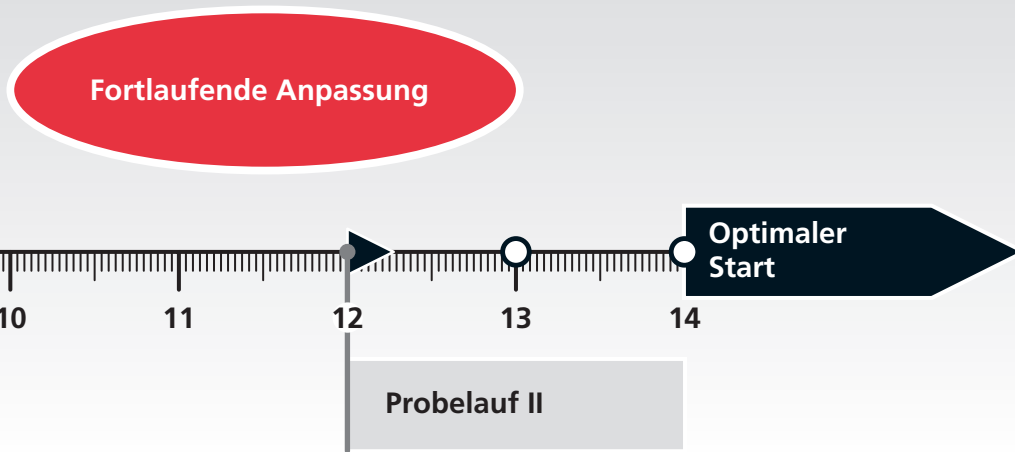


rdn

on
projekten



ziellen Kennziffern wie Unternehmenswert und Budgetentwicklung durch das CommunicationControlCockpit in einen aussagefähigen Zusammenhang gebracht werden.

Bevor es allerdings als fester Bestandteil auf dem Armaturenbrett der Unternehmensfüh-

rung integriert wird, sollten die verantwortlichen Kommunikationsmanager Erfahrungen damit gesammelt haben, wie sich ihre eigene Arbeit damit zielführender steuern lässt. Dabei werden sie zwei interessante Erfahrungen machen: Mit der Einführung des CommunicationControlCockpit ändert sich binnen weni-

ger Monate die interne Organisation in den Kommunikationsabteilungen. Und in der Diskussion mit dem Top-Management wird häufiger die Frage gestellt: Welche Auswirkungen wird eine bestimmte strategische Entscheidung auf Image- und Unternehmenswert aus Sicht der Kommunikation haben?

Fallbeispiel:

Norddeutscher Energieversorger

Ein norddeutscher Energieversorger hat sich als umweltfreundlicher Anbieter von Energien und Wasser positioniert. Konsequenterweise hat er in den vergangenen Jahren den Stromanteil aus regenerativen Energien ausgebaut.

Marktbefragungen zeigen: 35 Prozent der Kunden identifizieren sich überaus stark mit der ökoorientierten Unternehmenspolitik. 55 Prozent der befragten Kunden finden sie zwar gut, aber es spielt für die Entscheidung, bei dem Energieversorger zu bleiben, nur eine untergeordnete Rolle. 10 Prozent der Stromabnehmer sind als preissensibel zu betrachten und können sich einen Wechsel vorstellen.

Doch auch hier gibt es Trägheitseffekte, die einen Wechsel nicht sehr wahrscheinlich machen.

Kein Kundenzuwachs im gesättigten Markt

Obwohl in den vergangenen drei Jahren der Imagewert (Imex) des Energieversorgers um

über 20 Prozent angestiegen ist – insbesondere aufgrund der Werbung, der PR und des regionalen Öko-Sponsorings –, sank der jährlich geschaffene Unternehmenswert (Economic Value Added = EVA) in dieser Zeit um 8 Prozent. Die Ursache: Der Energieversorger mit einer Abdeckungsquote der privaten

Bitte lesen Sie auf Seite 8 weiter ▶

