

Wenn Sie ab sofort keine weiteren Informationen über Neuheiten und aktuelle Angebote mehr erhalten möchten, beantworten Sie diese E-Mail bitte mit dem Begriff "Pleon Newsletter abbestellen" in der Betreffzeile oder [klicken Sie hier](#).

PLEON C-Matrix

BEYOND COMMUNICATIONS

Aktuell: Der Verwaltungsrat als Kommunikationsinstanz! – Medienarbeit im Zeichen der Social Media – Standortbestimmung mit Foursquare – Neuer Beratungsbereich Ketchum Pleon Change

Liebe Leserinnen und Leser



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

Wie vielfältig Kommunikation ist, erfahren Sie in der neuesten Ausgabe unseres „Horizonte“ Newsletters. Angesichts der Umbrüche in unserer Wirtschaft rückt der Verwaltungsrat immer mehr in den Fokus der Kommunikation – und das nicht erst seit den Diskussionen um den Verwaltungsrat der Post. Über die Chancen und Risiken wurde in Lausanne im Rahmen einer Konferenz des Schweizerischen Instituts für Verwaltungsräte und Geschäftsleitungsmitglieder (SIVG/ISADE) eifrig diskutiert. Fazit: ein verbindliches Regelwerk ist für die wachsende Exponiertheit, etwa bei Unternehmenskrisen, noch nicht definiert, wird aber immer wichtiger.

Kommunikation über die neuesten Werkzeuge des Internets gehört inzwischen zum Rüstzeug eines jeden PR-Spezialisten. Doch wo liegen die immensen Chancen, neue Zielgruppen zu erschliessen, und wo die Gefahren? Wir geben ab nun laufend Tips und Anregungen, wie sich Kommunikationsverantwortliche sicher im digitalen Dschungel von Web 2.0 und Social Media zu Recht finden. Heute zur Relevanz von Inhalten in digitalen Medien und zur Anwendung Foursquare.

Abschliessend dürfen wir Ihnen unsere neue globale Einheit für Veränderungskommunikation, Ketchum Pleon Change, vorstellen. Sie bündelt das Wissen und die Expertise aus nationalen und internationalen Projekten, um unseren Kunden künftig global verfügbare und erprobte Kommunikationsleistungen für Unternehmen im Wandel anzubieten.

Viel Vergnügen bei der neuesten Ausgabe unseres „Horizonte“ Newsletters!

Ihr

Alexander Fink
CEO

Pleon C-Matrix Group AG

🏠 nach oben



© Fotolia

"Man kann nicht nicht kommunizieren"
Paul Watzlawick
 (1921-2007), Philosoph
 und Autor

Krisenkommunikation: Welche Rolle hat der Verwaltungsrat?

Die institutionelle Kommunikation nimmt einen immer wichtigeren Platz in der Innen- und Aussendarstellung von Unternehmen ein. Dennoch sind sich viele Verwaltungsräte dieser Entwicklung nicht bewusst und kümmern sich noch kaum darum. In der Schweiz verlangen weder Gesetze noch die Berufsorganisationen von den Verwaltungsräten, sich um die Unternehmenskommunikation im Speziellen zu sorgen. Ausgenommen davon sind heute meistens jene Aspekte der Kommunikation, welche die Aktionäre betreffen. Allgemein gilt die Devise: „Schweigen ist Gold“.

Am 4. Februar 2010 lud nun der SIVG (Schweizerisches Institut für Verwaltungsräte und Geschäftsführungsmitglieder) zahlreiche Verwaltungsräte zu einem Seminar zur Kommunikationsaufgabe des Verwaltungsrates in der Krise ein. Die Veranstaltung fand im architektonisch besonders gelungenen Centre patronal in Paudex (VD) statt. Gastredner waren François Huguenet (Managing Partner der Pleon C-Matrix Suisse Romande) und Alexander Fink (CEO Pleon C-Matrix Group AG).

Sowohl im Vortrag als auch in der nachfolgenden intensiven Diskussion bestand Einigkeit, dass die Festschreibung, welche Aufgaben und Rollen der Verwaltungsrat in der Kommunikation hat, vor allem im Ausland rasch voranschreitet. Selbst im Jahresbericht der OECD wird die Unternehmensspitze inzwischen in die Pflicht genommen: Sie hat die monetäre Dimension von Reputation und ihren –risiken immer im Auge zu behalten und aktive Reputationspflege für das Unternehmen zu leisten. Und vermehrt integrieren Unternehmen die Verantwortung des Verwaltungsrates für die Kommunikation in ihren Leitbildern oder Unternehmensreglements. Seine Aufgabe wird dabei nicht nur auf die strategische Weiterentwicklung und die Ausgestaltung der Finanzpolitik begrenzt, sondern auch auf die Sicherstellung eines hohen Reputationswertes. Dies geht soweit, dass einer vom Verwaltungsrat betriebenen Kommunikationspolitik nicht nur die Repräsentation und Pflege des Erscheinungsbildes eingeräumt wird, sondern ihr auch ein klarer Einfluss auf die Unternehmensentwicklung zugestanden wird.

Wird die Kommunikationsverantwortung der Verwaltungsräte heutzutage bereits zu wenig wahrgenommen, so ist die Frage nach ihrer Verantwortung in der Krise noch viel dringlicher. Denn gerade im Falle eines Sturms kann der Verwaltungsrat nicht einfach in der Deckung abwarten. Wie jüngst der Fall der Post gezeigt hat, wachsen in einer solchen Situation die Anforderungen und der Druck auf die Verwaltungsräte immens. Der Verwaltungsrat wird zum letzten Garanten für die Unternehmensreputation, und er muss diesem Anspruch gerecht werden.

Unter medialem Druck zeigt es sich, ob der Verwaltungsrat ganz neue Fähigkeiten im Krisenmanagement aufweist oder nicht. Professionelles

Krisenmanagement ist aber nur möglich, wenn er vorbereitet ist, die Kommunikationsaufgaben kennt und sich ihnen nicht zum ersten Mal stellen muss. In einem solchen Fall wird er viel rascher auf die unvermittelt auftretenden Herausforderungen seines Unternehmens reagieren können.

Unser Ansprechpartner in Lausanne:
Pierre-Alain Rattaz,
Tel: +41 (0)21 312 58 01
pierre-alain.rattaz@pleon.com

» Best Practice Case

📄 nach oben

Medienarbeit im Zeichen der Social Media



© Fotolia

Bei näherer Betrachtung leben wir digital. Morgens werden die Nachrichten des Tages auf dem Smartphone gelesen, im Büro flattern neben den E-Mails auch die Neuigkeiten via RSS auf den Schreibtisch und der Arbeitstag endet oft mit dem privaten Konsum des Internets sowie TV. Nur durch Selektion können wir dieser Informationsflut Herr werden. Und so geht es vielen Medienschaffenden mit den Unternehmensnachrichten und PR-Material. Dieses flattert via E-Mail, RSS-Feeds oder ähnlichen Nachrichtenkanälen auf den Schreibtisch der Journalisten. Kein Wunder geht vieles schlicht unter.

Wie schaffen wir es also, die Aufmerksamkeit der Journalisten auf uns zu lenken? Es ist so banal wie es tönt: Durch die guten, alten Nachrichtenwerte. Allen voran die Relevanz. Gleich welchen Kommunikationskanal wir wählen, nur wirklich relevante Nachrichten finden Beachtung. Im Social Media Bereich kommt noch eine Variante hinzu: Präzise auf den Bedarf des Einzelnen oder der Interessentengruppe abgestimmte Inhalte sind gefragt. Denn durch geschicktes Zuhören kann genau ermittelt werden, was die unterschiedlichen Journalisten oder Stakeholder-Gruppen benötigen. Dann gezielt und unaufdringlich den Kontakt aufzunehmen und die Inhalte von Interesse anzubieten, ist dann nur noch ein kleiner Schritt.

Zugegeben, via Twitter einen komplizierten Sachverhalt darzustellen ist schwierig. Mit maximal 140 Zeichen braucht es da schon viele Tweets. Doch das verlangt auch niemand. Verlangt wird das Angebot zum Dialog und der Informationsvermittlung. Und das ist die Währung in den Social Media: relevante Inhalte, die interessieren.

Unser Ansprechpartner in Zürich:
Olaf Grewe,
Tel. +41 (0)43 300 56 55
olaf.grewe@pleon.com

» Zahl des Tages

4 für Foursquare

Mit der Applikation Foursquare, GPS und Smartphone können sich mobile User etwa in Restaurants oder Hotels „einchecken“. Sogleich geht die Meldung via Twitter- oder Facebook-Account an die „Freunde“. Ein schönes Tool, um zu wissen, wo wer zu treffen ist. Doch PleaseRobMe.com zeigte die andere Seite der Medaille: Welche Informationen gebe ich über mich preis und was kann damit passieren? Raubt man mein Haus aus, wenn ich via Foursquare sage, dass ich nicht zu Hause bin? Machen Sie sich also Gedanken über Ihre Privatsphäre. Wir können gerne darüber reden – wenn ich weiss, wo Sie gerade sind.

Unser Ansprechpartner in Zürich:
Olaf Grewe,
Tel. +41 (0)43 300 56 55
olaf.grewe@pleon.com

» Pleon inside

🏠 nach oben

Aus dem Netzwerk: Neuer Beratungsbereich Ketchum Pleon Change



Seit Ende Januar 2010 sind die Kernkompetenzen und Expertisen der bisherigen Pleon Practice „Change & Transformation“ sowie der amerikanischen Ketchum-Tochter „Stromberg Consulting“ vereint. Damit ist der neue Beratungsbereich Ketchum Pleon Change ab sofort mit Büros in München, London, Atlanta, Chicago und New York vertreten. Die Leistungen dieses Beratungsbereiches umfassen neben den Themen Führungsverhalten und Führungsstile, Kulturprozesse und Wertevermittlung, Strategievermittlung sowie Motivations- und Engagement-Programme alle Felder der Organisationskommunikation. Darüber hinaus unterstützen Sie die Berater von Ketchum Pleon Change bei Mergers & Acquisitions, der Stärkung von Team- und Funktionseffizienz, Performance Management sowie bei Projekten zur Restrukturierung und Entwicklung von Lernumgebungen für Unternehmen und Organisationen.

Timo Sieg, Ketchum Pleon Senior Partner und CEO über den Zusammenschluss: „Das Beratungsfeld Change war in Europa eines unserer Kernbereiche und somit freut es mich zu sehen, dass es nun global ausgebaut wird. Wir bringen die Erfahrung und die Fähigkeiten von sehr vielen unterschiedlichen Mitarbeitern ein und können so unseren Kunden Best-in-Class Lösungen bieten.“

Die Berater bei Ketchum Pleon Change sind gesuchte Ratgeber für Manager und Change-Verantwortliche, die mit den richtigen Instrumenten Veränderung in Organisationen begleiten, die von den Menschen als sinnvoll erlebt werden und Teil ihrer Wirklichkeit werden.

Weitere Informationen zu Ketchum Pleon Change finden Sie unter www.ketchumpleonchange.com

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

» Impressum und Feedback



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