

## WER 2014 ERFOLGREICH KOMMUNIZIERT HAT

Guten Tag und Grüß Gott,

wer sich Gehör verschaffen, gesehen und verstanden werden will, muss durch den Informationsdschungel dringen. Man muss dazu wissen, wie die Medien ticken und wie man Kommunikation in die Hand nimmt, also „managed“.

Wir von KommunikationsManagement Riefler (kurz: KommMan) stellen hier Beispiele vor, wie Klienten von uns erfolgreich ihre Zielgruppen und Kunden erreichen – sei es über die Presse, eigene Medien oder face-to-face.

Denn: Ohne Kommunikation bringt alles Reden und Wollen nichts!

Mit den besten Grüßen aus München,  
Ihr Stefan Riefler und das KommMan-Team

**WEITERE INFOS ZU  
PROJEKTEN, KLIENTEN  
UND ZU UNS AUF  
[WWW.KOMMMAN.DE](http://WWW.KOMMMAN.DE)**

### STEUERBERATER BERATEN

## DIE BOTSCHAFT STECKT ÜBERALL

Nach umfangreicher Analyse der Kommunikation zum Seminargeschäft des Landesverbands der steuerberatenden und wirtschaftsprüfenden Berufe in Bayern e. V. (LSWB) entstand die neue Marke **LSWB-Akademie** – und ein neuer Spirit für die Kleinigkeiten.

Von März 2013 bis Mai 2014 haben wir eine Analyse und ein mehrstufiges Kommunikationskonzept für den LSBW entwickelt. Ziel war es, das Seminargeschäft des Verbandes mit ca. 20.000 Teilnehmern pro Jahr voranzubringen, neue Teilnehmer zu gewinnen und die Seminare besser auszulasten. Das Angebot an Aus- und Weiterbildung mit über 500 Seminaren pro Jahr in 26 Zweigstellen bayernweit sollte attraktiver werden.

### Wir sehen genau hin

Das KommMan-Team beobachtete und analysierte die Ausgangssituation vor Ort. „Undercover“ nahmen wir an Seminaren von LSBW und anderen Anbietern teil und interviewten Steuerberater und deren Mitarbeiter sowie die Verantwortlichen beim LSBW. Es wurden Bedürfnisse, Sorgen und Anliegen herausgefiltert, die Stärken und Schwächen der Seminare analysiert und verwendete Begriffe und Strukturen (z.B. der Feedbackfragebogen) durchleuchtet. Klare Stärke der LSBW-Seminare sind hervorragende Referenten sowie die fachliche Qualität der Seminarinhalte. Beim „Drumherum“ hatten Wettbewerber Vorteile.

Ein Ergebnis der Analyse: Den Seminaren des LSBW fehlte ein deutlicher Wiedererkennungswert und Sympathiewert. Unsere Empfehlung: Die neue **LSWB-Akademie**. Diese gibt dem Seminargeschäft des LSBW nun ein klares Profil. Ausgehend vom LSBW-Zeichen entwickelten wir mit **Pokorny Design, München** das Logo und den gesamten optischen Auftritt (Design, Farben, Bildsprache, Hierarchien).

Ebenso entstand ein Zeitplan für das „Going Public“ innerhalb des Verbandes mit ca. 6.300 Mitgliedern. KommMan begleitet die Akademie bei der Einführung am 1. August 2014 und danach.

### Die kleinen Dinge wirken

Wesentlicher Kernpunkt unseres Konzeptes: Wir haben ganz konkrete Verbesserungsvorschläge entwickelt (siehe Kasten). Oft sind es kleine Details, die leicht vergessen werden – die aber sehr wohl eine Botschaft transportieren. Zur Atmosphäre war unsere Empfehlung unter anderem, mehr Farbe in die Seminarräume zu bringen durch das kräftige Orange der Akademie. Pausenstimmung und gute Verpflegung entscheiden mit darüber zu welchem Seminar man geht, wenn es inhaltsgleiche Alternativen gibt.



Frisch in Komplementärfarben:  
Logo, Slogan und Design der  
LSWB-Akademie

### KONKRETE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

- zur Raumatmosphäre
- zur Verpflegung in den Pausen
- zum Zwischenmenschlichen (z.B. Begrüßung, Verabschiedung)
- zu den Seminarabläufen
- zu Materialien und Manuskripten
- zur Website
- u.a.m.

# THEMEN BESETZEN UND KUNDEN GEWINNEN

## MEDIEN LIEBEN STUDIEN

Wie schafft man es, in die Wahrnehmung potenzieller Kunden zu kommen? Wie zeigt man Kompetenz? Das Beratungsunternehmen ComTeam Academy + Consulting AG macht seit zehn Jahren Studien zu Führungs- und Changethemen. KommMan bringt ComTeam damit in die Medien.

Im Frühjahr 2014 führte ComTeam unter Fach- und Führungskräften in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine Umfrage mit dem Titel „Persönlichkeit und Produktivität“ durch. Dabei ging es um sogenannte Soft Skills bei Führungskräften und ob sie den Firmen auch wirtschaftlich nutzen. Ca. 560 Personen aus verschiedenen Branchen nahmen an der Umfrage teil.

Wir haben ComTeam – wie bereits in den Vorjahren – bei der Entwicklung und Publizierung der Studie unterstützt. Und die Ergebnisse in die Medien gebracht. Dazu haben wir individuelle Kontakte zu relevanten Fach- und Wirtschaftsmedien aktiviert und eine Pressemitteilung über zentrale Resultate der Studie lanciert. Unter anderem haben wir Interviews mit einem Nachrichten- und einem Fachmagazin organisiert.

Berichtet haben, online und in Print, beispielsweise Der Standard, Arbeit und Arbeitsrecht, Wirtschaftspsychologie aktuell, Personalwirtschaft, Springer für Professionals, manager-Seminare und FOCUS. Einige Veröffentlichungen finden sich auf der ComTeam-Website im Bereich [Presse](#).

Beispiel 1: Studie in Fachzeitschrift

Beispiel 2: Studie im Wirtschaftsteil eines Nachrichtenmagazins

### Image aufbauen und Kunden gewinnen

ComTeam wird seit 2002 in der PR-Arbeit von KommMan unterstützt. Seit 2003 führt ComTeam Studien durch. Diese helfen ComTeam dabei, sich am Beratungs- und Coachingmarkt als ein führendes Unternehmen zu behaupten. Zusätzlich wird unterstrichen, dass ComTeam bei der Ausbildung von Führungskräften eine bedeutende Adresse ist.

Immer wieder bekommt ComTeam das Feedback, dass die Medienartikel, Zitate und Erwähnungen in der Presse bestehende Kunden erreichen und sie sogar zu neuen Anfragen führen. Die Studien und die intensive PR dazu machen das Unternehmen und seine Leistungen bei potenziellen Auftraggebern bekannt.

## LUST AUF LEHRE

Seit dem Frühjahr 2014 hält Stefan Riefler eine Lehrveranstaltung im Praxismodul „Strategische und zielgruppenorientierte Kommunikation“ des neuen, Ende 2013 gestarteten Master-Studiengangs „Internationale Public Relations“ an der Universität München ab. Seine Lehrtätigkeit hat Tradition.

Stefan Riefler arbeitet seit 21 Jahren als Selbstständiger mit der Agentur KommunikationsManagement. Seit 1989 ist er zudem Lehrbeauftragter an der Paris-Lodron Universität Salzburg und seit 1995 an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Die Titel seiner praxisorientierten **Lehrveranstaltungen** lauten „Getting started in Public Relations“ (zum Berufseinstieg) und „Kommunikationsmanagement durch Public Relations-Dienstleister“ (zur Arbeit von Agenturen).

Auch in der täglichen Arbeit verbinden sich Theorie und Praxis: Stefan Riefler und seine Kollegin Verena Schlegel sind studierte Kommunikationswissenschaftler. Die beiden arbeiten seit 1998 zusammen.

### Auf guter Basis

Stefan Riefler: „So stehen wir nicht nur täglich in der Praxis, sondern verfügen auch über ein solides wissenschaftliches Fundament bei unserer Arbeit. Die Lehraufträge erweitern zudem unser Netzwerk national wie international und sie bringen Kontakte zu Interessenten für Praktika.“

Von der Gründung 1993 bis 2014 haben 37 Studenten und Absolventen ein Praktikum von jeweils zwei bis drei Monaten bei uns absolviert. Sie bringen viel Frische, mutige Ideen und Appetit auf Kommunikation in den Laden mit.

2014 waren zwei Praktikantinnen bei KommMan. Stefanie Barz studienbegleitend, von Anfang März bis Ende Juni. Christine Drack während des Sommers von Anfang August bis Mitte Oktober. Das sagen sie zum Praktikum bei KommMan:



Fokussiert und fundiert. Stefan Riefler hat Freude an Uni-Lehraufträgen.



Christine Drack:  
„Bei KommMan ist es nicht nur wichtig, die Arbeit richtig zu tun, sondern vor allem die richtige Arbeit zu tun.“



Stefanie Barz:  
„Ein Praktikum bei KommMan ist wie ein Kompass, der einem dabei hilft den passenden Weg einzuschlagen. Beschreiten muss man ihn allein, um an sein Ziel zu kommen.“

## IMPRESSUM

### KOMMUNIKATIONS MANAGEMENT

Stefan Riefler

Idee, Text und Bilder: Christine Drack

Support: Stefan Riefler und Verena Schlegel

Schlussredaktion: Stefanie Barz

Gestaltung: Pokorny Design, München

Rumfordstraße 10

D-80469 München

Tel. +49 89 290 840 44

Fax +49 89 290 840 50

E-Mail: [info@kommman.de](mailto:info@kommman.de)

Internet: [www.kommman.de](http://www.kommman.de)

