

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: Mit dem RaCE®-Check können Unternehmen den Reifegrad ihres Kommunikationsmanagements testen – Gartengeräte gut verpackt in Consumer-Medien positionieren – Pleon hat dafür eine Strategie entwickelt – Deutsche PR-Agenturen konnten 2008 den Honorarumsatz um 8,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern – Alexander Fink ist CEO der Pleon C-Matrix Group AG in der Schweiz

Liebe Leserinnen und Leser



Nach einem langen, ausdauernden Winter ist der Frühling endgültig auf dem Vormarsch. Höchste Zeit, die Geräte aus dem Schuppen zu holen, um den Garten wieder in Form zu bringen. Doch wie gelingt es, beispielsweise Rasenmäher oder Gartenscheren in Consumer-Medien wie «Annabelle» zu positionieren? Pleon hat dazu eine dreistufige Medienstrategie entwickelt. Wie das genau funktioniert, zeigt Ihnen unser „Best Practice Case“.

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

Den Frühling spüren auch die PR-Agenturen Deutschlands. 2008 konnten sie den Honorarumsatz um fast 9 Prozent steigern. Dieser erfreulichen Tatsache haben wir unsere „Zahl des Tages“ gewidmet. Für 2009 wird im deutschsprachigen Raum allerdings mit Etat-Kürzungen gerechnet.

In Zeiten knapper Ressourcen ist es für Unternehmen wichtig zu wissen, wie effektiv und effizient ihr Kommunikationsmanagement greift. Hier bieten wir unseren Kunden mit dem RaCE®-Check eine rasche und wirkungsvolle Situationsanalyse. Der RaCE®-Check testet entweder als Workshop oder Umfrage den Reifegrad Ihres Kommunikationsmanagements. Mehr darüber in unserer Rubrik „Impulse“.

Einen aktuellen Überblick über die Stossrichtung und Leistungen unserer Agentur, der ich seit 1. April als CEO vorstehe, finden Sie schliesslich unter „Pleon Inside“.

Viele positive Impulse und Anregungen beim Lesen des Newsletters wünscht Ihnen

Ihr

Alexander Fink
CEO

» Impulse

🏠 nach oben



© fotolia

Den Reifegrad der Kommunikation checken

Mit RaCE®-Check erfahren Unternehmen, wie weit ihr Kommunikationsmanagement entwickelt ist. Das neue Modul identifiziert erfolgskritische Faktoren und liefert Empfehlungen zur weiteren Optimierung.

Der RaCE®-Check wurde als Teil von RaCE® von Pleon C-Matrix in Zürich zusammen mit der Beratungsfirma Business Media AG in St. Gallen entwickelt. In einem weitgehend standardisierten Verfahren erhalten Unternehmen eine zügige Standortbestimmung ihres Kommunikationsmanagements: Kern dieser Situationsanalyse bildet die Erfassung der Kommunikationskultur und -strategie, der Kommunikationsziele, -massnahmen und -prozesse sowie der bisherigen Erfolgskontrolle.

„Ein guter Verkäufer ist ein guter Berater und hat stets den Vorteil des Kunden im Auge ohne zu vergessen, dass auch das eigene Unternehmen überleben muss.“
Max Putzler, deutscher Unternehmer (1915 – 1998)

Hierfür können Unternehmensleiter oder Kommunikationsverantwortliche zwischen einer Umfrage oder einem moderierten Workshop wählen. Anhand einer gezielten Befragung bzw. Bearbeitung ausgewählter Themen werden so erfolgskritische Faktoren und potenzielle Möglichkeiten im Kommunikationsmanagement des betroffenen Unternehmens identifiziert.

Innerhalb einer Woche bekommt der Kunde die Ergebnisse zur Ist-Situation und daraus abgeleiteten Handlungsfeldern präsentiert. Der schriftliche Bericht enthält überdies konkrete Empfehlungen zur Erarbeitung eines Massnahmen-Portfolios. „Mit dem RaCE®-Check erhalten unsere Kunden schnell und kostengünstig eine fundierte Diagnose und bedarfsgerechte Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen. Das neue Modul unterstützt Unternehmen dabei, ihr Kommunikationsmanagement so zu optimieren, dass damit eine maximale Wirkung hinsichtlich Reputation, Ressourceneinsatz und Wertbeitrag erzielt werden kann“, so Alexander Fink, CEO bei Pleon C-Matrix.

Unser Ansprechpartner in Zürich:

Olaf Grewe

Tel.: +41 (0)43 300 56 55

olaf.grewe@pleon.com

» Best Practice Case

🏠 nach oben

Gartengeräte für Consumer-Medien gut „verpackt“

Für einige Produkte ist der Weg in neue Zielmedien oft schwer. So



© fotolia

„Man soll seinen
Garten pflegen.“
Voltaire, Schriftsteller
und Philosoph (1694 –
1778)

wurde Pleon von einem internationalen Konzern gebeten, die Produkte der Geschäftseinheit „Gartengeräte“ in Consumer-Medien zu positionieren. Doch wie wird ein Rasenmäher für «Annabelle» & Co interessant?

Pleon hat dazu eine dreistufige Medienstrategie entwickelt: Um bei den Consumer-Medien überhaupt Interesse zu wecken, wird das Produkt als erstes in einen emotionalen und unterhaltsamen Zusammenhang gestellt. Dabei bilden allgemeinere Themen wie beispielsweise „Gartendesign“ oder „Gartenpflege“ den Rahmen für den Einsatz des Geräts, das so zunächst nicht unmittelbar im Vordergrund steht.

Praktische Verwendung demonstrieren

In einem zweiten Schritt werden konkrete Einsatzmöglichkeiten des Geräts kommuniziert, um so die Kompetenz des Unternehmens und die Relevanz des Produktes zu belegen. Hierfür eignen sich u.a. Step-by-Step-Anleitungen mit ansprechenden Fotostrecken oder Tipps von ausgewiesenen Experten. Beispielsweise verraten bekannte Gartenplaner in „Annabelle“, was es bei der Rasenpflege (u.a. mit dem Rasenmäher) zu beachten gilt und wann der grüne Teppich vertikutiert und gelüftet werden sollte.

Technische Details beschreiben

In einem letzten Schritt rückt das Produkt selbst in den Vordergrund. So werden Beschreibungen dazu über die klassischen Produktkommunikationsmittel vermittelt. Beispielsweise erläutern (v.a. für Fachpublikationen interessante) Meldungen die technischen Eigenschaften des neuen Produkts. Dabei werden insbesondere die Funktionen hervorgehoben, mit denen sich das Gerät von denen der Mitbewerber unterscheidet: Beim Rasenmäher ist es etwa der Aspekt eines besonders leichten und umweltfreundlichen Geräts. Neben klassischen Medienmitteilungen, etwa zum Produktlaunch, können diese Informationen auch via gesponsorte Preisrätsel transportiert werden.

Bedürfnisse erkennen

Egal ob Sponsoringaktivitäten, klassische Medienmitteilungen oder Expertentipps – wichtig ist, die Massnahmen zur Platzierung von Produkten jeweils auf die Bedürfnisse des Zielmediums und der Zielgruppen abzustimmen: In Fall von Annabelle gilt es also, eher trocken-technische Produktinhalte gut verpackt an die LeserInnen zu bringen.

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

Deutsche PR-Agenturen konnten 2008 den Honorarumsatz um 8,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr steigern

Laut dem im PR-Journal veröffentlichten deutschen Gesamt-PR-Ranking melden 143 Agenturen und Berater für letztes Jahr 483,74 Millionen Euro an Honoraren und 4533 Mitarbeiter. Spitzenreiter Pleon beschäftigt an acht Standorten Deutschlands 366 Angestellte und erzielte 2008 einen Honorarumsatz von 50,7 Millionen Euro. Für 2009 erwarten führende Branchenvertreter wie Frank Behrendt, Chef der Pleon Deutschland, erstmals seit der Erhebung vor 15 Jahren einen Rückgang der Honorare und Mitarbeiter.

» Pleon inside

🏠 nach oben



© Peon C-Matrix

Alexander Fink ist CEO der Pleon C-Matrix Group AG in der Schweiz

Am 1. April hat Alexander Fink als CEO die Leitung von Alfred Köcher übernommen, der dem Unternehmen als Präsident des Verwaltungsrats verbunden bleibt. Der Fokus liegt künftig auf der Positionierung als internationale Corporate Communication- und Corporate Publishing-Agentur.

Als Managing Partner von Pleon Deutschland wechselte Alexander Fink vor drei Jahren in die Schweiz. Bei Pleon C-Matrix baute der Kommunikations-Profi den Bereich der Change-Beratung auf nationaler und internationaler Ebene sukzessiv aus. Letzten Juli übernahm der 41-Jährige von Alfred Köcher die Standorteitung des Züricher Büros, ehe er nun zum CEO der Pleon C-Matrix Group AG ernannt wurde. Alfred Köcher präsidiert künftig den Verwaltungsrat, der mit Gebi Küng und Max Schnopp im vergangenen Jahr um zwei weitere Mitglieder verstärkt wurde.

Fullservice-Anbieter mit zwei Standbeinen

Neben dem Hauptstandort in Zürich ist Pleon C-Matrix über «Rochat & Partnaires» auch in Lausanne vertreten. Als Schweizer Organisation von Europas grösster PR-Agentur Pleon kann die Gruppe direkt auf ein weltweites Netzwerk von 1000 Kommunikationsexperten zugreifen. „Mit unseren beiden Standbeinen „Corporate Communications“ und „Corporate Publishing“ bieten wir zudem in der Schweiz einen einzigartigen Service in der Beratung und Umsetzung von Kommunikationslösungen“, betont Alexander Fink.

Die Leistungen innerhalb von Corporate Communications umfassen Media Relations, Crisis & Issues Management, Change & Internal Communication, Corporate Communications & Corporate Campaigning, Product Communication, Wirkungsmessung und Kommunikationssteuerung (RaCE®). Mit ihrer Corporate Publishing-Unit entwickelt und implementiert Pleon C-Matrix alle Arten von gedruckten und digitalen Unternehmenspublikationen.

Internationales Know-how kombiniert mit Schweizer Präzision

Zu den Kunden gehören nationale KMU, Grossunternehmen, Behörden und Organisationen ebenso wie internationale Konzerne. Die Agentur deckt sämtliche Schlüsselbereiche ab, insbesondere die Informationstechnologie und Telekommunikation, das Finanz- und Versicherungswesen sowie den Gesundheitssektor. Über 25 Mitarbeiter betreuen nicht nur Schweizer sondern auch internationale Projekte und nutzen dabei das Kommunikations-Know how sowie die Branchenkenntnisse innerhalb der Pleon-Gruppe.

Mehr Informationen finden Sie unter www.pleon.ch.


Unser Ansprechpartner in Zürich:

Alexander Fink

Tel. +41 (0)43 300 56 60

alexander.fink@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