

ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH
Hofer Straße 1 • D-81737 München
Telefon: (089) 67 91 72-0 • Fax: (089) 67 91 72-79



Ansprechpartner für die Medien: Prof. Michael Bürker
Geschäftsführender Gesellschafter
E-Mail: michael.buerker@commendo.de
Internet: www.commendo.de

Medien: Fachmedien Kommunikation/Marketing
Datum: 27. Mai 2008
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.231

PRESSEINFORMATION

1 **Neuer „ComPass“ für**
2 **Unternehmenskommunikation**
3 **Professor Michael Bürker und ComMenDo Agentur für**
4 **UnternehmensKommunikation entwickeln integriertes**
5 **Konzept für Evaluation und Controlling**

6 **München (27.05.2008) – Immaterielle Werte, wie die**
7 **Wahrnehmung des Unternehmens bei Aktionären, der**
8 **Meinungstenor der medialen Berichterstattung oder**
9 **die Empfehlungsbereitschaft der eigenen Kunden, tra-**
10 **gen maßgeblich zum Erfolg eines Unternehmens bei.**
11 **Sie bestimmen bereits heute über 50 Prozent seines**
12 **Wertes. Kommunikation kann diese Werte in hohem**
13 **Maße beeinflussen. Mit dem "ComPass" hat die**
14 **Münchner Agentur unter Federführung von Prof. Mi-**
15 **chael Bürker ein integriertes System zum Messen, Be-**
16 **werten und Steuern der Unternehmenskommunikation**
17 **entwickelt.**

18 Der „ComPass“ (Communication Performance Alignment
19 Strategy System) ist modular aufgebaut. Er ermöglicht,
20 Kommunikation differenziert nach Handlungsfeldern, An-
21 spruchsgruppen, Zielen und Maßnahmen zu messen und
22 zu bewerten – von der Evaluation einer Einzelmaßnahme

23 bis hin zur gesamten Unternehmenskommunikation. Das
24 System ist zudem anschlussfähig an bereits bestehende
25 Balanced-Scorecard-Modelle.

26 „Umfragen zeigen, dass viele Kommunikationsverant-
27 wortliche bis heute bestreiten, dass Kommunikation mess-
28 bar ist. Die wissenschaftliche Forschung zeigt das Gegen-
29 teil“, erklärt Prof. Bürker. In der Praxis seien sich Unter-
30 nehmer und Manager über die Bedeutung von Kommuni-
31 kations-Controlling zwar einig, dennoch würden etwa ein
32 Drittel der Unternehmen nicht einmal Medienresonanz-
33 Analysen durchführen – geschweige denn Befragungen.
34 Dabei müsse Kommunikations-Controlling nicht undurch-
35 sichtig, kompliziert und teuer sein. „Wir setzen auf indivi-
36 duell ausgerichtete Evaluationsmethoden nach dem aktuel-
37 len Stand der Forschung ohne uns in Fachchinesisch zu
38 verlieren“, so Bürker.

39 Sinnvoll sei es, nicht mehr als fünf Prozent des gesamten
40 Kommunikationsbudgets für Evaluation einzusetzen.
41 Auch deshalb sei eine individuelle Anpassung des Kon-
42 zepts an die jeweiligen Kundenwünsche und -
43 anforderungen wichtig. Mit ihrem Ansatz will die Agentur
44 vor allem mittelständische Unternehmen ansprechen, die
45 an einer effektiven und effizienten Kommunikation inte-
46 ressiert sind und keine Lösung von der Stange wollen.

47 * * *

48 Der Abdruck ist frei. Wir bitten um ein Belegexemplar.

49 * * *

50 ComMenDo Agentur für UnternehmensKommunikation GmbH ist
51 eine unternehmerische Medien- und Kommunikationsberatung. Sie
52 wurde 1995 gegründet und betreut Unternehmen, Organisationen und
53 Verbände in allen Fragen der internen und externen Kommunikation.
54 Kernkompetenz ist die strategisch ausgerichtete Medien- und Öffent-
55 lichkeitsarbeit in den beiden Themen- und Branchen-Schwerpunkten
56 „Banken & Versicherungen“ sowie „Bauen & Wohnen“. Dabei setzt
57 die Agentur auf Impulse aus Analysen und Evaluation durch den Ein-
58 satz von Methoden und Instrumenten der empirischen Sozialfor-
59 schung.