

[Bei Darstellungsproblemen in Ihrem E-Mail Programm klicken Sie bitte HIER.](#)



**MIT KOMMUNIKATION ZUM ERFOLG**

**NL 02|2012**

- » **VIKOM TALK am 23. Februar**
- » **Gestresste Kommunikationsprofis**
- » **Mobile Award Austria**
- » **Dafür geben Unternehmen heuer Geld aus**
- » **Dynamisches Online-Wörterbuch**
- » **Apps beraten besser als Call Center**
- » **Spuren im Sand**
- » **Veranstaltung & Seminare & Workshops**
- » **Buchtipps**
- » **VIKOM-Veranstaltungskalender 2012**
- » **Impressum**

### **VIKOM TALK am 23. Februar**

#### **Im neuen Medienmix – ist die interne Unternehmenskommunikation am Ende?**

Soziale Medien – Facebook und Co – bestimmen immer mehr unseren „Lifestyle“. In der Online-Welt schwimmen „drinnen“ und „draußen“. Die interne Kommunikation gerät in einen veritablen Changeprozess.

Welche Chancen und Risiken kommen auf die KommunikatorInnen zu? Wie können die „Neuen“ Medien – neben den klassischen erfolgreich eingesetzt werden? New Media Experte Alex Krenn (Inhaber von Platypus Media Design) gibt Antworten aus der Praxis und zeigt best practice Beispiele.

Platypus Media Design ist ein international tätiges Unternehmen, das seit Jahren erfolgreich Beratungen anbietet, sowie Medien- und IT-Produktionen umsetzt. A. Krenn begleitet dabei seit 2001 Unternehmen und Organisationen bei der Entwicklung & Implementierung von New Media Lösungen. Zu seinen Kunden zählen unter anderen ORF, NEWS, Mindshare und die Deutsche Telekom. Für das Projekt „Stephansdom interaktiv“ erhielt er im Rahmen der Österreichischen Multimedia-Staatspreis-Verleihung eine Auszeichnung.

#### **VIKOM-TALK „Im neuen Medienmix – ist die interne Unternehmenskommunikation am Ende?“**

Donnerstag 23. Februar 2012, um 18:30 Uhr  
Haus der Industrie, Mitglieder-Lounge,  
Hochparterre Schwarzenbergplatz 4, 1031 Wien

Wir bitten um verbindliche Zusage bis spätestens 20. Februar an Theresa Schmidt (mailto:[vikom2@iv-net.at](mailto:vikom2@iv-net.at)). Da die Teilnehmerzahl am VIKOM-TALK begrenzt ist, richtet sich die Einladung ausschließlich an VIKOM-Mitglieder.

» **zur Themenliste**

## **Gestresste Kommunikationsprofis**

Eine ruhige Kugel schieben kann man woanders, aber nicht in der PR. Im Ranking der stressigsten Berufe landet der PR-Verantwortliche mit einem Stress Score von 47,56 auf dem siebenten Platz. Auf Platz 1 liegen Soldaten mit einem Stress Score von 84.61. Dahinter folgen Berufe wie Feuerwehrmann, Pilot oder Polizist. Das zeigt ein jährlich für Amerika aufgestelltes Ranking von CareerCast, in dem die stressigsten Jobs ausgewiesen werden.

Die PR-Führungskraft bewegt sich laut Ranking in einem sehr wettbewerbsintensiven Umfeld, das häufig Präsenz im Rampenlicht und extremen Termindruck mit sich bringt und sich deshalb auf einem hohen Stresslevel bewegt. Auch die oftmals nervenaufreibende Auseinandersetzung mit Vertretern der Medien – vor allem in einer Krisensituation – ist besonders stressig. Eine positive Nachricht gibt es dennoch: Der Stress in der Branche scheint weniger zu werden, im Ranking vom Vorjahr belegten die PR-Führungskräfte noch Platz 2.

Quelle: [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

**» zur Themenliste**

## **Mobile Award Austria**

„Gute Mobilanwendungen kommunizieren in einer Sprache und einem Design, das die Nutzer verstehen“, sagt Peter Bruck, Vorsitzender des Internationalen Centrum für Neue Medien (ICNM). Die Wirtschaftskammer Österreich reagiert auf diesen Trend und schreibt zusammen mit dem ICNM erstmals den Mobile Award Austria (MAWA) aus. Gesucht werden mobile Apps und Services mit Mehrwert für die Wirtschaft: herausragende Produkte, Lösungen und Anwendungen mit besonderem Nutzen und hohem Geschäftswert - im Sinne von Kundenfreundlichkeit, Informationsgehalt, Usability und Sicherheit. Dieser Award ein wichtiger Integrationsfaktor meint Bruck, denn "App-Wettbewerbe gibt es in Österreich bereits für einzelne Städte, Studiengänge oder Industriezweige. Der MAWA aber führt die gesamte Mobilcommunity zwischen Wörther-, Atter- und Neusiedlersee zusammen und macht transparent, was Qualität ist."

**» zur Themenliste**

## **Dafür geben Unternehmen heuer Geld aus**

Unternehmen erhöhen ihre Budgets heuer vor allem in den Bereichen Social Media, Video-PR und Internetauftritt. Das ergab eine aktuelle Blitzumfrage zu "Budgets und Investitionen in der PR". Die Befragung wurde von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt. Im Januar 2012 wurden 868 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen zu den Budgets für 2012 befragt.

Die PR-Branche kann sich freuen. Unternehmen planen für 2012 weitere Investitionen in ihre PR-Arbeit. Gut jede zweite Pressestelle, die Social

Media für ihre Kommunikationsarbeit nutzt, will heuer stärker in diesen Bereich investieren (53 Prozent). Rund jedes dritte Unternehmen, das noch nicht aktiv ist, will endlich einsteigen (32 Prozent). Noch optimistischer sehen es laut Umfrage Mitarbeiter aus Agenturen. Sie wissen von zwei Drittel ihrer Kunden, dass erhöhte Budgets für Social Media in der Pipeline sind (67 Prozent). Zusätzlich gehen sie laut Umfrage fest davon aus, dass knapp die Hälfte aller Kunden, die bisher noch keinen Zugang zu sozialen Netzwerken hatten, in diesem Jahre erstmals in Social Media investieren wird (49 Prozent). Vielversprechend sieht es auch im Bereich Video-PR aus, auch hier soll Geld fließen. So will jedes zweite Unternehmen, das bereits in diesem Bereich aktiv ist, in Zukunft vermehrt investieren (51 Prozent). Unter den Agenturkunden sind es sogar noch deutlich mehr (71 Prozent). Dagegen bleiben Pressestellen, die die Bewegtbild-Kommunikation bis heute nicht für ihre Unternehmens- und Produktkommunikation entdeckt haben, auch weiterhin skeptisch. Nicht mal jede fünfte PR-Abteilung unter ihnen zieht Video-PR zukünftig in Betracht (19 Prozent). Dringenden Handlungsbedarf sehen Unternehmen auch in der Verbesserung ihres Internetauftritts und haben erhöhte Budgets eingeplant. So arbeitet knapp die Hälfte aller Pressestellen zurzeit an einer Optimierung und ihre Arbeitgeber haben die Investitionskosten für 2012 noch einmal erhöht (42 Prozent). Weitere Unternehmen, die aktuell noch mit anderen Projekten beschäftigt sind, werden laut Umfrage in 2012 noch nachziehen (39 Prozent). Vermehrt investieren will jede vierte Pressestellen in diesem Jahr auch in Studien und Untersuchungen (Pressestellen: 27 Prozent; Agenturkunden: 23 Prozent). Knapp ein Viertel aller befragten PR-Verantwortlichen hat für 2012 zusätzliches Geld für die Produktion von Broschüren und Flyern sichergestellt. (Unternehmen: 24 Prozent, Agenturkunden: 21 Prozent).

Quelle: faktenkontor

**» zur Themenliste**

### **Dynamisches Online-Wörterbuch**

Die Entwicklung einer Sprache ist ein dynamischer Prozess. Ständig ergänzen neue Wörter den Sprachschatz, während andere von der Bildfläche verschwinden. Traditionelle Wörterbücher können kaum mit dieser Entwicklung mithalten. Entscheidungen darüber, welche Wörter aufgenommen werden und was genau sie bedeuten, dauern einfach zu lange.

Das Online-Wörterbuch Wordnik <http://www.wordnik.com> verfolgt einen anderen Ansatz, wie die New York Times berichtet. Durch ständiges Durchforsten neuer Texte im Netz wird eine Art "soziales Wörterbuch" geschaffen. Wordnik verfolgt automatisch die Entwicklung von etwa sechs Millionen Wörtern, wobei sich die Anzahl laufend verändert. 12,8 Mio. Dollar an Venture-Kapital hat das Start-up bisher aufgesogen. In Zukunft soll durch Sprachsoftware, die zum Beispiel Wortdefinitionen oder passende Buchempfehlungen liefert, neues Geld in die Kassen gespült werden. Für den professionellen Einsatz als Wörterbuch wird Wordnik momentan allerdings noch nicht empfohlen. "Wir entdecken die Wörter mittels Algorithmen. Die sind aber niemals perfekt", meint dazu ein Techniker.

Quelle: [presstext.com](http://presstext.com)

**» zur Themenliste**

## **Apps beraten besser als Call Center**

Die Kunden-Kommunikation wird sich 2012 drastisch verändern, prognostiziert Günter Greff von Call Center Experts <http://www.call-center-experts.de>. Verantwortlich für die tektonischen Verschiebungen sind nicht nur die sozialen Netze, wie man denken könnte. Shopping im Internet ist heute oft schon 'kundenorientierter' als der Anruf in einem Call Center, oft sogar kundenfreundlicher als der Besuch in einem Einkaufszentrum oder einem Fachgeschäft.

Dem Experten nach erfahren mobile Internetnutzer beispielsweise den aktuellen Fahrplan der Deutschen Bahn, einschließlich Verspätungen, mit einer App wesentlich schneller, als durch einen Anruf im Servicecenter. Die Dienste von Apple, Amazon, Facebook und Google machen profane Hotline-Angebote somit mehr und mehr überflüssig. Allein Google erhält täglich eine Milliarde Suchanfragen zu Fragen, die vor einiger Zeit noch in einem Call Center landeten. Die Communitys lösen ihre Probleme selbst, da braucht man kein Call Center mehr. Kundenorientierte Internet-Shops, die auch noch bessere und kompetentere Beratung und sogar Einkaufserlebnisse bieten, ersetzen das Telefon. Hochintelligente Suchmaschinen und Apps geben uns zu den meisten Fragen, die wir haben, schneller und aktueller Antwort als die Agentin und der Agent, meinen die Insider.

Quelle: [pressetext.com](http://pressetext.com)

**» zur Themenliste**

## **Spuren im Sand**

Public Relations, Investor Relations, Governmental Relations, Human Relations, Media Relations oder auch Customer Relationship Management – Unternehmen sind nicht nur selber geprägt von Beziehungen, sondern zugleich in ein komplexes Beziehungs-Netzwerk eingebunden. Beziehungen entstehen durch Kommunikation und wirken nach, auch wenn der eigentliche Verständigungsprozess bereits beendet ist. Weil Kommunikation Spuren hinterlässt, nämlich Vorstellungen, die sich als Wissen und Meinungen festsetzen. Daran knüpft jede neue Kommunikation wieder an, um Wissen zu erweitern, Einstellung zu bestätigen oder zu verändern und Verhaltensdispositionen zu stärken oder aufzubrechen. Ohne solche kommunikative Hinterlassenschaften gibt es keine Beziehung – die allerdings nicht immer positiv sein muss.

Wer sich mit seinen Bezugsgruppen verständigen will, muss sie verstehen – muss lernen, was sie wollen und was ihnen wichtig ist. Blindes Werben und routiniertes Berichten, gedankenloses Informieren und zwanghaftes Erklären, überstürztes Posten und nervöses Twittern hinterlässt zweifellos Eindrücke. Aber die so geschaffene Beziehung ist nicht belastbar. Nur wer sich jedoch immer wieder Zeit nimmt zum Verstehen, dessen Wertbeziehung kann für lange Zeit bestehen.

*Autor: Professor Dr. Lothar Rolke, er lehrt Betriebswirtschaftslehre und Unternehmenskommunikation an der FH Mainz – University of Applied Sciences.*

**» zur Themenliste**

## **Veranstaltung & Seminare & Workshops**

### **Netzwerktreffen des Fachbereichs "Kommunikation und Management**

Den Impulsvortrag bei dieser Veranstaltung, über die kommunikativen Herausforderungen einer modernen Interessensvertretung, hält Lehrgangspate Mag. Christoph Neumayer, Generalsekretär der Industriellenvereinigung, und langjähriger Vizepräsident des VIKOM.

**Termin:** 17. Februar 2012, ab 18 Uhr

**Ort:** Donau-Universität (Altbau, 2. Stock)

**Details:** [www.donau-uni.ac.at/jokom/km/netzwerktreffen](http://www.donau-uni.ac.at/jokom/km/netzwerktreffen)

Außerdem sind Weiterbildungsinteressierte im Bereich Kommunikation beim EARLY BIRDS-TREFFPUNKT am 1. März 2012 in Wien willkommen: Wer sich schon bis Ende April einen Studienplatz für Herbst 2012 sichern möchte, profitiert von einem Zusatzangebot seiner Wahl. Infos über alle Studiengänge und die Early Birds-Angebote finden Sie unter <http://www.donau-uni.ac.at/de/departement/wissenskommunikation/veranstaltungen/id/17556/index.php>

**Termin:** 1. März 2012, ab 18 Uhr

**Ort:** Café Restaurant Landtmann, Löwel-Zimmer, Dr. Karl Lueger Ring 4, 1010 Wien

Anmeldung sind bis 28. Februar per E-Mail erbeten:

([michaela.hammerer@donau-uni.ac.at](mailto:michaela.hammerer@donau-uni.ac.at)) oder telefonisch unter +43 (0) 2732/893-2703

### **Frau geht in Führung - was dann?**

Der Auftrag an jede Führungskraft ist es, die Balance zwischen Aufgabenorientierung und Mitarbeiterorientierung zu schaffen. Dies ist für routinierte Chefinnen nicht immer leicht und für neu beförderte Vorgesetzte noch viel schwerer. Die beförderte Mitarbeiterin hat plötzlich eine neue Rolle, hat neue Aufgaben und muss lernen, damit umzugehen. Es entstehen auf beiden Seiten Unsicherheiten, manche reagieren überfreundlich, andere ziehen sich zurück, im schlimmsten Fall kann eine Beförderung auch aktive Widerstände nach sich ziehen. Hier gilt es, an Souveränität zu gewinnen und zu lernen, auf dem neuen Parkett nicht auszurutschen

**Termin:** 14.-15. März 2012, 9.00 Uhr bis 17.00 Uhr

**Ort:** LLL Academy Technikum Wien GmbH, Meldemannstraße 16, 1200 Wien

**Kosten:** € 750,- netto

**Details:** [http://www.lllacademy.at/seminare/seminarprogramm\\_2011/?id\\_seminar=181](http://www.lllacademy.at/seminare/seminarprogramm_2011/?id_seminar=181)

### **4. EHI PR Kongress**

Diese Veranstaltung am 13./14. März 2012 in Köln zeigt Ihnen, wie die Branche ihr Image auf Hochglanz bringt. Kommunikationschefs geben Einblick in ihre Strategien - diesmal dabei: C&A, dm, Lacoste, Metro, Ikea, Thalia u.v.a. Neu im Programm ist der „Kölner Dialog“, eine Diskussionsrunde am Abend mit Top-Managern zu einem aktuellen gesellschaftspolitischen Thema.

Hier geht es zur Anmeldung: [www.pr-kongress.de](http://www.pr-kongress.de). Unser kleines Bonbon zum Schluss: Geben Sie bei der Online-Anmeldung unter Gutscheincode

"Convento" ein, und erhalten Sie einen Rabatt von 100 Euro!

Details unter Tel. +49-2131/200900, [r.maassen@convento.de](mailto:r.maassen@convento.de)

### **Lobbying Kongress 2012**

Macht ausüben – können, müssen und dürfen ...

Viele können das Wort Lobbyist nicht mehr hören! Menschen mit Weitblick erkennen jedoch zunehmend, dass ohne Lobbying im heutigen Wirtschaftsleben, das immer vernetzter und internationaler wird, kaum mehr etwas zu bewegen ist und dass man, um es zu betreiben, in keinsten Weise korrupt sein muss, sondern auch ganz sauber und transparent zu Erfolgen kommt. Mehr noch: Verantwortungsvolles Lobbying setzt bewusst auf faire und transparente Machtausübung.

Und genau hier setzt der 2. ARS-Lobbying-Kongress mit einer beispiellosen Riege an kompetenten & prominenten Vortragenden an, wie BM Mag. Dr. Beatrix Karl (Bundesministerium für Justiz), NRAbg. Dr. Christoph Matznetter (SWV Österreich), Prof. Mag. Eva Geiblinger (Transparency International), Franz Küberl (Caritas Österreich) Dr. Helmut Brandstätter (Tageszeitung "Kurier"), Mag. Öthmar Karas, M.B.L.-HSG (Europäisches Parlament), KR Margarete Kriz-Zwittkovits (Österreichischer Gewerbeverein), Mag. Christoph Neumayer (Industriellenvereinigung), Mag. Karl Krammer (Krammer Consultants), Mag. Wolfgang Lusak (Lobby-Coach).

**Ort:** ARS Wien (Kongresstag & Workshop getrennt buchbar!),  
1. Tag: von 9.00 bis 18.00 Uhr | 2. Tag: von 9.00 bis 17.00 Uhr -  
(begrenzte Teilnehmerzahl))

**Termin:** 22. - 23. März 2012

### **Termine der IBA Internal Branding Academy**

Hier finden Sie eine kurze Übersicht zu aktuellen Veranstaltungen der IBA Internal Branding Academy

### **Internal Branding Praxisforum 2012 in Wien**

**Termin:** 21. Februar 2012, von 14:00 bis 18:00 Uhr

**Ort:** Wolfgang Denzel Mini Brand Store, Vienna

Teilnahmegebühr: kostenlos für interne ExpertInnen aus Marketing, Unternehmenskommunikation, HR, etc.

€ 500,-- excl. MWSt. für externe Dienstleister wie Trainer, Berater, Agenturen etc.

### **Workshop "CEO-Positioning"**

**Termin:** 29. und 30. März 2012 in Wien.

**Ort:** Wien

**Details:** [info@internalbranding.eu](mailto:info@internalbranding.eu)

**» zur Themenliste**

### **Buchtipps**

### **Change Communications Jahrbuch 2011**

Wie können sich Unternehmen ändern und sich trotzdem treu bleiben. Und warum motiviert das die Mitarbeiter so ungemein ...Die Königswege zum Erfolg von Change-Projekten sind vielfältig. Eines haben sie gemeinsam: Ihr Hauptaugenmerk liegt auf Change Communications / Veränderungskommunikation.

Der Trend, Change Communications stärker die ihr gebührende Rolle zuzugestehen, zeigte sich 2010 sowohl am Change Communications

Congress in Salzburg als auch beim European Change Communications Award 2010. Im vorliegenden Jahrbuch werden sie detailliert vorgestellt, abgerundet von Expertenbeiträgen zu den Themen Traditionen, Werte, Rituale. Denn, wie es auch am Change Communications Congress 2010 hieß: Nur wer sich ändert, bleibt sich treu!

### **Change Communications Jahrbuch 2011**

Harringer, Christoph; Maier, Hannes (Hrsg.)

Preis: € 46,21

ISBN 978-3-642-20376-3

### **KLARTEXT! Wie uns Kommunikation gelingt.**

Öffentliche Auftritte beispielsweise vor der Presse oder schriftliche Statements gehören zur PR-Arbeit dazu. Doch gerade wer zum ersten Mal ein persönliches Statement abgeben muss, ist häufig verunsichert. Viele PR-Verantwortliche wissen nicht, wie sie souverän und kompetent rüberkommen und den Medienvertretern tatsächlich genau das vermitteln können, was sie sich zum Ziel gesetzt haben. Wie in vielen anderen Lebenslagen ist natürlich eine gute Vorbereitung wichtig. Es gibt aber auch ein paar einfache Regeln, die es zu beachten gilt und die einen souveränen Auftritt gewährleisten.

Der Kommunikationstrainer Hans Eigenmann zeigt in seinem Buch im Klartext auf, wie Sie zukünftig Überzeugungskraft entfalten, Kommunikationsfallen umgehen, präzise und situationsgerecht formulieren und dadurch einfach besser ankommen.

### **KLARTEXT! Wie uns Kommunikation gelingt.**

Hans Eigenmann

BusinessVillage Verlag.

Preis: € 24,80.

ISBN 13:9783869801193

### **Macht Schlagzeilen!**

Der Autor Christian Maria Fischer hat 1000 PR Ideen gesammelt, mit denen Firmen Schlagzeilen und Kunden neugierig gemacht haben. Übersichtlich geordnet in 15 Themenfelder und 145 Kategorien bietet das Werk einen großen Nutzwert und dient PR und Marketingprofis, Führungskräften in Firmen jeder Größe sowie Chefs kleiner und mittlerer Unternehmen als Nachschlagewerk und Inspirationsquelle in Griffweite am Arbeitsplatz.

### **Macht Schlagzeilen!**

Christian Maria Fischer

GABAL Verlag

Preis: €24,90

ISBN: 9783897499195

**» zur Themenliste**

## **VIKOM-Veranstaltungskalender 2012**

### **21. März, 18.30 Uhr:**

VIKOM TALK: **Unternehmens-Best Practice aus der vernetzten audio-visuellen Welt:**

Corporate Video – das neue Leitmedium in der Business-Kommunikation für emotionales Leadership.

### **26. April, 18.30 Uhr:**

**VIKOM TALK: Community-Management – Zielgruppen waren gestern!**

**14. Juni, 9.00 – 18.00 Uhr:**

**„Erlebnis“ Kommunikation: „Der Wert des Kommunikators/der Kommunikatorin“**

- VIKOM-Gehaltsstudie
- Anforderungsprofil an die KommunikatorInnen (internationales Kompetenzmodell Certified Communicator)
- Workshop Rollenspiele: „Finden Sie Gehör“ und „auf Augenhöhe mit dem Vorstand“

**19. Juli, 18.30 Uhr:**

**Sommercocktail:** VIKOM-Halbzeit Lassen Sie sich „angenehm“ überraschen

**27. September, 18.30 Uhr:**

**VIKOM TALK: Das neue Berufsbild der Kommunikatorin / des Kommunikators. Auf dem Weg zur/zum „Medien getriebenen ManagerIn“?**

**24. Oktober, 9.00 – 18.00 Uhr:**

**„Erlebnis“ Kommunikation: „Krisenmanagement“**

- VIKOM-Studie: Wie gut sind Österreichs Unternehmen kommunikativ auf Krisen vorbereitet?
- Workshop: Krisenmanagement

**29. November, 18.00 Uhr:**

Generalversammlung 19.00 Uhr: Weihnachtscocktail in Wiens „Unterwelt“  
Verleihung der VIKOM-Awards

**» zur Themenliste**

## **Impressum**

**Medieninhaber, Herausgeber:**

VIKOM (Verband für integrierte Kommunikation)  
Schwarzenbergplatz 4, A-1031 Wien  
Tel.: +43 (0)1 71135-2413  
Fax: +43 (0)1 71135-2313  
E-Mail: vikom@iv-net.at  
Vereinsregisterzahl: 448331089

**Für den Inhalt verantwortlich:**

VIKOM-Vorstand

**Grundlegende Richtung des Mediums**

Information über die Aktivitäten des VIKOM: Dieser Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die Förderung der innerbetrieblichen Information und Kommunikation, insbesondere durch Ausbildung, Weiterbildung und Gedankenaustausch seiner Mitglieder.

**» zur Themenliste**

ViKOM Verband für Integrierte Kommunikation | Redaktion: Elisabeth  
Loisch | [www.vikom.at](http://www.vikom.at)

[Wenn Sie den Newsletter abbestellen möchten, klicken Sie bitte hier.](#)