRPA vereinigten Agenturen um 9,2 Prozent von 71 Mio. Franken im Vorjahr auf 64,5 Mio. Franken.

Besonders kleine und mittlere Agenturen hatten mit grossen Schwierigkeiten zu kämpfen. Für 2010 erwarten Experten ein positiveres Bild: Wachstumsmöglichkeiten liegen vor allem in den Bereichen digitale Medien und Image-Pflege. Pleon C-Matrix gehört zu den wenigen Agenturen, die auch im Jahr 2009 ein Wachstum verzeichnen konnten.

Unser Ansprechpartner in Zürich:
Anja Fischer,
Tel. +41 (0)43 300 56 54
anja.fischer@pleon.com

» Pleon inside

 nach oben

Aus dem Netzwerk: Ketchum erhält „The Holmes Report“-Auszeichnung



Mit dem Titel "Large Agency of the Year 2009" würdigt „The Holmes Report“ in den USA die Leistungen von Ketchum während ökonomisch schwierigen Zeiten. Darüber hinaus erkennt der US-amerikanische Branchendienst die weltweite Vernetzung durch den Zusammenschluss mit dem europäischen Agenturnetzwerk Pleon an.

Seine Wahl begründet „The Holmes Report“ mit den guten Leistungen von Ketchum im vergangenen Jahr, welche keine andere Agentur in dieser Weise erbracht hat. Dies insbesondere vor dem Hintergrund eines wirtschaftlich besonders schwierigen Jahres, in welchem die weltweite PR-Branche Umsatzeinbussen von deutlich über 10 Prozent hinnehmen musste. Trotz Krise sei es Ketchum 2009 nicht nur gelungen, ihre bestehenden Top 50 Kunden beizubehalten, sondern neue Mandate hinzu zugewinnen, wie beispielsweise Philips oder Newell Rubbermaid.

Als weiteren Grund für die Auszeichnung führt „The Holmes Report“

die bedeutende Erweiterung des weltweiten Agenturnetzwerkes auf. Dieses ist im Sommer 2009 durch den Zusammenschluss mit dem europäischen Marktführer Pleon entstanden. Mit diesem Schritt gehört Ketchum gemäss „The Holmes Report“ nun mit zu den vier Top-Unternehmen weltweit. Alexander Fink, CEO von Pleon C-Matrix, über die Auszeichnung: „Als Partneragentur von Ketchum Pleon in der Schweiz freuen wir uns sehr für unseren Kolleginnen und Kollegen über die Anerkennung im innovativsten Kommunikationsmarkt der Welt. Die Auszeichnung belohnt das mutige Engagement, auch in der Krise Wachstum durch eine internationale Aufstellung zu erzielen. Der Zusammenschluss mit Ketchum ermöglicht uns, weltweit auf das Wissen und die Erfahrung von PR-Beratern zu zugreifen und somit unsere lokalen sowie internationalen Kunden erfolgreich und umfassend zu beraten.“

Die Zentrale von Ketchum Pleon liegt in New York, der europäische Hauptsitz in Düsseldorf. Das Netzwerk umfasst weltweit mehr als 2'000 Mitarbeitende in 66 Ländern und 103 Büros.

Erfahren Sie mehr über unser Netzwerk auf www.pleon.ch

Unsere Ansprechpartnerin in Zürich:
Sarah Socci,
Tel. +41 (0)43 300 56 63
sarah.socci@pleon.com

» Impressum und Feedback



nach oben

Pleon C-Matrix informiert Sie über Neuigkeiten aus der Branche wie auch aus dem eigenen Hause. Sollten Sie diese News-E-Mail nicht wünschen, [klicken Sie hier](#).

Pleon C-Matrix Group AG
Stampfenbachstrasse 52
CH-8006 Zürich
Tel. +41 (0)43 300 56 56
Fax +41 (0)43 300 56 66

zurich@pleon.com
www.pleon.ch