

Gewinner und Verlierer

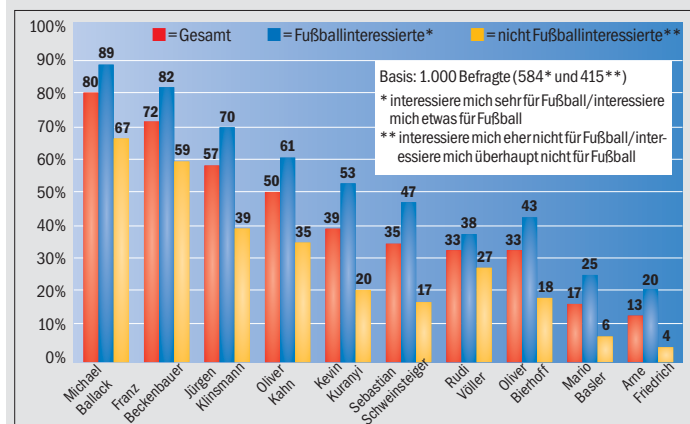


Gewinner: Alfred Autischer
Der bisherige Österreich-CEO der Agentur Trimedia übernimmt die Verantwortung für die gesamte D/A/CH-Region und damit auch für Deutschland und die Schweiz. Österreichischen Kunden bleibt der langjährige Kopf der Wiener Agentur als Berater erhalten. Neuer Chef in Wien ist Sepp Tschernutter, der die drittgrößte Agentur des Landes mit aufgebaut und in den vergangenen fünf Jahren als Managing Director geprägt hat. Hintergrund der Personalien ist die Erweiterung der Trimedia-Gruppe auf 26 Standorte in elf europäischen Ländern. Bodo Kirf, CEO der Agentur in Deutschland, steigt zum Vice President Trimedia International auf.



Verlierer: „Paule“
Maskottchen zu entwickeln, ist immer ein schwieriges Unterfangen. Die Namensgebung ebenso. Besonders Verbände tun sich da schwer. So klingt „Paule“ dann auch nicht besonders pfiffig, sondern eher wie der Kosename eines Stammtischgesellen. Aber egal: Das neue DFB-Maskottchen soll schließlich Fußball affin sein, und das ist der stilisierte Adler in schwarzen Gefieder wohl in den Augen des Deutschen Fußball Bunds. Vielleicht ist Paule ja gar kein Adler sondern ein Rabe! In der mythologischen Tierwelt steht der für die dunkle Seite der Welt. So gesehen würde er auch besser zur derzeitigen Situation des DFB passen.

Barometer: Fußballpromis in der Werbung



Als Testimonialgeber hat Nationalspieler Michael Ballack die Nase vorn. Acht von zehn Befragten geben an, den Kicker in den letzten sechs Monaten in einer Werbung bemerkt zu haben. FC Bayern München-Präsident und Viel-Werber Franz Beckenbauer belegt nur Platz zwei. Die Marktforscher von Ipsos hatten in Kooperation mit der Zeitschrift „planung & ana-

lyse“ in einer repräsentativen Onlinebefragung 1.000 Menschen zwischen 15 und 64 Jahren zur Bekanntheit von Fußballern in der Werbung befragt.



Scorecard-Sege n für die Firmen-Website

Führende Konzerne haben in einer gemeinsamen Initiative Standards für die Online-Kommunikation definiert

Von Sebastian Vesper
Vertreter von Telekom, RWE, Schering, Siemens, TUI, MLP, Degussa und anderen Unternehmen haben sich dazu unter dem Namen Web Excellence Forum (WebXF) zusammengeschlossen. Treibende Kraft hinter dem eingetragenen Verein sind Christian Bachem und Michael Heine, beide seit etwa einem Jahrzehnt als Berater für Online-Kommunikation aktiv. Ziel von WebXF ist es, den nunmehr entwickelten Industriestandard zum Qualitätsmanagement von Unternehmens-Websites zu erweitern und im deutschsprachigen Raum zu verankern. Einige der beteiligten Unternehmen nutzen das System bereits für ihre internationalen Tochtergesellschaften. Mit dem Controlling-Verfahren sollen Kommunikationsverantwortliche die Qualität ihrer Online-Aktivitäten zuverlässig mes-



Messen, bewerten, steuern – Der WebXF-Vorstand: Christof Hafkemeyer (v.l.), Michael Heine und Christian Bachem

sen, bewerten und steuern können. Darüber hinaus lasse sich künftig „der Wertschöpfungsbeitrag der Kommunikation in Euro und Cent nachweisen“, erklären die WebXF-Leute. Kernstück des

Systems ist eine Balanced Scorecard mit etwa 100 Kriterien und einer Gewichtungslage, die sich innerhalb definierter Parameter auf die Art des Unternehmens adaptieren lässt.

Ein Beispiel für ein relativ einfaches Kriterium ist die Zahl der PDF-Dokumente, die vom Firmenserver heruntergeladen werden. Bachem: „Statt nur die Anzahl der Downloads zu messen,

wird sie in Beziehung dazu gesetzt, welche Bedeutung das einzelne PDF und seine Inhalte im Hinblick auf die Kommunikationsstrategie haben.“ Auf diese Weise lässt sich auch ermitteln, was es gekostet hätte, einen klassischen Kommunikationsweg (Druck, Versand) zu beschreiten.

Balanced-Scorecard-Systeme werden in der Unternehmenskommunikation bereits seit einiger Zeit diskutiert. Verantwortliche, die damit arbeiten, hatten wiederholt den Nachteil ins Feld geführt, dieses Prinzip eigne sich zwar durchaus zur Steuerung, nicht aber zur Bewertung von Kommunikation. Laut Bachem ist das beim WebXF-Modell nicht der Fall, denn hier werde rein kanalspezifisch die Online-Welt analysiert anstatt die gesamte Unternehmenskommunikation zu erfassen.

Die Zusammenführung beider Perspektiven steht freilich auf der Agenda des Vereins, der unter www.webxf.org weitere Informationen bereithält.

Mit den Regeln brechen

Bei der achten Ausgabe des Medienkongresses „hamburger dialog“ gibt es auch in diesem Jahr wieder eine spezielle Programmleiste „Corporate Communications“ in Zusammenarbeit mit dem PR Report. Das Dachthema des Kongresses (31. Mai/1. Juni), der unter anderem mit spartenübergreifendem Wissenstransfer und interaktiven Präsentationsformen lockt: „Breaking the rules: Unternehmen und Medien – Mit Tabubruch auf Erfolgskurs?“ Über veränderte Regeln für Kommunikationspolitik im Zeichen der Großen Koalition diskutieren zum Auftakt der PR-Leiste unter Moderation von Hans-Ulrich Jörges („stern“) unter an-

deren die Sprecher Peter Klotzki (Gesamtmittel) und Thomas Voigt (Otto Group) sowie Detlev Samland (Pleon). Weitere Themen in diesem Programmbereich sind Interne Kommunikation (Andreas Parchmann, Philips), Blogs und wie sie wirklich funktionieren (Stefan Keuchel, Google, Felix Ahlers, Frosta, und „PR-Blogger“ Klaus Eck) sowie „Wenn Unternehmen zu TV-Veranstaltern werden“ (mit Burkhard Tewinkel, Deutsche Bahn, und Thomas Geiger, Atkon). Erstmals laden die Kommunikationsverbände ADC, GPRA, GWA und OMG zu einem „Qualifizierungsgipfel“. Informationen: www.hamburger-dialog.de.

Bauer kommt zu BAT

Wechsel beim Zigarettenkonzern British American Tobacco (BAT): Auf den bisherigen Senior Corporate Communications Manager Rainer Stubenvoll folgt Ulf Bauer, der ab dem 30. April dessen Platz einnehmen wird. Bauer war zuvor bei der Deutschen Post World Net, zunächst Leiter der Unternehmenskommunikation für Süddeutschland, dann persönlicher Referent des Vorstandsvorsitzenden Klaus Zumwinkel. Rainer Stubenvoll (56) wird nach 20-jähriger Firmenzugehörigkeit dem Unternehmen als freier Berater erhalten bleiben. Unter anderem wird er die Pressearbeit der Raymond Loewy Foundation betreuen. Der Namensge-



Rainer Stubenvoll
ber der Stiftung war der Designer der Packungen der BAT-Marke Lucky Strike. (pb)

Klingberg verlässt die Bahn-Zentrale

Nach sechs Jahren in der Kommunikation der Deutschen Bahn wird Konzernsprecher Werner W. Klingberg von Mitte Juli an Bevollmächtigter des Unternehmens in Stuttgart. Er folgt in Baden-Württemberg auf Peter Schnell, der in den Ruhestand tritt. Neuer Konzernsprecher in der Berliner Zentrale wird – nach der Bilanzpressekonferenz am 1. April – Oliver Schumacher, bisher Leiter Internationale Kommunikation. Das Unternehmen hatte kürzlich die Kommunikationsabteilung umstrukturiert und mit dem Marketing-Bereich unter der Leitung des Generalbevollmächtigten Ralf Klein-Börling verschmolzen (PR Report 03/2006). (sv)

TELEGRAMM

Malte Dringenberg spricht bei der Fiat Automobil AG in Frankfurt für die Marken Alfa Romeo und Lancia. Der 37-Jährige war zuvor als Pressesprecher für die Motorsport-Kommunikation der Adam Opel GmbH verantwortlich. Dringenberg ersetzt Christian Thanascas, der zur Suzuki International Europe GmbH in Bensheim gegangen war.

Wolfgang Straßmeir (42) ist neuer Pressesprecher des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie (BPI) in Berlin. Zuvor war Straßmeir fünf Jahre für die Lobbyarbeit sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Freien Verbandes Deutscher Zahnärzte verantwortlich.

Um seine Kontakte zu den Hauptstadtreaktionen sowie zu den Öffentlichkeitsbereichen der Ministerien und Parlamentsfraktionen zu intensivieren, hat der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) Rosemarie Folle (52) nach Berlin geholt. Sie fungiert jetzt als Pressesprecherin. Zuvor war sie für den Verband als Referentin für Öffentlichkeitsarbeit in Köln tätig gewesen.

Das Telekommunikationsunternehmen O2 Germany in München, dessen britische Muttergesellschaft von der spanischen Gesellschaft Telefonica übernommen wurde, verliert seinen Leiter Presse. Stefan Zuber (40) verlässt den Mobilfunkanbieter inoffiziell Ende dieses Monats. Seine Nachfolge war bei Redaktionsschluss nicht geregelt.

André Schirmer verstärkt die PR der Autostadt in Wolfsburg. Der Journalist (44) leitet seit Jahresbeginn das PR-Team gemeinsam mit Regina Barthel. Schirmer war zuvor als Sprecher für RTL2, MTV und Amazon tätig, zuletzt wirkte er freiberuflich als Berater.