Systematik der Internationalen Unternehmenskommunikation

Internationale Kommunikation - Vorbereitung → **Internationale Kommunikation - Umsetzung**

Unternehmens-strategie

Unternehmens-strategie

↓

Wesentliche Zuliefer-, Produktions- und Absatzmärkte: aktuell und in Zukunft

Festlegung des Vorgehens in schwierigen Märkten

Die Unternehmens-kommunikation übernimmt das taktische und operative Management der jeweiligen Kommunikations-Schritte

↑

Unternehmens-kommunikation

Voraussetzungen

Organisation
- Rechtliche Rahmenbedingungen des Landes
- Vertragliche Verpflichtungen des Unternehmens
- Bedeutung des Unternehmens im Land

Prozesse
- Regelkatalog (insb. bei Krisen)
- Kommunikations-training für Manager
- Eskalationswege
- Prozesstraining
- Issues Management
- Internes Relationsship building

Kommunikationskultur
- Gepflogenheiten
- Professionalität
- Ungeschriebene Regeln
- Informelle Strukturen
- Ethische Grundsätze
- Staatlicher Einfluss
- Bedeutung der Medien

Budget und Ressourcen

Kommunikations-management

Issue Identification
Ist die Kommunikation auch für schwache Signale empfänglich?
- Sensoring Techniken
- Issue Calls
- Monitoring
- Informelle Kontakte

Information Management
Verfügt die Kommunikation über die notwendigen Informationen ?
- pünktlich
- qualitativ hochwertig
- aktionsorientiert

Entscheidungs-management
Ist die Kommunikation in der Lage, Entscheidungen zu treffen?
- kurzfristig
- effektiv
- in der Gewissheit einer professionellen Umsetzung

Beziehungen
- Hat die Kommunikation die notwendigen Relationships?
  - im Land
  - zu Korrespondenten
  - zu Newswires
  - intern

Instrumente

Vorbereitung
- Teamtrainings
- Issues-Management Prozess
- Simulation von Krisenszenarien
- Krisenpläne

Information
- Monitoring
- Medienanalyse
- 24h/7 hotline
- News room
- Issue platform
- Issue briefing

Bewertung
- Kommunikations-erfahrung
- Länderkenntnis
- Experten
- Lokale Büros

Distribution
- 24/7 Verteilerdienst
- Journalistenkontakte
- Stakeholder-Adressen
- Internet
- Internes Sprecher-Briefing

„Do and Don't"

Do
- Ehrlichkeit ist die Basis der Kommunikation
- Im Ländervergleich verschiedene Kommunikations-Gepflogenheiten erfordern oft wesentliche Anpassungen
- Auch internationale Journalisten erwarten, dass die Kommunikation ihre Hausaufgaben macht und wesentliche Dinge über ein Medium bekannt sind
- Internationale Kommunikation fängt zu Hause an: Auslands-Korrespondenten als Botschafter
- 90% der Kommunikation sind in vielen Ländern gleich, entscheidend sind die 10% Unterschied.
- Regelmäßige Meldungen, auch ohne unmittelbare Aussicht auf Berichterstattung, helfen Journalisten bei der Recherche

Don't
- Identisches Vorgehen in verschiedenen Märkten: „one size fits all"
- Reine Übersetzungen deutscher Mitteilungen sind oft unverständlich für ausländische Medien
- Sparen an lokaler Expertise kann langfristig teuer werden
- Selbstüberschätzung: Englisch zu sprechen, heißt nicht, die Gepflogenheiten in den US oder UK ausreichend zu kennen
- Prüfung von Fakten ist üblich, eine Interviewabstimmung jedoch in vielen Ländern unbekannt

Kontrolle / Feedback

Ziele der Internationalen Kommunikation

↓

Strategie und Planung

↓

Umsetzung

↓

Monitoring

↓

Wirkungskontrolle

↓

Kontinuierliche Verbesserung!

Kommunikations-Erfahrung

Technologie