

EN

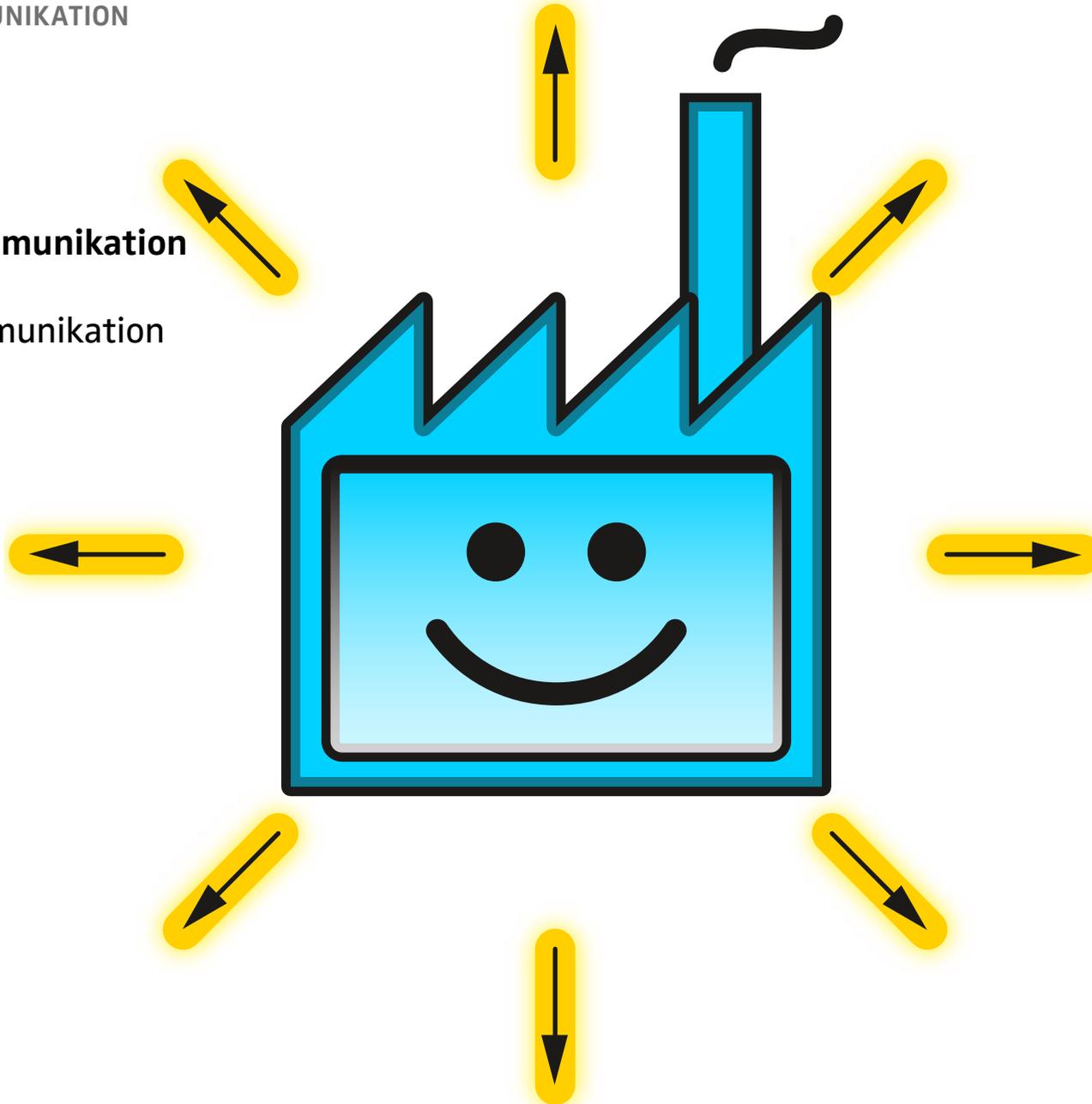
Workshop

Möglichkeiten und Wirkungsweisen  
effizienter Unternehmenskommunikation

MUNIKAT

**Unternehmenskommunikation**

... umfasst die Kommunikation  
nach außen

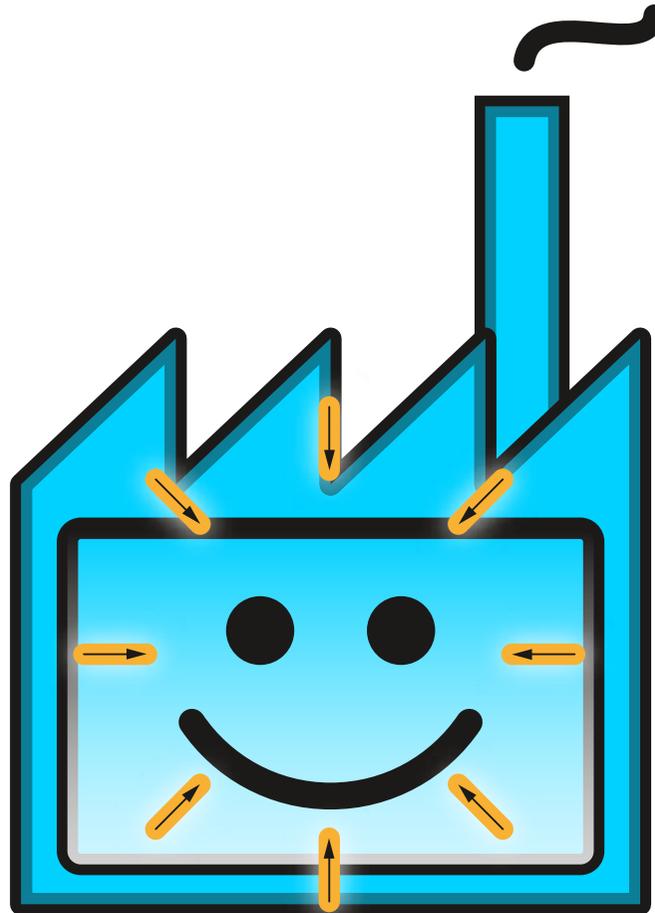


HANSEN  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

## Unternehmenskommunikation

... und  
nach innen



### **An wen richtete sich die Kommunikation?**

- Mitarbeiter
- potentielle Mitarbeiter
- Kunden
- Interessenten
- Geschäftspartner
- Lieferanten
- Anteilseigner / Aktionäre
- Anrainer
- Stakeholder
- Öffentlichkeit

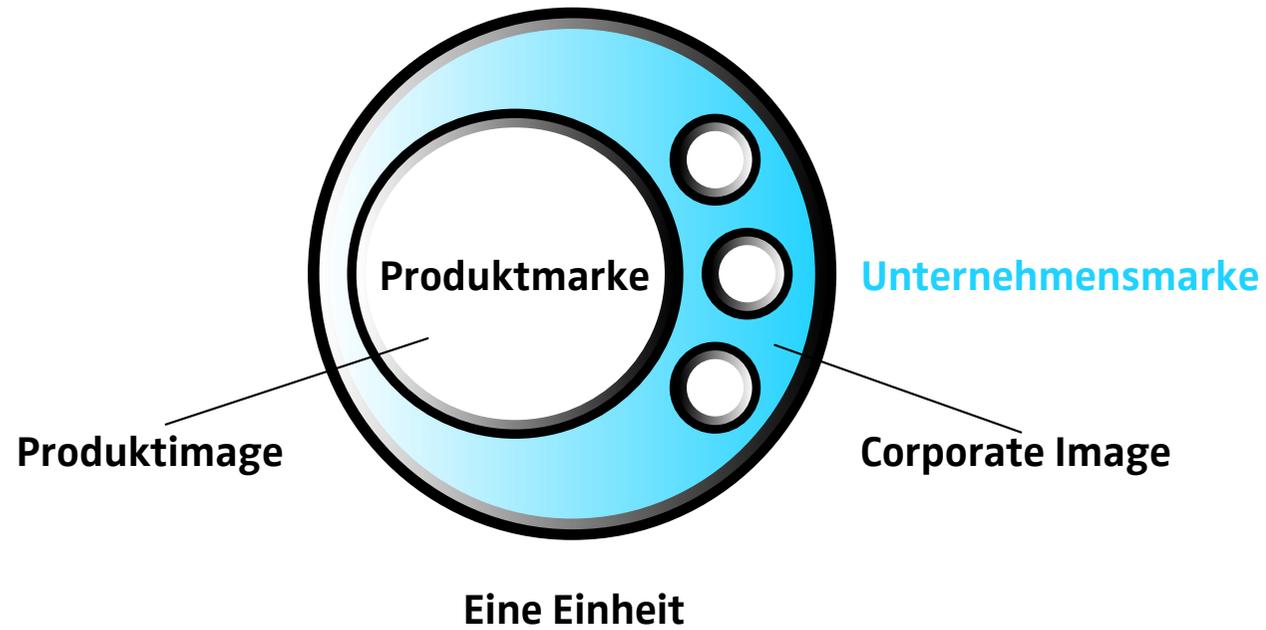
**Teilbereiche sind:**

- Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit
- Marketing
- Interne Kommunikation
- Personalkommunikation (+Employer Branding)
- Finanzkommunikation
- Nachhaltigkeitskommunikation
- Corporate Branding

### **Welche Ziele werden verfolgt?**

- Kundengewinnung / -bindung
- Mitarbeitergewinnung
- Mitarbeiterbindung
- Investorengewinnung / -bindung
- Gewinnung von Geschäftspartnern
- Image- und Markenbildung
- Krisenprävention
- Aufbau von Vertrauen

## Markenbildung



**HANSEN**  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

The word "Henkel" is written in a bold, red, sans-serif font. It is centered within a thick red oval outline. The entire graphic is set against a plain white background.

**Henkel**

**HANSEN**  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

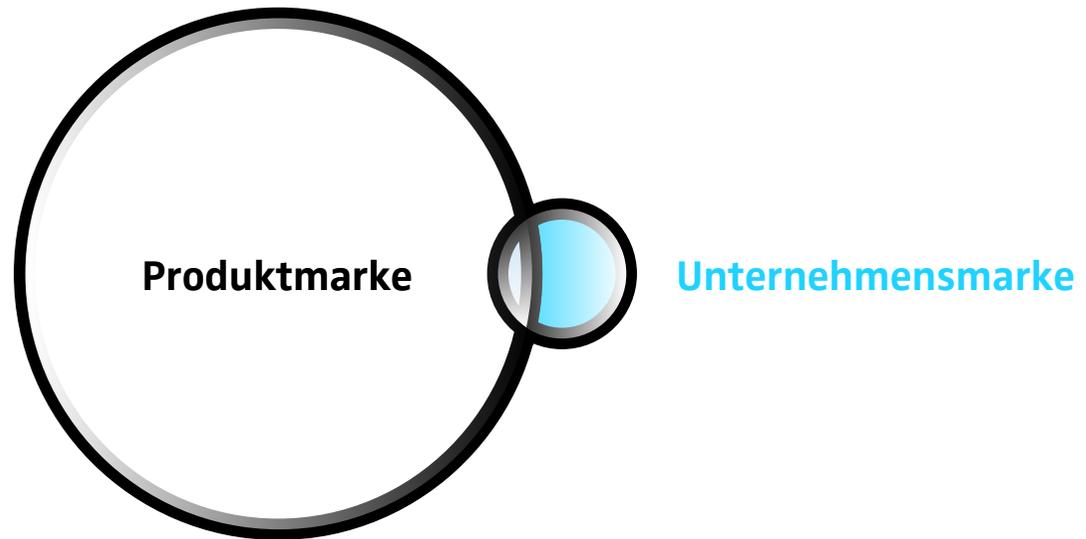


**BOSCH**

# AEEG

**Aus „Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft“ wird  
„Aus Erfahrung gut“**

## Unausgewogene Markenbildung



HANSEN  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



HANSEN  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

(30.1.2013) Von RIM zu BlackBerry



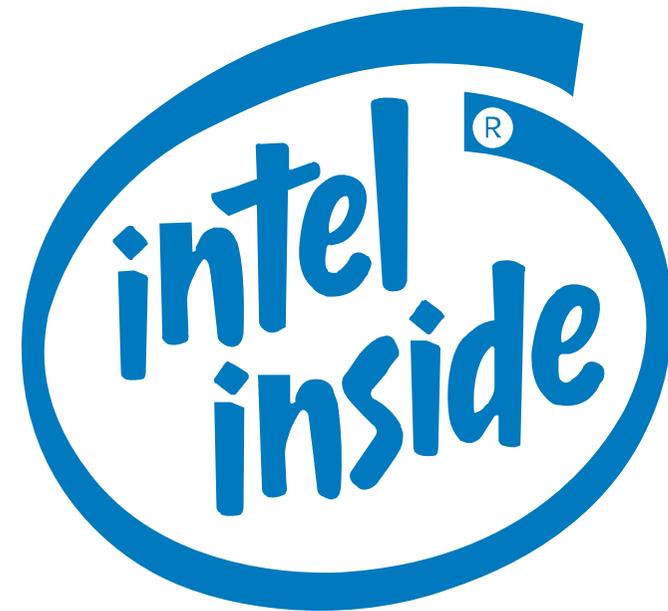
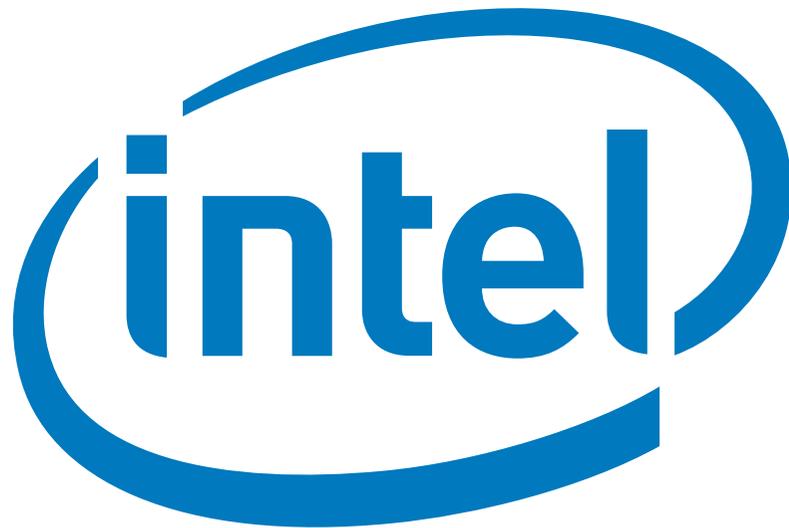
 **BlackBerry**

## Unausgewogene Markenbildung



HANSEN  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



HANSEN  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION



*The Coca-Cola Company*

## Unausgewogene Markenbildung



**HANSEN**  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Uni-Cardan AG



**Uni-Cardan<sup>®</sup>**  
**Service**



EXPECT > MORE

**HANSEN**  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

# kiekert



## **Bedeutung der Kommunikation**

### **Warum sollte ein Unternehmen kommunizieren?**

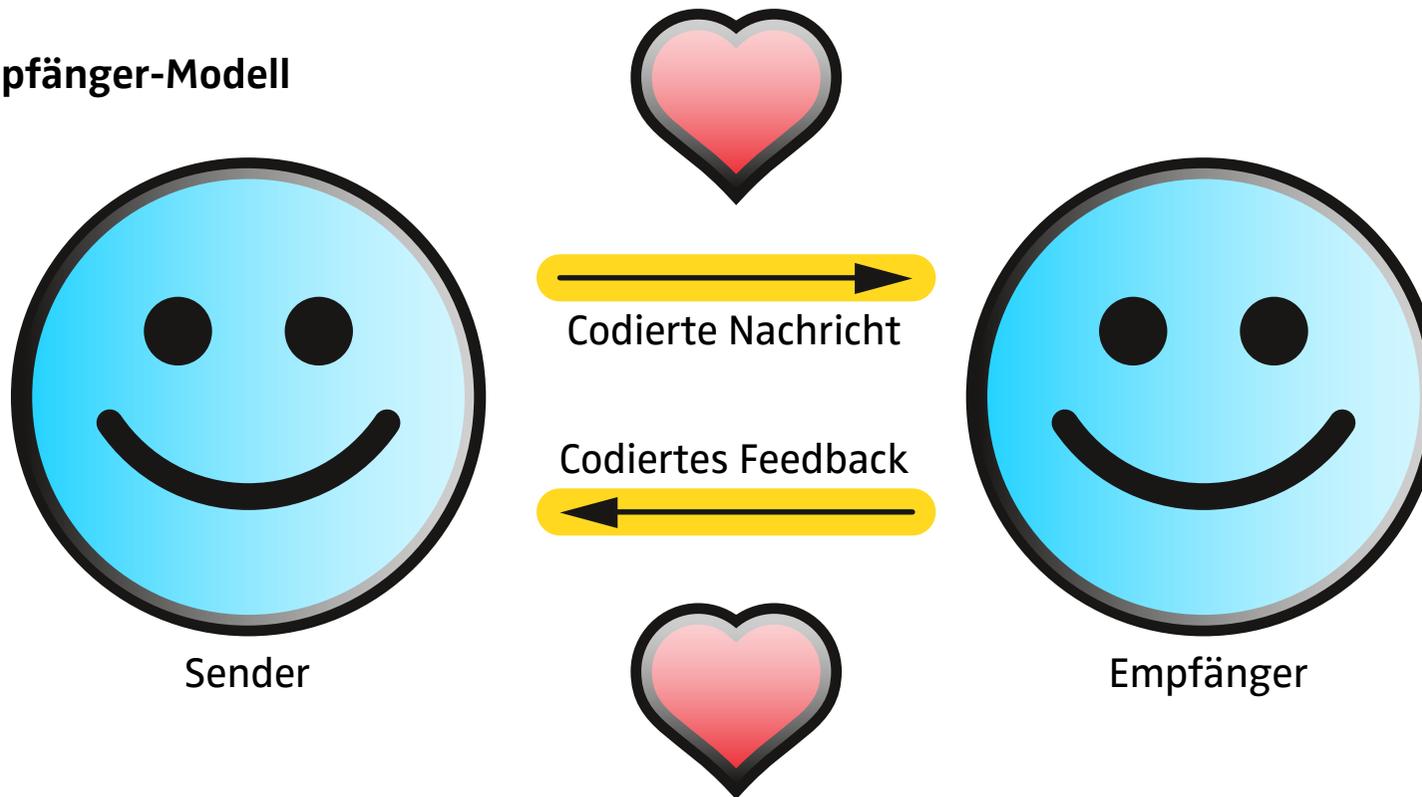
Die wichtigsten Gründe:

- **Wettbewerb**  
Produkte und Dienstleistungen müssen sich im Werben um Kunden herausheben – gesättigte Märkte – neue Märkte
- **Globalisierung**  
Mitarbeiter müssen auf dem Weg in die Globalisierung mitgenommen werden,  
Produkte auf internationalen Märkten mit starkem Konkurrenzdruck platziert werden
- **Gesellschaftliche Veränderungen**  
Demografischer Wandel, Informationsflut, Wertewandel,  
sich änderndes Rezipienten- und Kundenverhalten

**„Kommunikation bedeutet die Übermittlung von Information und Bedeutungsinhalten zum Zweck der Steuerung von Meinungen, Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen bestimmter Adressaten gemäß einer spezifischen Zielsetzung“**

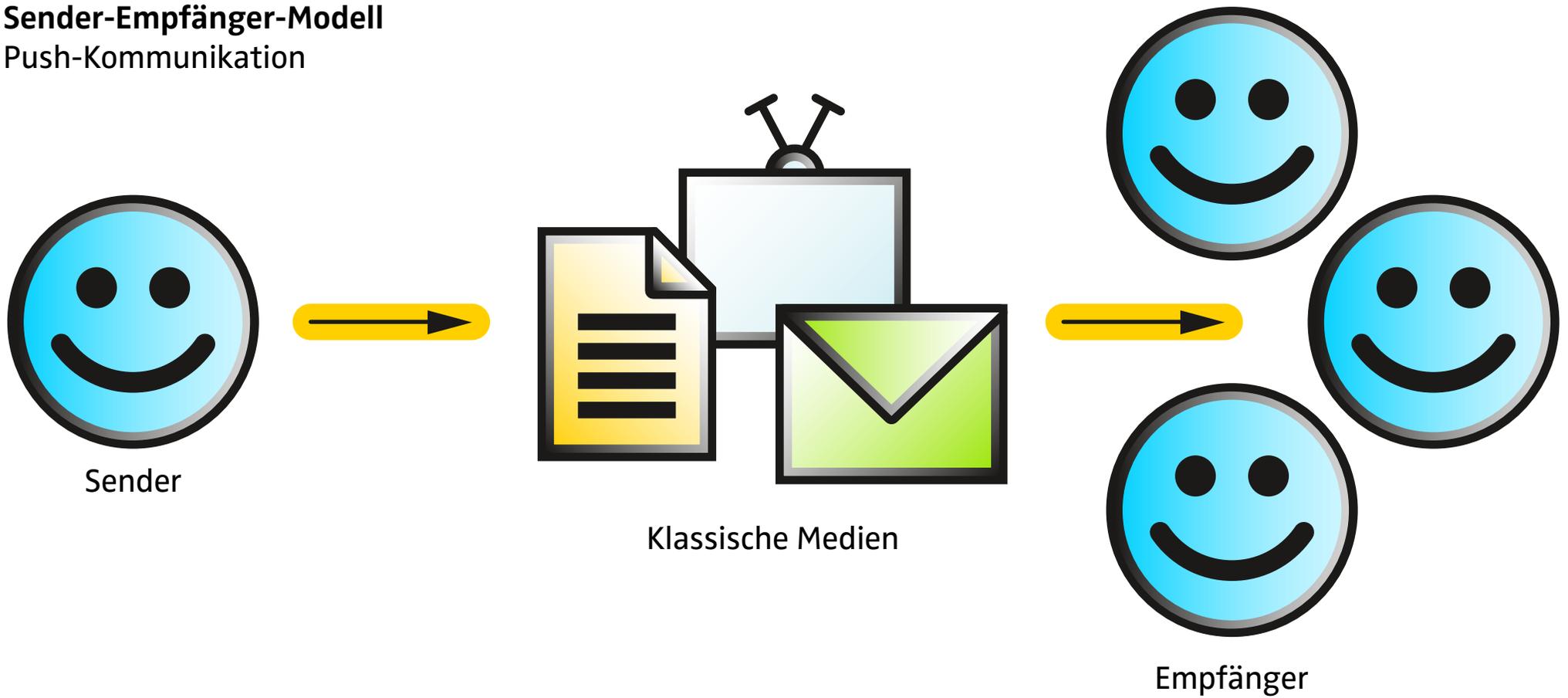
Manfred Bruhn, „Kommunikationspolitik“

**Wirkweise**  
**Das Sender-Empfänger-Modell**



**Vorraussetzung: Beide verwenden den gleichen Code.  
Es tauchen keine Störungen auf.**

**Sender-Empfänger-Modell**  
Push-Kommunikation



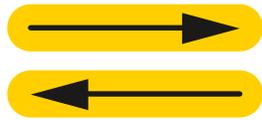


**Sender-Empfänger-Modell**  
**Push-Kommunikation**

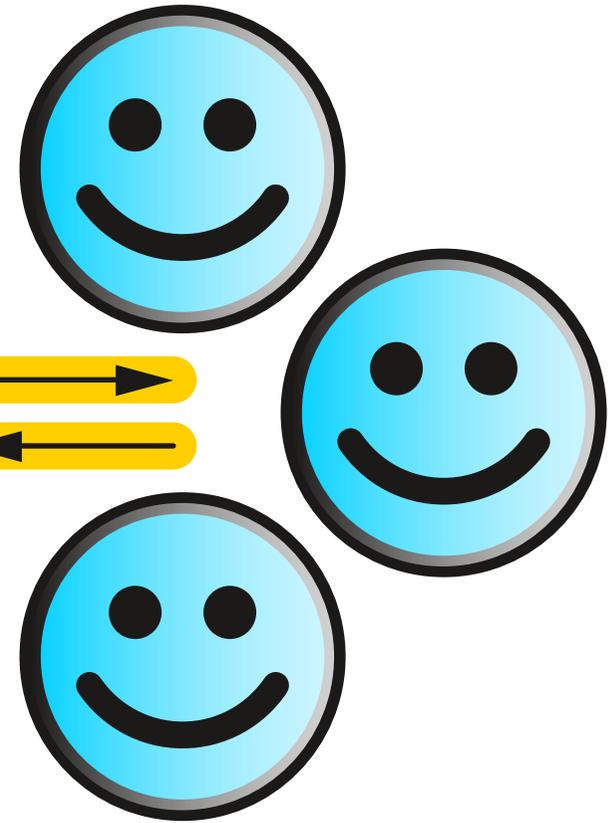
Sender-Empfänger-Modell  
Pull-Kommunikation



Sender



Informations-  
und  
Interaktionsangebote

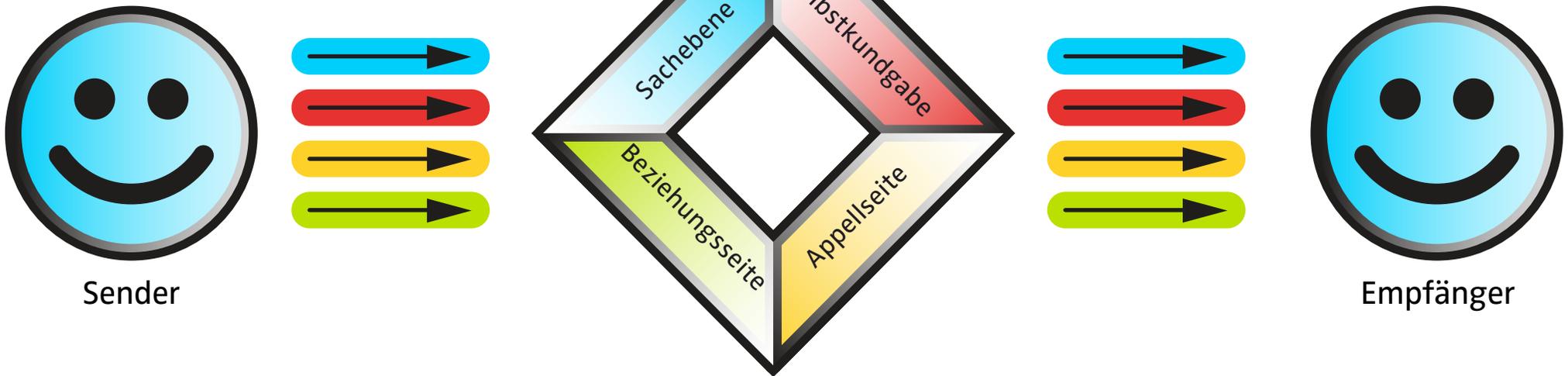


Empfänger



**Sender-Empfänger-Modell**  
**Pull-Kommunikation**

**4-Seiten-Modell**  
(Friedemann Schulz von Thun)



Sender

Empfänger

- Sachebene > Fakten, Daten, Sachaussagen
- Selbstkundgabe > Selbstverständnis, Motive, Emotionen des Senders
- Beziehungsseite > Sender drückt die Beziehung zum Empfänger aus
- Appellseite > Handlungsaufforderung

## 4-Seiten-Modell

Evonik

Zum Glück gibt es auch Großprojekte in Deutschland, die in Ruhe zu Ende gebracht werden: Evonik ist an der Börse.

[www.evonik.de](http://www.evonik.de)



Flughafen Berlin Brandenburg    Stuttgart 21    Elbphilharmonie

Wir sind auf den Werten zuhause – und sehr genau auch auf dem Aktienmarkt. Wir danken unseren Investoren für das langjährige Vertrauen und freuen uns auf eine gemeinsame Zukunft.

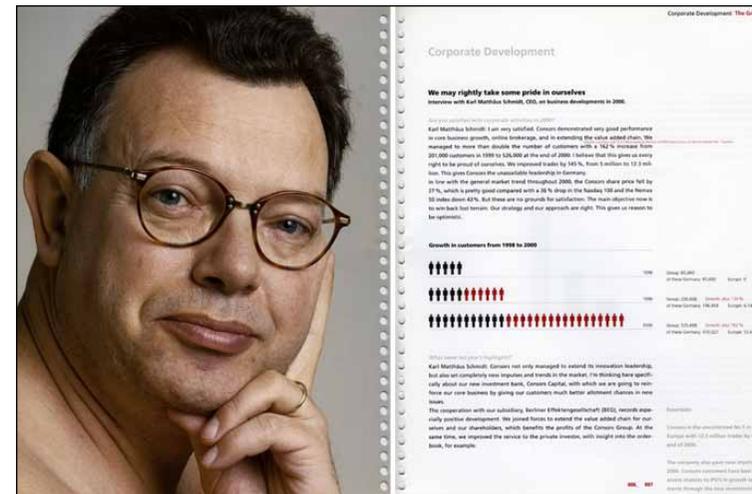
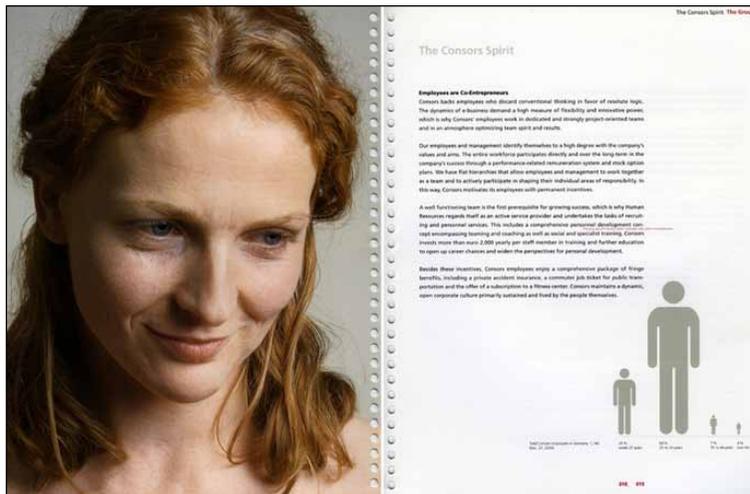
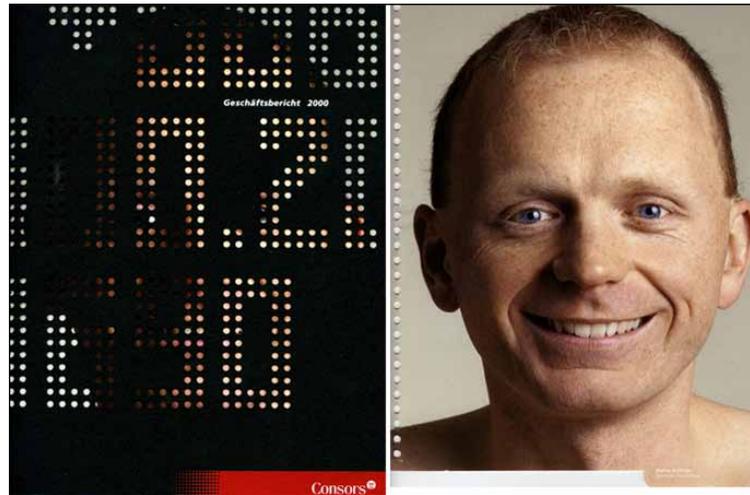
**Evonik. Kraft für Neues.**



Diese Anzeige dient ausschließlich Werbezwecken und stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren der Evonik Industries AG dar. Der von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) genehmigte Prospekt für die Zulassung der Aktien von Evonik an regulären Märkten (Prime Standard) der Frankfurter Wertpapierbörse und an regulären Märkten der Luxemburger Börse wurde am 22. April 2013 von der Gesellschaft veröffentlicht und kann unter [www.evonik.de/finanz](http://www.evonik.de/finanz) abgerufen werden.

4-Seiten-Modell

Conyors



## 4-Seiten-Modell

### Bündnis gegen Homophobie



 Bündnis gegen  
Homophobie

**„ICH BIN SCHWUL.  
UND BERLIN STEHT  
HINTER MIR!“**

Berliner Unternehmen und Organisationen unterstützen das Bündnis gegen Homophobie.  
Für die Akzeptanz gleichgeschlechtlicher Lebensweisen.

[www.stopp-homophobie.de](http://www.stopp-homophobie.de)



## 4-Seiten-Modell

Hochschule  
Fresenius



Köln, Aussenwerbung

*Business School  
Media School  
Psychology School*

*Köln · Düsseldorf · Idstein  
Hamburg · München*

Bildung, die prägt.

▶ [www.hochschule-fresenius.de](http://www.hochschule-fresenius.de)  
▶ kostenlose Info-Hotline  
0800 3400400

## 4-Seiten-Modell

### Fachkräfte Offensive



**EIN GUTER PLATZ FÜR  
FACHKRÄFTE**  
Gemeinsam Deutschlands Zukunft sichern.

Der demografische Wandel führt dazu, dass Fachkräfte in Deutschland immer knapper werden. Wie Sie sich jetzt darauf einstellen und Chancen nutzen können, erfahren Sie auf:

[www.fachkräfte-offensive.de](http://www.fachkräfte-offensive.de)

 Bundesministerium für Arbeit und Soziales

 Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie

 Bundesagentur für Arbeit

**HANSEN**  
KOMMUNIKATION

WORKSHOP  
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

## 4-Seiten-Modell

GV Partner



## 4-Seiten-Modell

Commerzbank



## 4-Seiten-Modell

Sparkasse



## 4-Seiten-Modell



# Nachhaltigkeitsbericht 51

*Evotec's Zusammenarbeit mit Roche zur Entwicklung eines Wirkstoffs, der den Fortschritt der Alzheimer'schen Erkrankung verlangsamen könnte*

Die Alzheimer-Erkrankung bietet sehr großes Marktpotenzial für neue Therapien, bedingt vor allem durch die wachsende Zahl der Patienten und gestiegene Diagnoseraten. In den sieben wesentlichen Märkten, außer China und Indien, wird sich die Anzahl der gängigen Fälle von aktuell etwa 7,4 Millionen auf 9,5 Millionen im Jahr 2019 erhöhen. Zurzeit werden nur etwa 45% der Alzheimer-Patienten mit Medikamenten behandelt, was hauptsächlich damit zusammenhängt, dass die Therapieoptionen nicht zufriedenstellend sind. Mit neuen Behandlungsmöglichkeiten soll sich die Anzahl der behandelten Patienten signifikant auf etwa 55% erhöhen. Die Alzheimer-Erkrankung ist in

Wichtig zu wissen:



**Man kann nicht nicht kommunizieren!**

Paul Watzlawick