



Fachhochschule Wiesbaden
Medienzentrum
„Unter den Eichen 5“

Eine gemeinsame Initiative von:
**Prof. Dr. Wolfgang Jäger, Prof. Dr. Lothar Rolke und
Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG)**



Über die Veranstaltung:

Die Finanzkrise und die Rezession in weiten Teilen der Wirtschaft haben Führungskräfte wie Mitarbeiter, Kunden und Öffentlichkeit in Alarmbereitschaft versetzt. Damit steigen die Anforderungen an die interne und externe Kommunikation. Zugleich soll in vielen Betrieben gespart werden, ohne dass PR und Marketing in ihrem Engagement nachlassen dürfen. Kurzum - mehr Effizienz wird gefordert. Außerdem zwingt das Internet mit seinen neuen Möglichkeiten der Web 2.0-Kommunikation zu Innovationen und Experimenten in allen Kommunikationsabteilungen der Unternehmen. Und dabei soll die Effektivität gesteigert werden.

Wer heute erfolgreich sein will, muss seine Steuerungsfähigkeit professionell erhöhen. Denn er muss Wege finden, die Wirkkraft der Kommunikation zu verbessern und dort mutig zu sparen, wo keine Aussicht auf angemessenen Erfolg besteht. Er muss Investitionen begründen und Erfolge sichtbar machen können.

Initiatoren:

Prof. Dr. Wolfgang Jäger

Fachhochschule Wiesbaden
Studiengang Media Management

Prof. Dr. Lothar Rolke

Fachhochschule Mainz
Studienschwerpunkt Unternehmenskommunikation

DPRG Deutsche Public
Relations Gesellschaft e.V.

Veranstaltungsort:

Fachhochschule Wiesbaden
Medienzentrum
Unter den Eichen 5
65195 Wiesbaden

Der 5. Fachtag Kommunikations-Controlling bietet in dieser turbulenten Zeit Wissen zum Anfassen, praxisgestählte Erfahrungen und die Anwendung eines empirisch belegten Kommunikationsmanagements.

Er zeigt,

- wie sich die Kommunikation eines Global Players weltweit steuern lässt
- wie der Wirkungsgrad von Maßnahmen und Kampagnen berechnet werden kann
- wie auch KMUs mit einfachen Mitteln ihre Kommunikation ergebnisorientierter managen können
- wie die vorhandenen Erkenntnisse von Mitarbeiterbefragungen, Image-Untersuchungen und Medienresonanzanalysen zusammengeführt werden können
- wie sich in dieser Situation der richtige Research-Partner finden lässt

Der Fachtag Kommunikations-Controlling zeigt die aktuellen Entwicklungen in der Branche und ist ein hochkarätiges Forum zum persönlichen Austausch.

Er lädt die Kommunikations-Verantwortlichen zum Mitdiskutieren und erstmals auch zum Mitmachen ein. Nutzen Sie also die Chance, ihre Erwartungen mit den Angeboten zu matchen und neue Anregungen mitzunehmen.

Weitere Informationen & Anmeldung unter:

www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm

Veranstalter:

DJM Consulting GmbH

Limburger Straße 50
61462 Königstein i. Ts.
Tel.: +49 6174 / 9362-0
Fax: +49 6174 / 9362-11

E-Mail: office@djm.de
Internet: www.djm.de





Programm - „Mehr Effizienz und mehr Effektivität in turbulenten Zeiten“

09:30 Uhr	Begrüßung und Einführung in das Thema durch Stephan M. Cremer, Vizepräsident DPRG	
09:45 Uhr	Wissenssteigerung: Wenn die Unternehmenskommunikation wüsste, was sie alles weiß - Mitarbeiterbefragungen, Imageuntersuchungen, Medienresonanzanalysen in ein ganzheitliches Controlling-System integrieren Prof. Dr. Lothar Rolke, Studienschwerpunkt Unternehmenskommunikation, FH Mainz	
10:30 Uhr	Kommunikation steuern mit der Scorecard Ernst Primosch, Leiter Unternehmenskommunikation, Henkel KGaA, Düsseldorf	
11:15 Uhr	Kaffeepause	
11:30 Uhr	Auswahl, Steuerung und Erfolgskontrolle von PR-Dienstleistern - Tools zum Management von Agenturen und Research-Anbietern Dr. Christopher Storck, Managing Director, Hering Schuppener GmbH, Düsseldorf Dr. Kerstin Liehr-Gobbers, Director, Hering Schuppener GmbH, Düsseldorf	
12:15 Uhr	Kommunikations-Controlling der Deutschen Telekom Peter Rutz, Leiter Communication Performance & Eventstrategie, Deutsche Telekom AG, Bonn	
13:00 Uhr	Diskussion zum Vortrags-Block, anschließend Mittagspause (Buffet)	
14:15 Uhr	2 parallel laufende Flash-Workshops á 1 Stunde - Jeder Teilnehmer hat die Möglichkeit, nacheinander beide Workshops zu besuchen.	
1. Step 14:15-15:15 15:15 Uhr „Wechsel- pause“	Flash-Workshop 1 Aufbau einer Corporate Scorecard für eine Agentur/eine Werbeabteilung Jörg Pfannenberg, JP KOM GmbH, Düsseldorf Susanne Reichelt, Leiterin Werbung Deutschland, Hoerbiger International Management Services GmbH, Altenstadt	Flash-Workshop 2 Wirkungs-Controlling von Kommunika- tionsmaßnahmen - Communication Impact Points einmal selbst berechnen Prof. Dr. Wolfgang Jäger, Studiengang Media Management, Fachhochschule Wiesbaden Stefanie Saga, Ressortleiterin Employer Bran- ding, Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
2. Step 15:30-16:30		
16:30 Uhr	Kaffeepause	
16:45 Uhr	Kommunikationscontrolling in der Wirtschaftsflaute: Totengräber der Kreativität oder Motor für Profilstärkung der PR? - Eine Podiumsdiskussion mit Experten Moderation: Dr. Jan Sass, Lautenbach Sass, Frankfurt a. M. Teilnehmer: Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig Ulrich Kurzawa, Internationaler Controller Verein, München David Baumgart, BASF SE, Ludwigshafen Dr. Rainer Mathes, PRIME research, Mainz Uwe Jülichs, Vossloh AG, Werdohl	
17:30 Uhr	Verabschiedung und Ausklang	