



Entwicklung und Implementierung eines Steuerungssystems für die Unternehmenskommunikation*

Case Study



*Nominiert für den Deutschen PR-Preis 2009

Die maßgebliche Zielvorgabe für das Communication Performance Management (CPM) der Deutschen Telekom AG lautete, die Kommunikationsleistung und -wirkung der unterschiedlichen Abteilungen innerhalb der Unternehmenskommunikation durch ein einheitliches, kennzahlenbasiertes Reporting für das Management transparenter darzustellen. Die Effizienz und Effektivität der Kommunikation insgesamt, aber auch einzelner Maßnahmen, sollten durch ein integriertes Steuerungssystem verbessert und überprüfbarer werden.

Die Einführung verlief in vier Schritten von Analyse, Konzeption, Operationalisierung und Reporting. Die vereinbarten Kennzahlen stammen fast ausschließlich aus bereits beauftragten Studien und Analysen, so dass kaum Folgekosten für zusätzliche Datenerhebungen entstanden. Zum internen Reporting der Kennzahlen werden Communication Dashboards mit integrierten Scorecards verwendet. Die Akzeptanz des Steuerungssystems im Bereich Corporate Communications wird durch die Einrichtung einer eigenständigen Abteilung für die Steuerung bestätigt.

