

Medienmitteilung

Zürich, 24. Oktober 2006

KMU setzen auf Kommunikation

Die Kommunikation ist für den Erfolg eines Unternehmens extrem wichtig. Das finden 700 befragte Deutschschweizer KMU in einer gross angelegten Studie der Fachhochschulen Nordwestschweiz und Zentralschweiz.

Wie kommunizieren Schweizerische kleine und mittelgrosse Unternehmen (KMU)? Diese Frage stand im Fokus einer erstmaligen Befragung zum integrierten Kommunikationsmanagement, an der sich 700 KMU aller Branchen aus der Deutschschweiz beteiligten.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Geschäftsleitungen von KMU der Kommunikation und dem Firmenimage eine sehr grosse Bedeutung für den Unternehmenserfolg beimessen. Zudem zeigt sich, dass der Integrationsgrad der Kommunikationsaktivitäten in den KMU relativ hoch ist. Die Integration korreliert mit dem Kommunikationserfolg. Was nicht überrascht: KMU, die Kommunikation aufgrund einer schriftlich definierten Planung betreiben, erzielen markant bessere Kommunikationsresultate. Im Weiteren kommunizieren Unternehmen, die regelmässig mit Agenturen zusammenarbeiten, integrierter als jene ohne externe Unterstützung. Mehr als zwei Drittel der befragten KMU arbeiten in der Kommunikation mit Agenturen zusammen und sind dabei im Allgemeinen zufrieden.

Aufschlussreich ist, für welche Kommunikationsbereiche die befragten KMU das meiste Geld ausgeben: Den grössten Teil ihrer Budgets investieren sie in die Marketingkommunikation. Deutlich weniger entfallen auf die Public Relations und die interne Kommunikation. Die Unternehmen geben an, ihre Budgets in Zukunft vor allem im Bereich Public Relations aufzustocken – auch wenn sie der internen Kommunikation in Bezug auf den Unternehmenserfolg die grösste Bedeutung beimessen.

Forschungspartner der Studie «Kommunikation in Schweizer KMU: Leistungsfähigkeit, Erfolgsfaktoren und Entwicklungspotenziale» sind die Fachhochschule Nordwestschweiz, Hochschule für Wirtschaft, sowie die Fachhochschule Zentralschweiz, Hochschule für Wirtschaft HSW Luzern.

Mitfinanziert wurde die Studie durch die Kommission Technologie und Innovation (KTI).

Bedeutendster Wirtschaftspartner ist die Zürcher Kommunikationsagentur Infel AG.

«Die Studie zeigt, dass eine integrierte und zielgerichtete Kommunikation auch für KMU von grösster Bedeutung ist», sagt Infel-Geschäftsführer Beat Schaller.

Kasten: Wichtigste Ergebnisse der Studie auf einen Blick

- Die befragten KMU erachten in Bezug auf den Unternehmenserfolg eine gute interne Kommunikation als wichtigsten Kommunikationsbereich, dies noch vor der Marketingkommunikation und den Public Relations.
- Insgesamt arbeiten 71 Prozent der KMU im Rahmen ihrer Kommunikationsarbeit mit Agenturen zusammen und sind mit diesen „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“. Unzufriedene KMU nennen als Grund vor allem mangelnde Branchenkenntnisse der Agenturen.
- Unternehmen, die ihre Kommunikationsstrategie und Kommunikationsaktivitäten schriftlich planen, kommunizieren signifikant häufiger mit einem integrierten Ansatz. Schriftlich definierte Kommunikationsplanung hängt zudem positiv mit dem Unternehmenserfolg der befragten KMU zusammen.
- Eine hohe Ausrichtung der Kommunikation auf das Leitbild und die Unternehmensstrategie geht einher mit einem hohen Integrationsgrad der Kommunikation.
- Den grössten Teil des Budgets (69 Prozent) geben die KMU für die Marketingkommunikation aus. 19 Prozent entfallen auf die Public Relations und 9 Prozent fließen in die interne Kommunikation.
- Zusätzliche Mittel wollen die befragten KMU in Zukunft insbesondere dem Bereich Public Relations zukommen lassen.
- Die befragten KMU legen bei der Integration der Kommunikationsaktivitäten am meisten Wert auf das Formale (Zeichen, Logos, Slogans, Farben). Erst danach folgen inhaltliche Aspekte der Kommunikation (Kernbotschaften, Argumente).
- Der Grad der Integration der Kommunikation hängt positiv mit dem Kommunikationserfolg (insbesondere dem Bekanntheitsgrad) zusammen.
- Am meisten Schwierigkeiten in der Kommunikationsarbeit bereiten den befragten KMU die ständige Informationsüberlastung sowie die Herausforderung, den Erfolg ihrer Kommunikationsaktivitäten zu messen.

(Anzahl Zeichen: 4'105, inkl. Leerzeichen)

Kontakt Wirtschaftspartner:

Infel AG
Dr. Beat Schaller
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Militärstrasse 36
Postfach
8021 Zürich
Tel. 044 299 41 41
Fax 044 299 41 40
E-Mail: schaller@infel.ch
www.infel.ch

Kontakt Forschungsteam:

Dr. Sabine Einwiller, Fachhochschule Nordwestschweiz, Olten
Tel. 062 286 01 21, E-Mail: sabine.einwiller@fhnw.ch

Prof. Dr. Michael Boenigk, Hochschule für Wirtschaft, Luzern
Tel. 041 228 99 55, E-Mail mboenigk@hsw.fhz.ch

Prof. Norbert Winistöfer, Fachhochschule Nordwestschweiz, Olten
Tel. 062 286 01 10, E-Mail: norbert.winistoerfer@fhnw.ch