

Kommunikations-Controlling: Ressourceneinsatz und Wertschöpfung

Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Kommunikationskongress 2009 | Berlin | 10. September 2009



Hintergrund

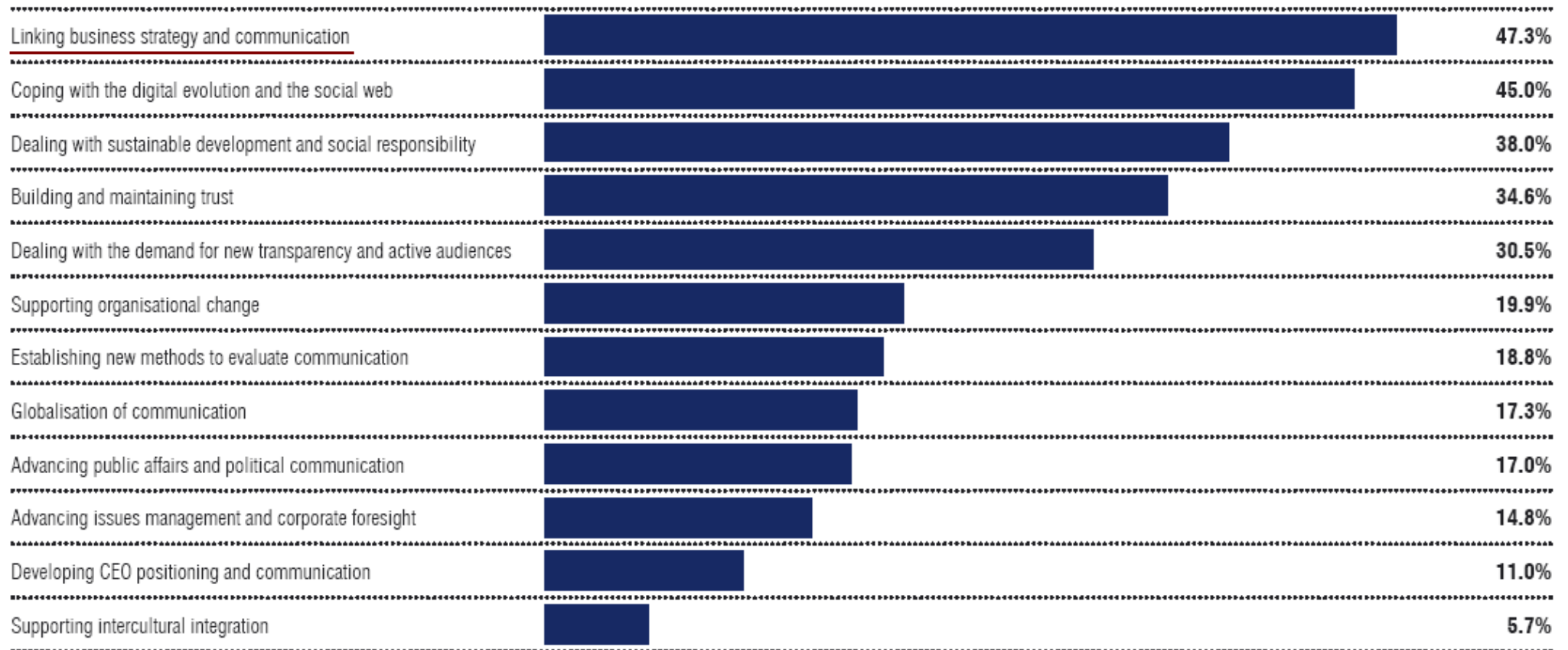
Universität Leipzig Kompetenzzentrum Strategie & Wertschöpfung

- _ Wissensportal communicationcontrolling.de
- _ Corporate Communication Cluster Vienna
- _ Evaluations-Projekte mit Unternehmen
- _ Internationale empirische Studien
- _ Aktuelle Publikationen zum Thema u.a.:
 - Immaterielle Vermögenswerte (Okt. 09)
 - Wertschöpfung durch Kommunikation (Dez. 09)
 - Reputationsmessung (Apr. 09, PDF)

www.communicationmanagement.de



Herausforderung Nr. 1 für die PR in Europa: Kommunikation muss Unternehmensziele unterstützen



www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2009 / n = 1,863 PR Professionals from 34 European countries; Q 6: Here are some issues that might become relevant for public relations and communication management within the next three years. Please pick those 3 items which are most important from your point of view.

... denn viele PR-Profis schöpfen ihr Potenzial nicht aus



www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2009 / n = 1,863 PR Professionals from 34 European countries; Q 7: In your daily work, how much do you focus on supporting business goals by planning and executing communication? (1 = not at all; 7 = very much) / ... how much do you feel responsible for helping to define business strategies? (1 = never; 7 = always).

... und die Erfolgsrechnung hat systematische Grenzen

Erfolgskriterien von Kommunikationsmanagern

Bekanntheit, Image, Medientenor, Kontakte, Marktanteil, ...

→ Positive Korrelationen und Kausalitäten schwer nachweisbar

Perspektive des Rechnungswesens

Aufwendungen für Kommunikation als Kosten (Gewinnminderung)

→ bislang keine verursachungs- und zweckgerechte Zuordnung möglich

Wertschöpfungsorientierte Kommunikation als Lösungsansatz

Aufwendungen vs. Kapitalwert künftiger Geldströme (Cash Flow)

→ genaue Analyse der Wirkungsketten notwendig

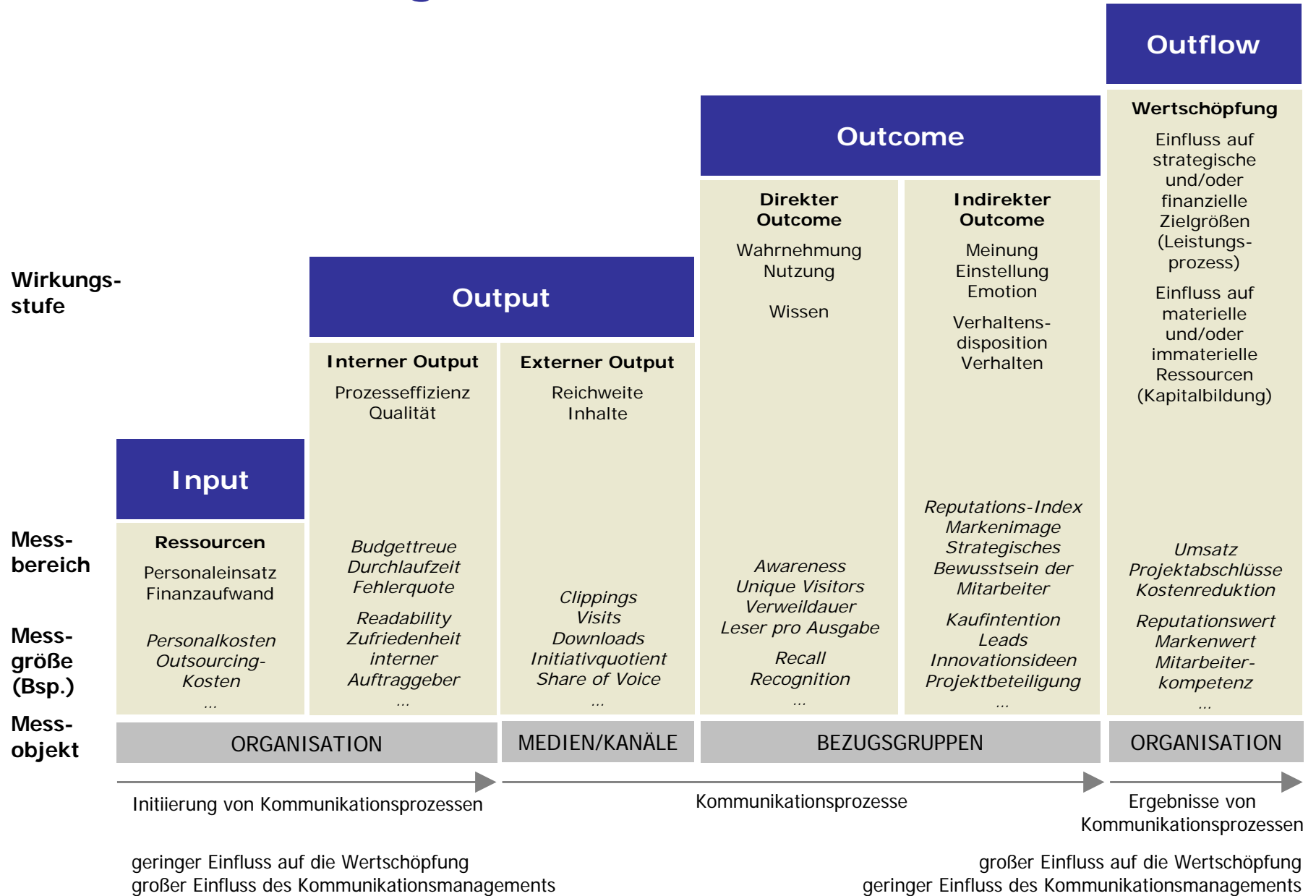
Was Kommunikations-Controlling leisten kann

KC / Communication Performance Management

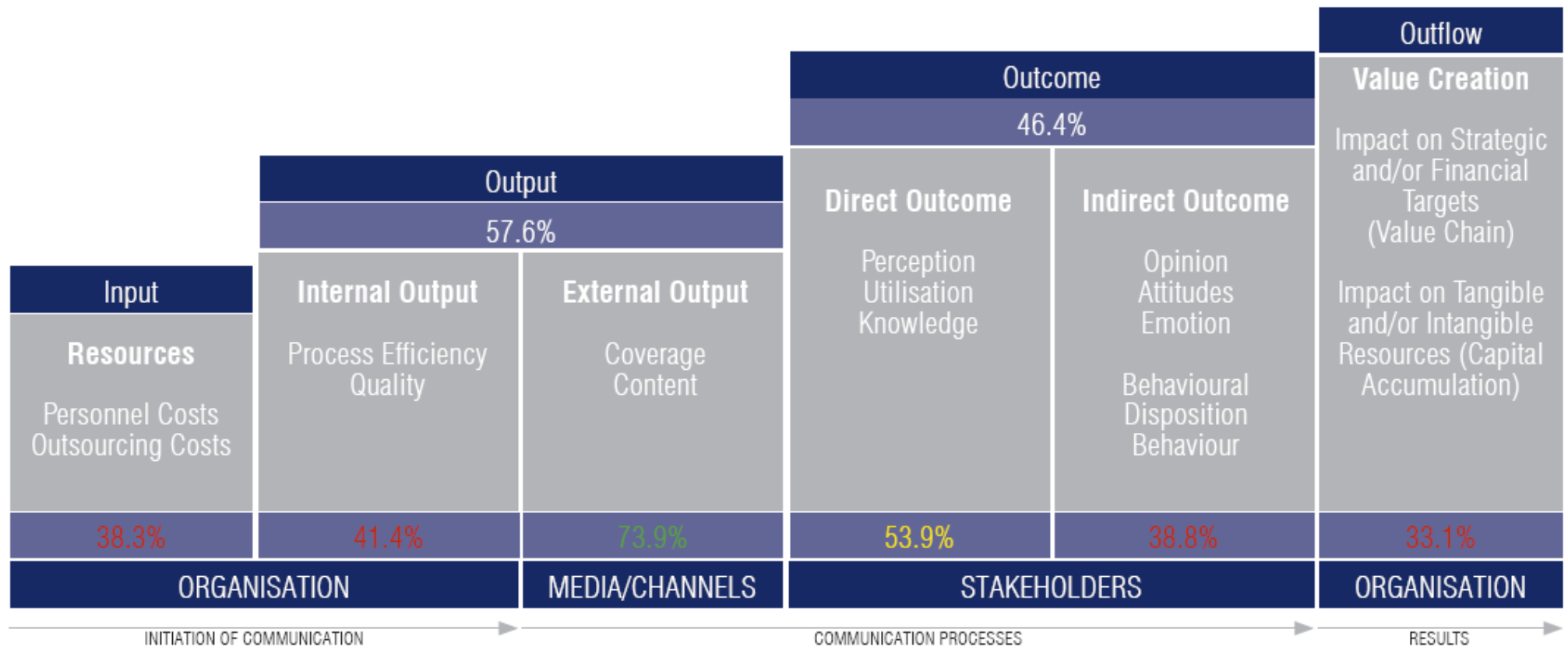
- _ analysiert Management- und Umsetzungsprozesse der Unternehmenskommunikation
- _ bildet Wirkungszusammenhänge ab
- _ definiert Messgrößen und Evaluationsmethoden
- _ hilft bei der Auswahl von Analyse-Dienstleistern
- _ bereitet Ergebnisse für die Steuerung auf



DPRG/ICV-Bezugsrahmen



Die Realität in Europa 2009: gemessen wird der Output, nicht der Ressourceneinsatz und die Wertschöpfung



www.communicationmonitor.eu / Zerfass et al. 2009 / n = 1,863 PR Professionals from 34 European countries; Q 9: Which items do you monitor or measure to assess the effectiveness of public relations / communication management? (1 = do not use at all; 5 = use continuously; methods used = scale points 4-5). Figures depicted within the DPRG/ICV (2009) framework for communication measurement, www.communicationcontrolling.com.

Mehr Informationen und Kontakt



Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol. habil.

Universität Leipzig

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft

Burgstr. 21

D-04109 Leipzig

www.communicationmanagement.de

zerfass@uni-leipzig.de

