

Regionale Kommunikationssteuerung: Abstimmung als Daueraufgabe



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

am 17. Oktober traf sich unser Arbeitskreis bei der DB Mobility Logistics AG in Berlin, um über das Thema „Regionale Kommunikationssteuerung“ zu diskutieren. Jürgen Kornmann (DB Mobility Logistics), Dr. Kerstin Bartels (Generali Versicherungen), Christoph Blumenthal (Deutsche Bank) und Walde-mar Oldenburger (Alstom) stellten das Zusammen-spiel zwischen zentraler und dezentraler Kommuni-kation in ihren Unternehmen vor.

In der Diskussion wurde deutlich, dass für die inter-nationale und regionale Kommunikationsteuerung ähnliche Gesetze gelten. Zum Erfolg führt eine übergeordnete Strategie, die mit internationalen bzw. regionalen Feedbacks entwickelt wird. Zur Wahrung der Balance ist die frühzeitige Einbindung von Kommunikatoren außerhalb der Zentrale uner-lässig. Der vorliegende Impuls-Report gibt einen Überblick zu wesentlichen Fragen und Antworten im Meeting.

Mit besten Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lothar Rolke'.

Lothar Rolke

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jan Sass'.

Jan Sass

Wie gelingt eine Balance zwischen regionaler und zentraler Kommunika-tionssteuerung? Was sind die Erfolgs-faktoren, und wie wird die Zielerrei-chung im Unternehmen gemessen?

Diese und weitere Fragen diskutierten rund 20 Kommunikationsfachleute beim Treffen des DPRG-Arbeitskreises Kommunikationssteuerung und Wert-schöpfung am 17. Oktober. Jürgen Kornmann, Lei-ter Kommunikation Personenverkehr bei DB Mobility Logistics, erläuterte zu Beginn, wie in seinem Team die regionale Kommunikation mit der übergreifen- den Kommunikationsplanung zusammenläuft und welche Steuerungsmechanismen dazu eingeführt wurden.

Bei der Deutschen Bahn sind die sieben Regional-teams eng mit der zentralen Kommunikations-planung in Berlin verbunden: Im jährlichen Strate-giemeeting werden die Kernthemen definiert: „Es ist sehr wichtig, mit den Kollegen aus den Regional-büros die wichtigsten Themen festzulegen“, betont Jürgen Kornmann. „Dabei werden wir für regionale Besonderheiten sensibilisiert. Oft entstehen daraus auch gute Anregungen für die zentrale Kommunika-tion.“ Die Botschaftengestaltung obliegt dann den Regionalteams, wobei ihre Vorschläge zentral ab-gestimmt und bei thematischen Überschneidungen an andere Regionen kommuniziert werden. Umge-kehrt sind die Regionalteams aufgefordert, die Kon-zerntemen zu integrieren.

IMPULS-REPORT Regionale Kommunikationssteuerung

Organisatorische Aufstellung und Steuerungstools in der Regionalkommunikation bei der Deutschen Bahn

Sieben Regionalteams mit lokalen Themen



Verantwortlichkeiten am Beispiel Streik

Auskünfte und Aufgaben	Kommunikationskanäle	Verantwortlich
Taripolitische Themen	National/Regional	TV
	National/Regional	Radio/Print
	Alle	Alle
Verkehrliche/ Kundendienstliche Themen	National/Regional	TV
	National/Regional	Radio/Print
	Alle	Alle
	Radio	Radio
	Alle (keine TV-O-Töne)	Alle (keine TV-O-Töne)
	Alle (keine TV-O-Töne)	Alle (keine TV-O-Töne)

Vierteljährliche Planung der Schwerpunktthemen



Tagesplanung mit dem DB-Kommunikationstool

DB-Kommunikationstool	Thema	Ort	DB-Teilnehmer	weitere Teilnehmer	Bericht: Verantwortlicher	Verantwortlicher	Verantwortlicher
10.10.14 - 11.10.14	Staatliche bei Regioverkehr	Unzen			PK	GKP	GKP
10.10.14	Ankündigung Fahrplanwechsel und Beginn Vorverkaufsticket	Bundesweit			PK	GKP	GKP
10.10.14	Kampagne Expressnetz - Lokalisierung Netzwerke	Bremen	Bremens und DB Regio	Medien	PK, FT, BE / PT / RD		
10.10.14 (09:30)	Einführung Touch&Travel im TSG - Tarifkonditionen	Offenburg	DB Vertrieb Touch&Travel	Vorverkaufsticket TSG Offenburg	PK	GKP(B)	GKP(B)
10.10.14 (13:00)	Aktueller Stand der Baumaßnahmen und des Verkehrsverbundes	Beitri Gesundbrunnen	DB S&S, GKP(B)		PK, PK, BE, IN, GKP(B) / BE / SE, JA		
10.10.14 (13:15)	Einführung Touch&Travel im Regio-Verkehrsverbund Löhach	Basel	DB Vertrieb Touch&Travel	Regio Verkehrsverbund Löhach	PK	GKP(S)	GKP(S)
10.10.14 (14:00)	Neues ES - Bezeichnung durch Postbus	Beitri Gesundbrunnen	GLB, DB S&S, GKP(B)		FT, IN / BE	GKP(B)	GKP(B)

Abstimmungsroutinen unterstützen die tägliche Steuerung

Die Abstimmung zwischen Zentrale und Regionen ist eine ständige Aufgabe. Bei der Strategieformulierung kommt es darauf an, regionenbezogene Beispiele anzuführen, um die Anschlussfähigkeit der strategischen Themen an die regionale Kommunikation zu verdeutlichen. Kommunikationskampagnen, die überregional umgesetzt werden, arbeitet die Zentrale daher so aus, dass sie regional leicht integrierbar sind. Damit positioniert sich die Zentrale auch als interner Serviceanbieter für die Regionen.

Klar geregelte Verantwortlichkeiten sowie eine tagesaktuelle Abstimmung sind für eine konsistente Kommunikation unverzichtbar. Bestimmte Themen (z.B. Tarifpolitik) werden bei der Deutschen Bahn außerdem zentral gesteuert. Jeden Morgen um 9.15 Uhr werden die wichtigsten Themen telefonisch mit den Regionalbüros besprochen und in einem Tagesplan festgehalten (siehe Abbildung: DB-Kommunikationstool). Betroffene Sprachregelungen sind für das Kommunikationsteam im Online-Wiki ständig einsehbar. „In Zeiten, in denen das Internet keinen Feierabend kennt, sind Schnelligkeit und Erreichbarkeit entscheidend“, so Kornmann. Die

Bahn hat daher ein 24/7-Team eingeführt, das kritische Themen frühzeitig erkennt und sich täglich mit den Regionen abstimmt.

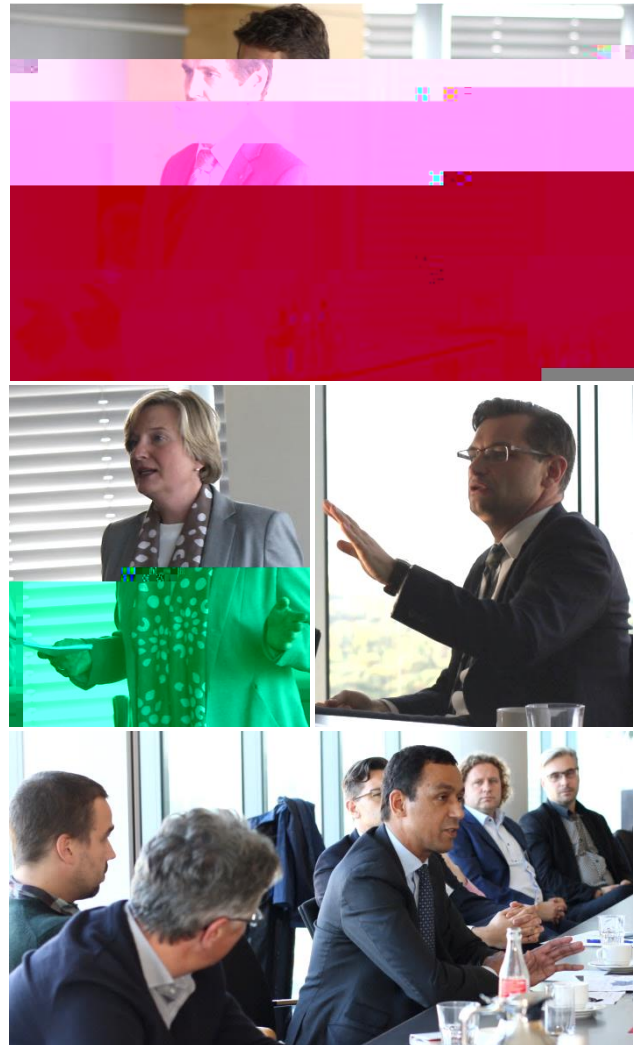
Integration regionaler Besonderheiten bei Generali Versicherungen, Alstom und Deutsche Bank

Als Bereichsleiterin Presse/Unternehmenskommunikation der Generali Versicherungen betrachtet Kerstin Bartels das Thema aus einer anderen Perspektive. In Folge eines unternehmensweiten Zentralisierungsprozesses hat sie es mit Vorgaben von der Konzernspitze in Italien zu tun. So wurden regionale Leitbilder durch ein einheitliches ersetzt. Obwohl die Kommunikatorin eine stärkere Konsistenz im Unternehmen grundsätzlich befürwortet, sollte aus ihrer Sicht eine Zentralisierung von den Regionen ausbalanciert werden können. Im Dialog mit der Zentrale hat Bartels zum Ausdruck gebracht, an welcher Stelle das notwendig ist, damit die Strategie von den Mitarbeitern mitgetragen wird. Dabei ist besonders wichtig, „die Verknüpfung der Regionen mit der Konzernstrategie aufzuzeigen, sonst ist ein Scheitern vorprogrammiert“.

IMPULS-REPORT Regionale Kommunikationssteuerung

Die Notwendigkeit einer engen Verzahnung von Zentrale und Regionen betont auch Christoph Blumenthal, Leiter des Presseteams für Private & Business Clients und Regionen Deutschland der Deutschen Bank. In seiner Position ist er verantwortlich für fünf inländische Regionen, die jeweils eigene Pressesprecher haben. „Viele Themen, welche die Bank international umtreiben, spielen für die Regionen kaum eine Rolle“, sagt Blumenthal, „da steht häufig das konkrete Kundengeschäft auf der Agenda.“ Außerdem wollen die Unternehmensbereiche Einfluss auf die Themenführung in den Regionen nehmen. Vor diesem Hintergrund gehört ein „Kampf der Argumente“ zwischen Regionen und Zentrale durchaus zum Tagesgeschäft. Seine Rolle versteht Blumenthal dabei nicht nur als Strategiegeber, sondern zugleich als Vermittler: „Mein Team sorgt dafür, dass die Regionen mit ihren Wünschen und Vorschlägen für die Pressearbeit in der Zentrale auch gehört werden.“

Waldemar Oldenburger, Direktor der Länderkommunikation für Deutschland und Zentraleuropa bei Alstom, bestätigt dieses Selbstverständnis: Er sieht die regionale Kommunikationssteuerung in einer „Sandwich-Position“, bei der beide Perspektiven zusammengebracht werden müssen. Sogenannte „focal points“ im Kommunikationsteam stellen dabei sicher, dass verbindlich vereinbarte Standards in der Umsetzung um regionale Besonderheiten (z.B. gesetzliche Rahmenbedingungen) ergänzt werden. So gelingt für Oldenburger ein gutes Zusammenspiel in der Steuerung von regionaler und zentraler Kommunikation.



Jürgen Kornmann (DB Mobility Logistics, oben) erklärt die Steuerung von Regionalkommunikation und Planungsrouuten.

Statements von Dr. Kerstin Bartels (Generali Versicherungen, Mitte links), Waldemar Oldenburger (Alstom, Mitte rechts) und Christoph Blumenthal (Deutsche Bank, unten, Dritter von links).

TEILNEHMER

Dr. Kerstin Bartels, Generali Versicherungen · **Christoph Blumenthal**, Deutsche Bank · **Dr. Mark-Steffen Buchele**, Buchele cc · **Martina Evers**, EnBW · **Ariana Fischer**, Kommunikationsberatung · **Dr. Jan Janzen**, Ausschnitt · **Jürgen Kornmann**, DB Mobility Logistics · **Michael Maader**, Helios Kliniken · **Jens D. Müller**, CEP · **Maren Christin Müller**, Lautenbach Sass · **Steffie Müller**, DekaBank · **Waldemar Oldenburger**, Alstom · **Oliver Plauschinat**, pressrelations · **Roman Reifschneider**, DB Mobility Logistics · **Prof. Dr. Lothar Rolke**, Hochschule Mainz · **Dr. Jan Sass**, Lautenbach Sass · **Susanne Thobe**, GIZ · **Eike Tölle**, Landau Media · **René Will**, SEW-EURODRIVE



4. Wie zentral oder dezentral sollte die regionale Kommunikation gesteuert werden?