

Kommunikation in Schweizer KMU

Leistungsfähigkeit, Erfolgsfaktoren und Entwicklungspotentiale

Referat

Organisation, Instrumente und Problemfelder der KMU-Kommunikation

Dienstag 24. Oktober 2006
Fachhochschule Nordwestschweiz

Gliederung

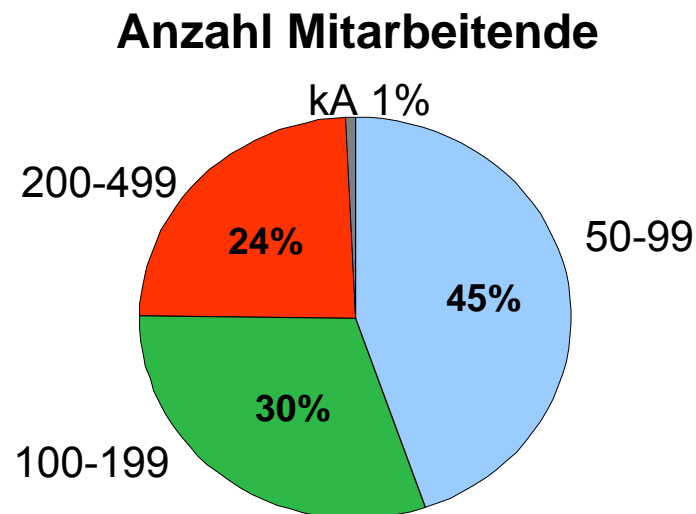
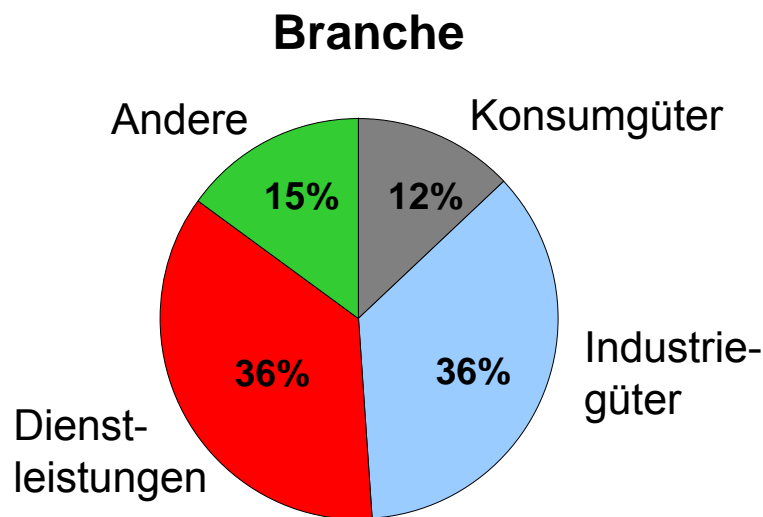
1. Grundlagen des Forschungsprojektes
2. Organisation der Kommunikation
3. Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Agenturen
4. Instrumente und -mittel der Kommunikation
5. Problemfelder der Kommunikation

Ziele des Forschungsprojektes

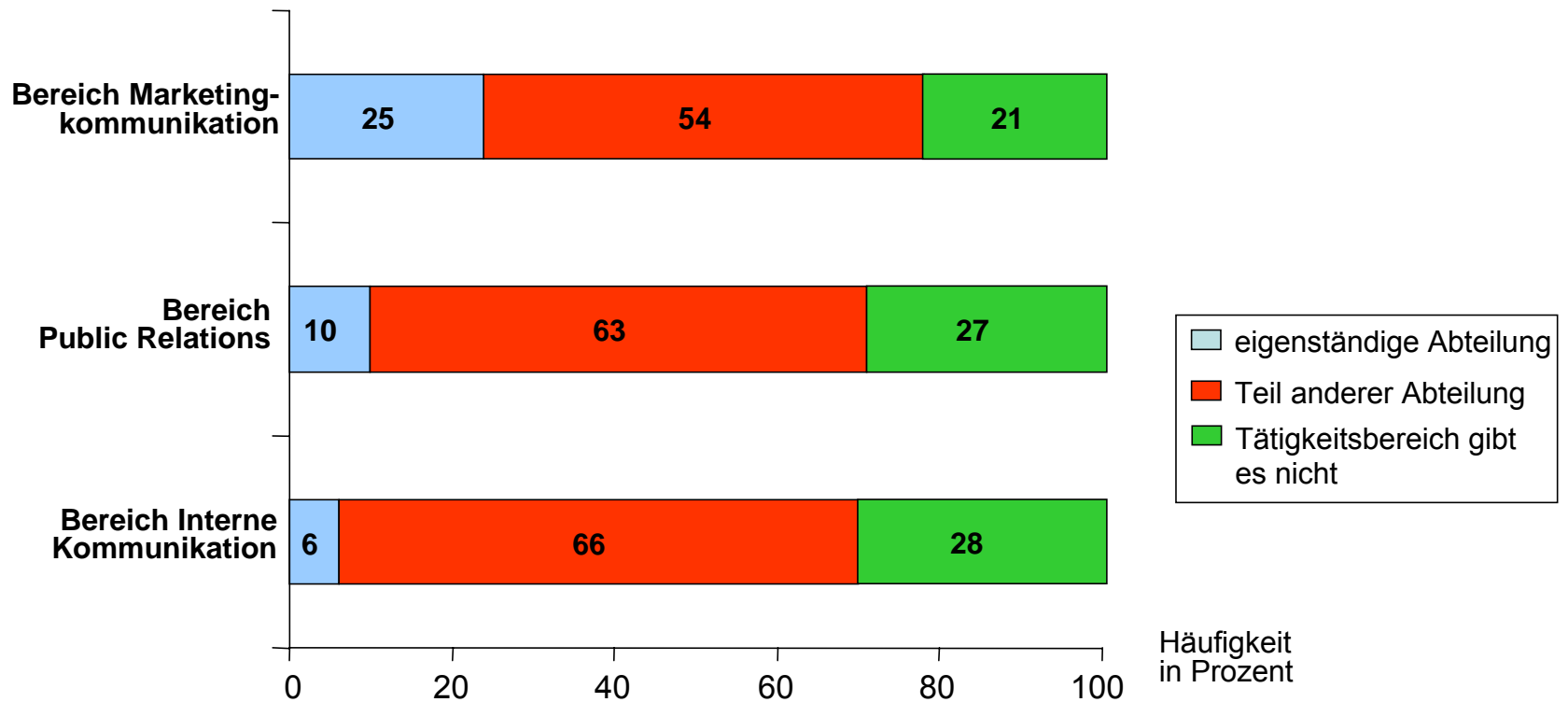
- Offenlegen der Kommunikationspraxis in Schweizer KMU
- Ableiten von Erfolgsfaktoren der Kommunikation in KMU
- Entwicklung eines Modells sowie von Planungshilfen zur Umsetzung der (integrierten) Kommunikation in KMU
- Entwicklung eines Online-Tools zur Messung der Kommunikationsleistungen von KMU

Studien-Sample

- Grundgesamtheit: Unternehmen mit zwischen 50 und 500 Mitarbeitenden
- Stichprobe: 712 Unternehmen
- Rücklaufquote: 21%
- Kundenart:
 - Mehrheitlich B-to-B: 438 (62%)
 - Gleichermassen B-to-B und B-to-C: 97 (14%)
 - Mehrheitlich B-to-C: 166 (23%)
 - Keine Angabe: 11 (1%)

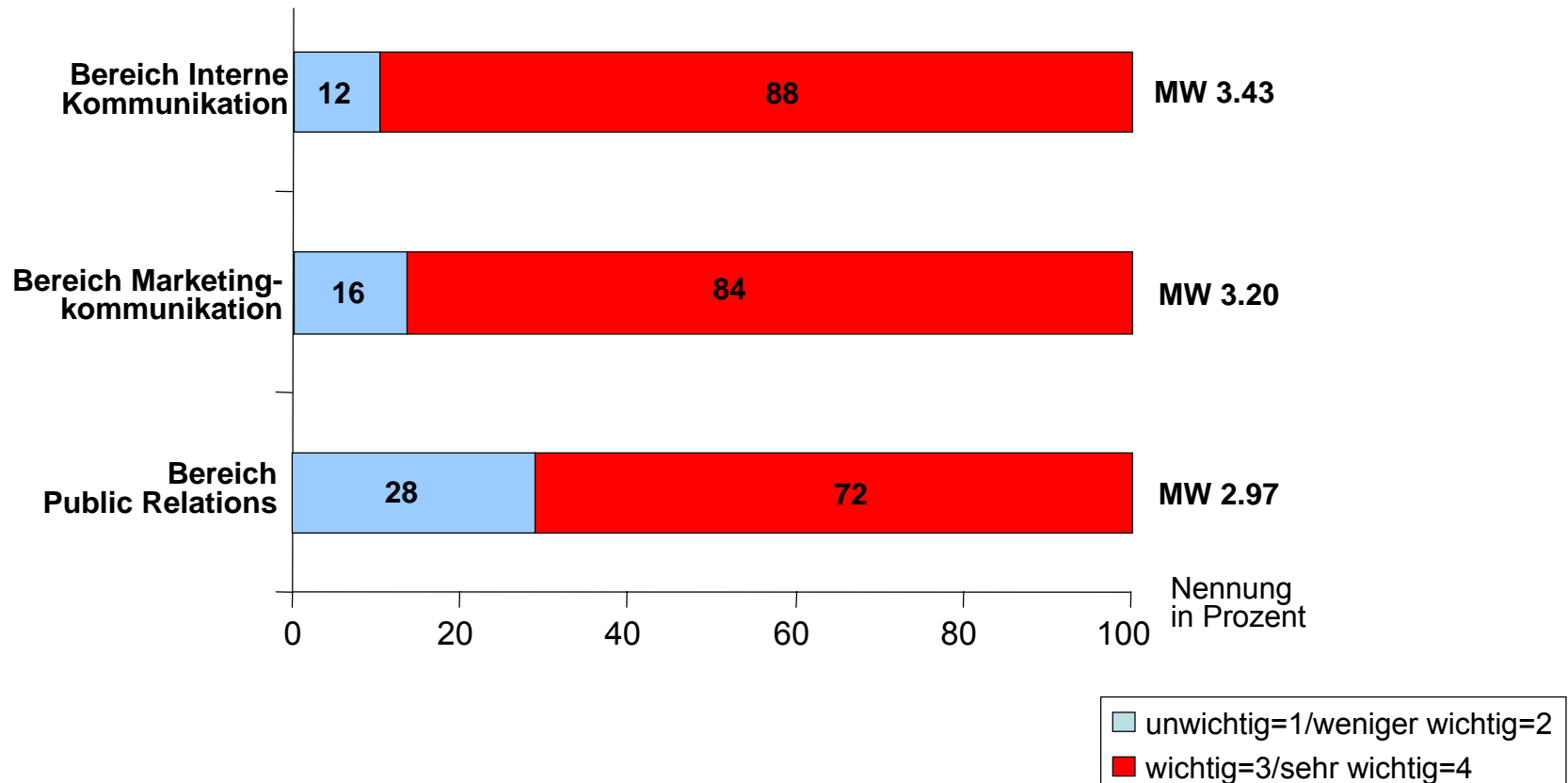


Organisation der Kommunikationsbereiche



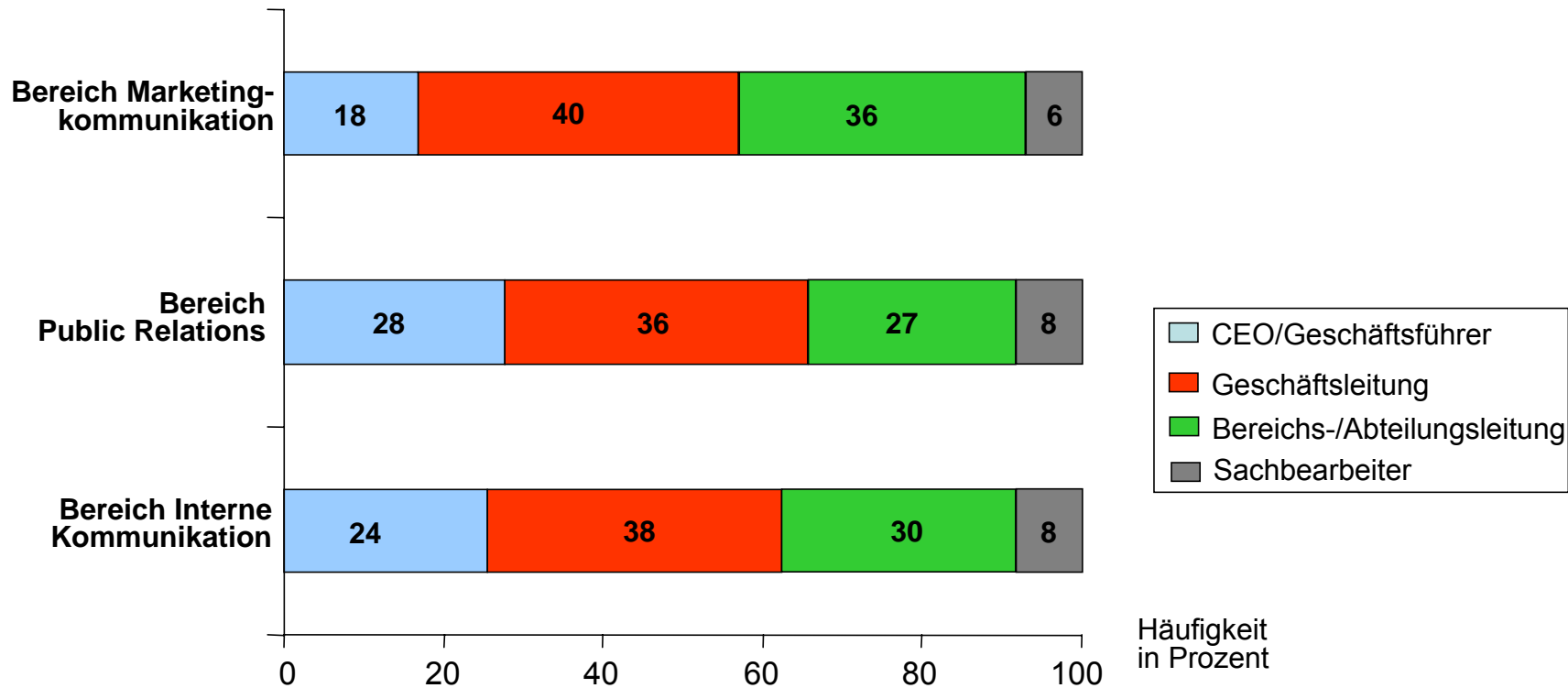
Frage: Wie sind in Ihrem Unternehmen die Bereiche Marketingkommunikation, Public Relations und interne Kommunikation organisiert?

Wichtigkeit der Kommunikationsbereiche



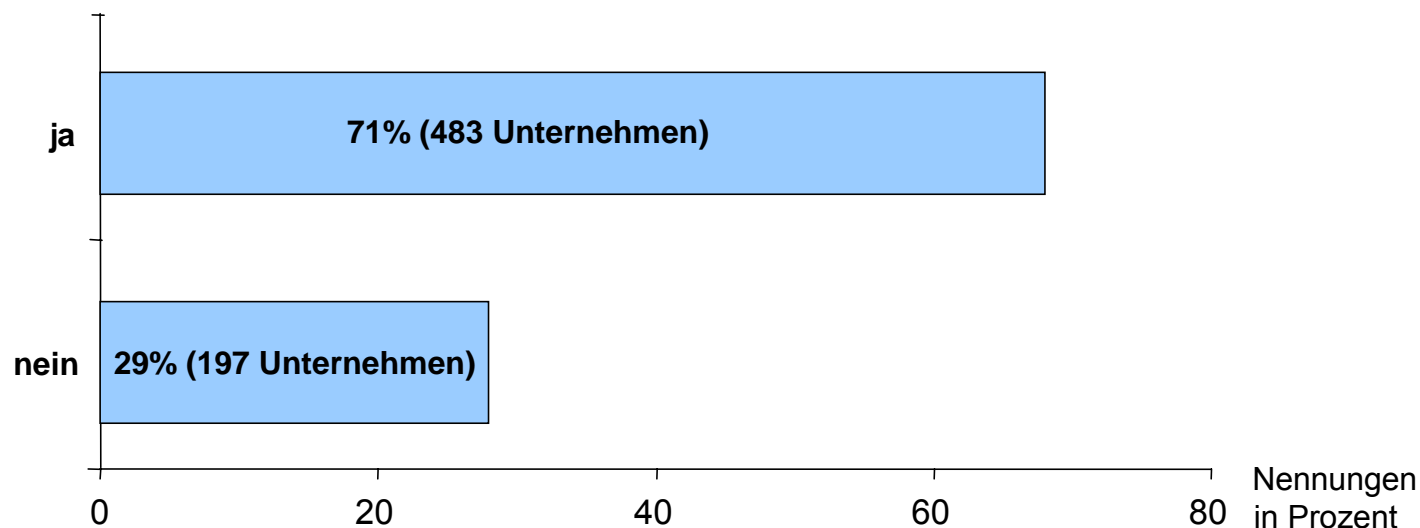
Frage: Wie wichtig findet die Geschäftsleitung Ihres Unternehmens Ihrem Empfinden nach die unterschiedlichen Kommunikationsbereiche?

Hierarchische Einordnung der Kommunikationsbereiche



Frage: Auf welcher Stufe ist die leitende Person des Kommunikationsbereichs in ihrem Unternehmen angesiedelt?

Zusammenarbeit mit externen Partnern/Agenturen

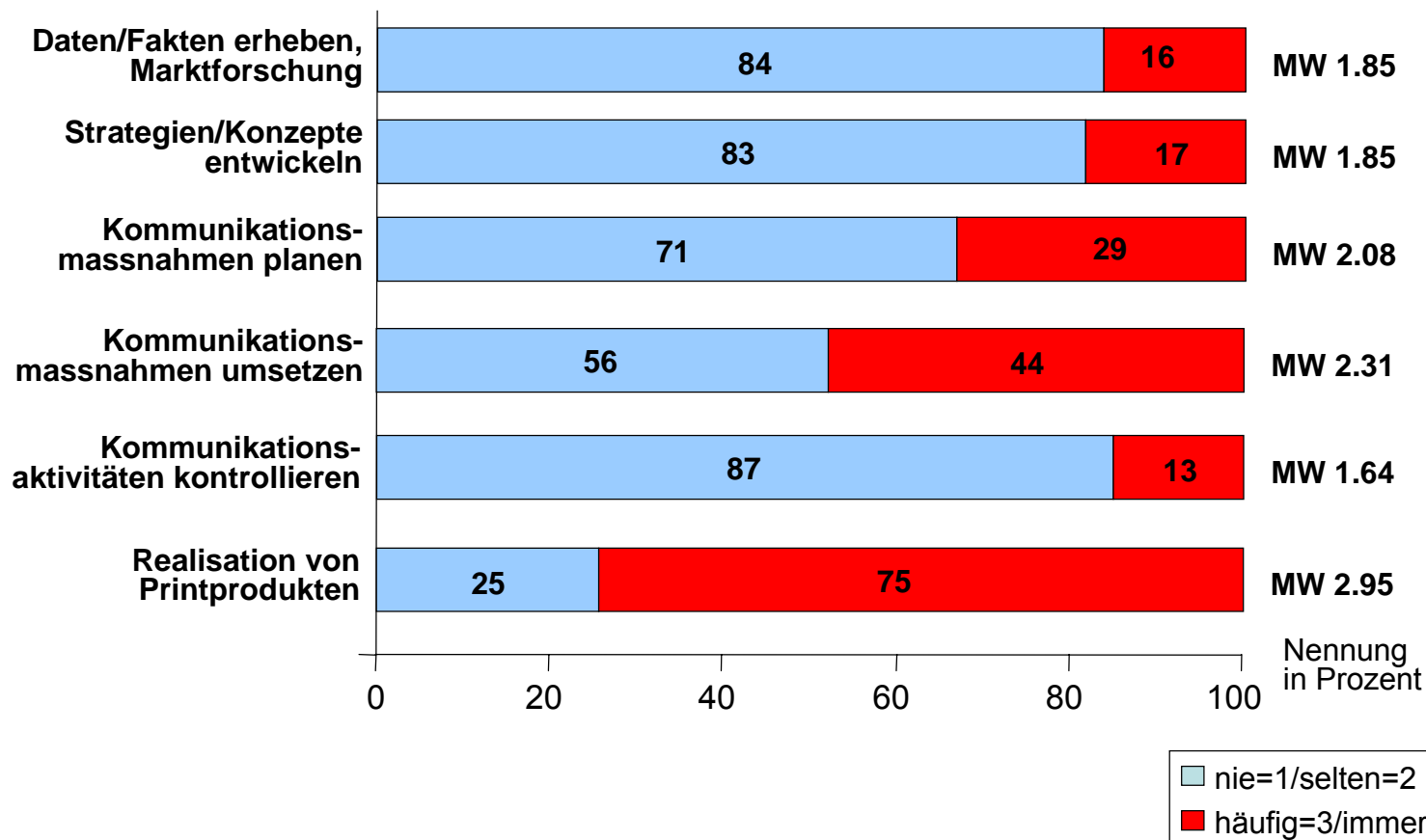


Gründe für keine Zusammenarbeit (Mehrfachnennungen möglich):

- Kein Bedarf: 60% (119 Unternehmen)
- Zu hohe Kosten: 50% (99 Unternehmen)
- Fehlendes Know-how Partner/Agentur: 9% (17 Unternehmen)
- Fehlendes Vertrauen Partner/Agentur: 11% (22 Unternehmen)

Frage: Arbeitet Ihr Unternehmen in der Kommunikation mit externen Partnern/Agenturen zusammen?

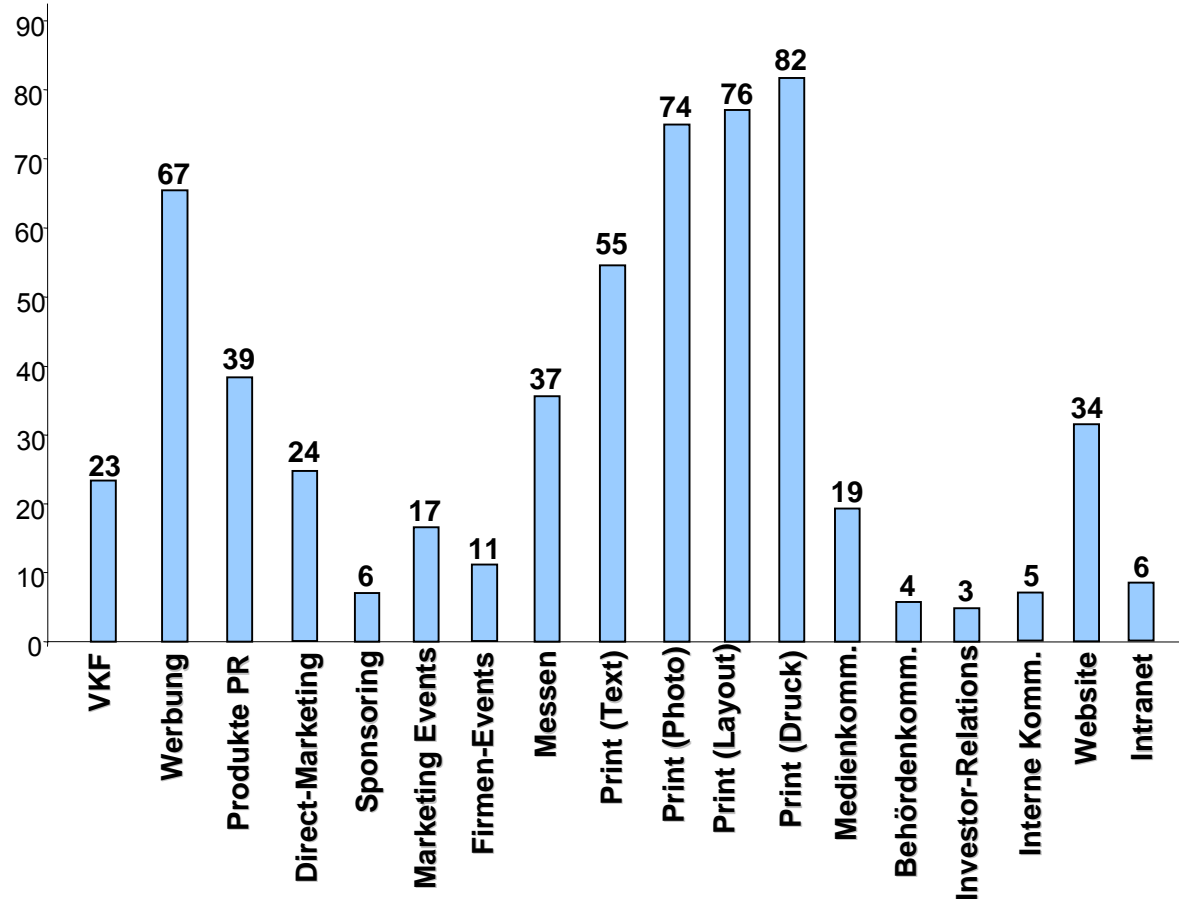
Aufgabenbereiche externer Partner/Agenturen



Frage: Welche Kommunikationsaufgaben vergibt ihr Unternehmen mit welcher Häufigkeit an externe Partner?

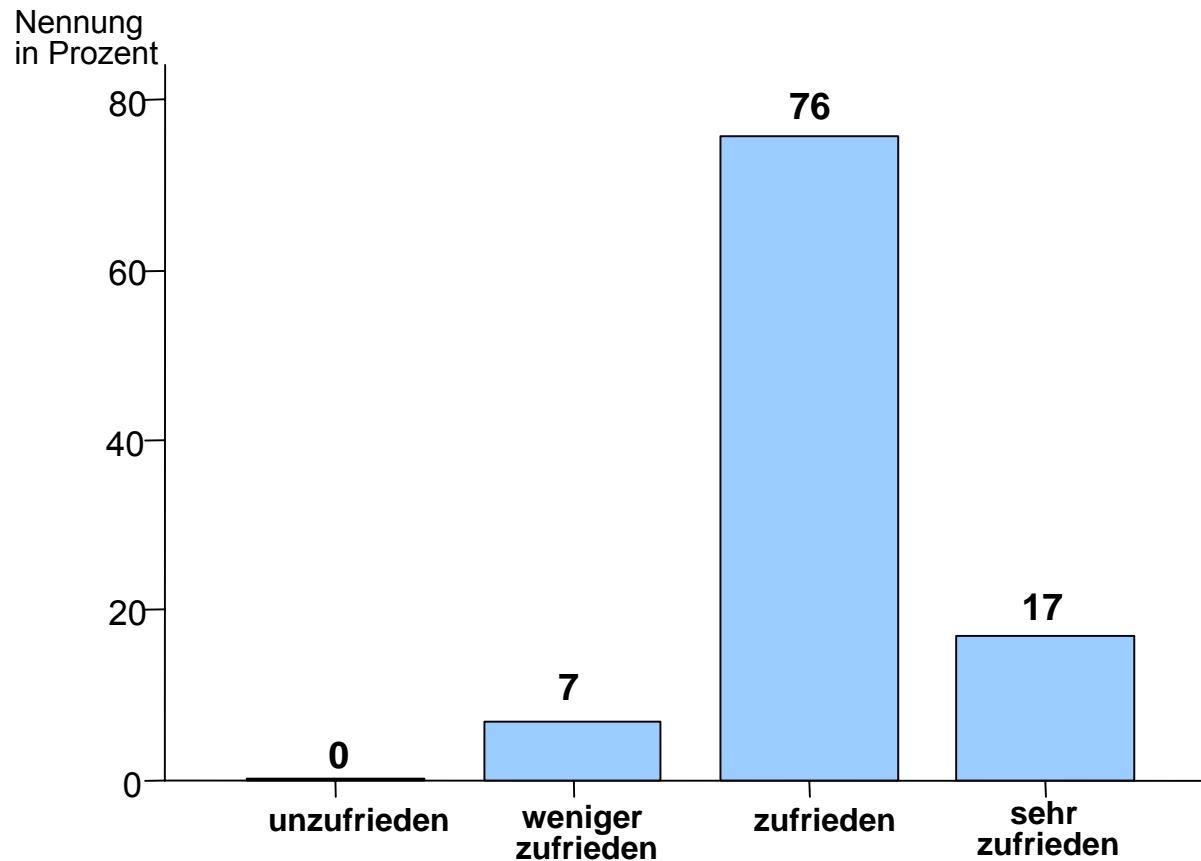
Vergabe von Kommunikationsaktivitäten an externe Partner/Agenturen

Nennung
häufig/sehr häufig
in Prozent



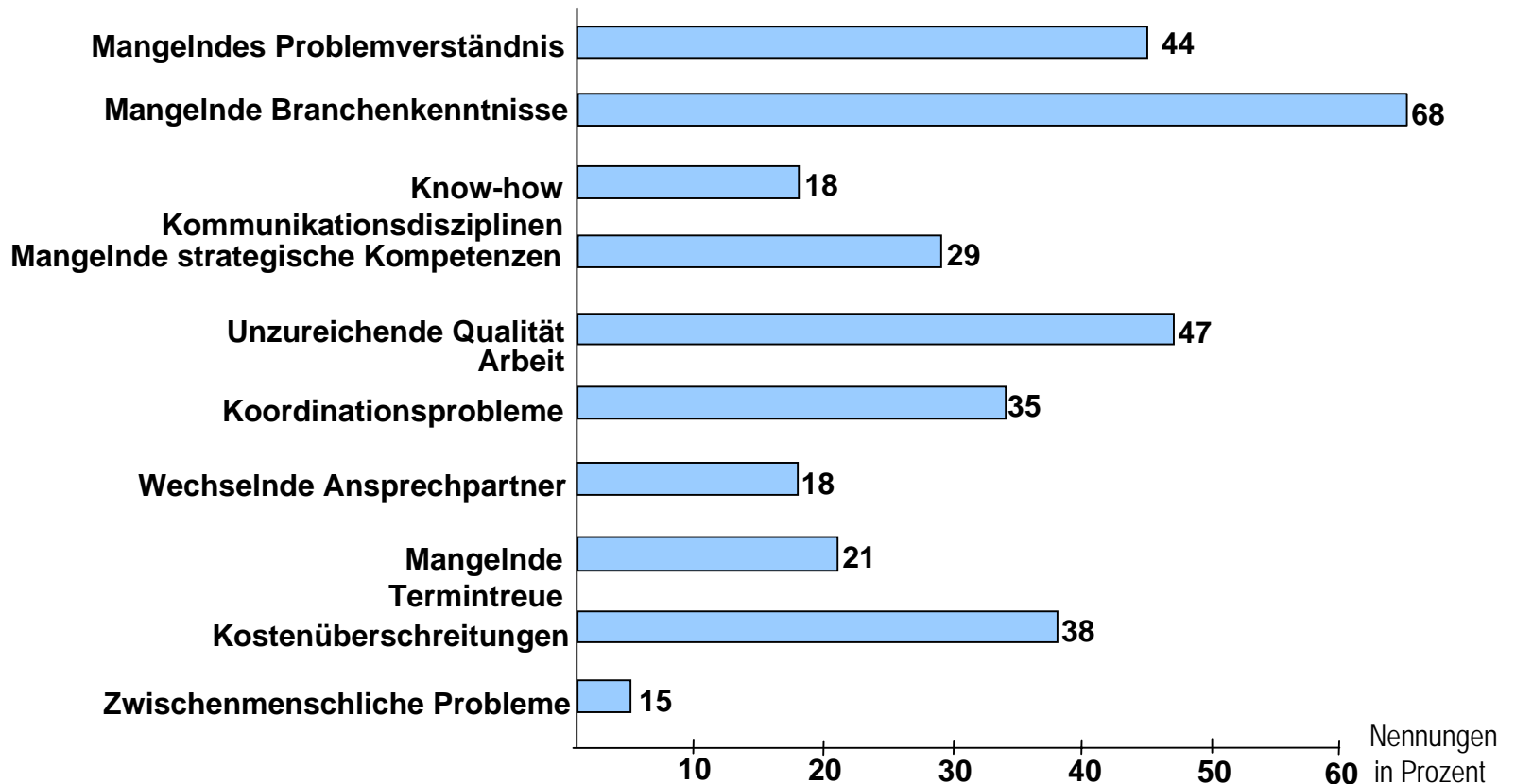
Frage: Wie oft integriert Ihr Unternehmen externe Partner/Agenturen bei den folgenden Kommunikationsaktivitäten?

Zufriedenheit mit externen Partnern/Agenturen



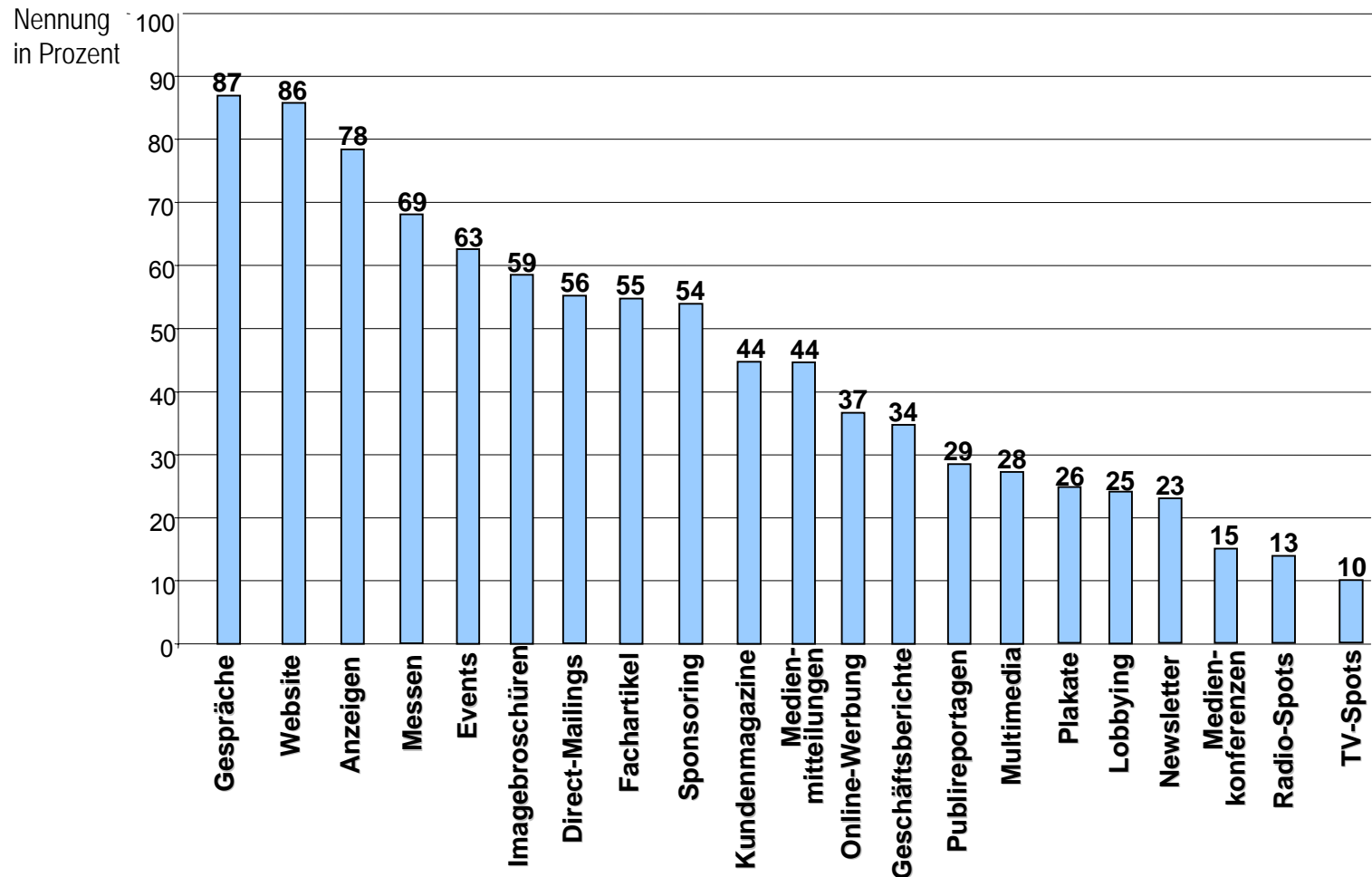
Frage: Wie zufrieden ist ihr Unternehmen im Durchschnitt mit der Zusammenarbeit mit externen Partnern/Agenturen?

Gründe für die Unzufriedenheit mit externen Partnern/Agenturen



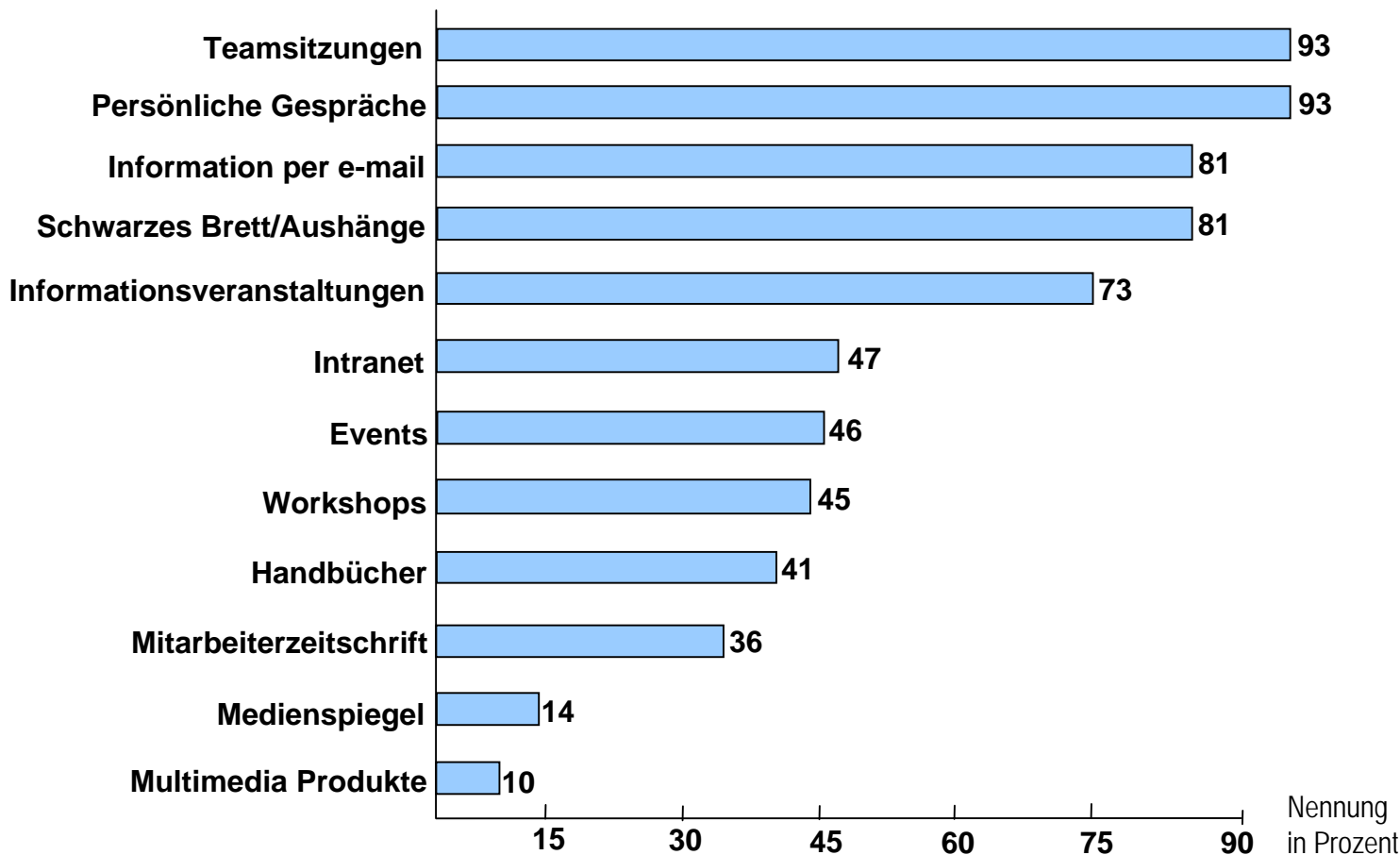
Frage: Aus welchen Gründen ist Ihr Unternehmen mit der Zusammenarbeit mit externen Partnern/Agenturen unzufrieden?

Einsatz externer Kommunikationsinstrumente und -mittel



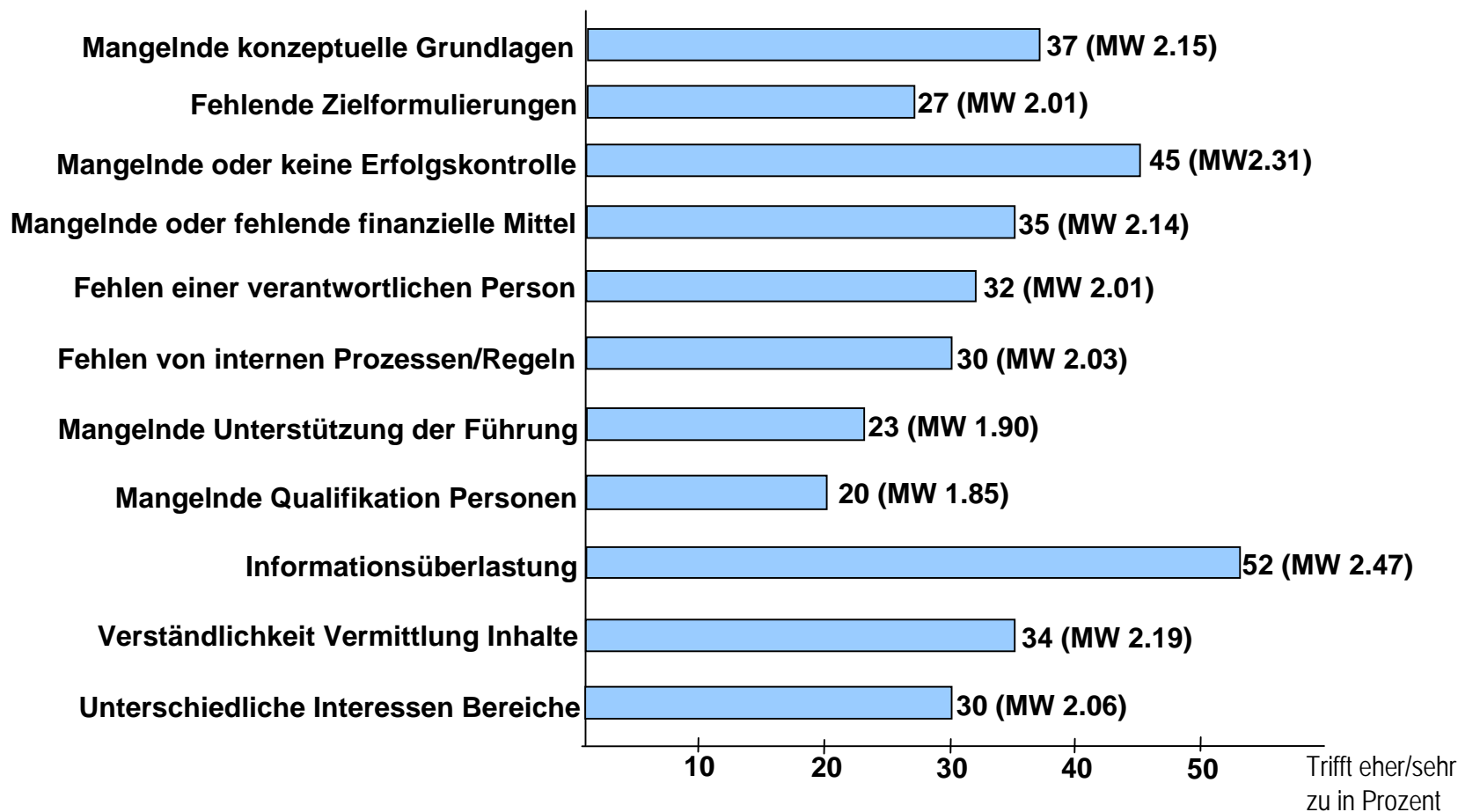
Frage: Welche Kommunikationsmittel setzt Ihr Unternehmen im Rahmen der externen Kommunikation ein?

Einsatz interner Kommunikationsinstrumente und -mittel



Frage: Welche Kommunikationsmittel setzt Ihr Unternehmen im Rahmen der internen Kommunikation ein?

Problemfelder der Kommunikation



Frage: Was bereitet Ihrem Unternehmen in der Kommunikation die meisten Probleme?

Erfolgsfaktoren der Kommunikation in KMU

- Erreichen der Zielgruppen über themenorientierte Kommunikation
- Kundenbeziehungsorientierter Einsatz der Kommunikationsinstrumente (Kundengewinnung – Kundenbindung – Kundenrückgewinnung)
- Crossmediale Vernetzung der Kommunikationsinstrumente
- Sicherstellen des internen Know-how Transfers
- Eingehen von Partnerschaften in Marketing und Kommunikation
- Nutzung KMU-spezifischer Kernkompetenzen
 - Serviceorientierung
 - Flexibilität
 - Kundennähe
 - Branchen Know-how