

# Communication Benchmarking Initiative

## 2017

---

Vergleichsdaten zu Strukturen und Ressourcen  
der Unternehmenskommunikation



**COMMUNICATION BENCHMARKING INITIATIVE**  
Eine Initiative der Günter Thiele Stiftung

## Einleitung



### Liebe Kolleginnen und Kollegen,

als Kommunikatoren stehen wir im Wettbewerb um Ressourcen. Wir müssen unseren Beitrag zum Unternehmenserfolg begründen und Budgets verteidigen.

Auf der anderen Seite bringen uns Megatrends wie die Digitalisierung neue Herausforderungen, die wir in der Kommunikation zu bewältigen haben. Das hat Folgen für die finanzielle und personelle Ausstattung, aber auch die Organisationsstrukturen.

Bosch nimmt an der Communication Benchmarking Initiative teil, weil das Benchmarking eine höhere Transparenz bei Ressourcen, Kosten und Organisationsformen schafft. Damit entsteht ein Mehrwert für interne Verhandlungen und für die Steuerung von Kommunikation insgesamt. Natürlich haben alle Teilnehmer einen Aufwand. Ich bin aber überzeugt: Es lohnt sich.

**Dr. Christoph Zemelka**  
Robert Bosch GmbH



### Sehr geehrte Damen und Herren,

zum Benchmarking in der Unternehmenskommunikation gibt es bisher keine verlässlichen Daten. Vorhandene Studien sind nur operativ angelegt oder sie berücksichtigen Unternehmen im deutschsprachigen Raum zu wenig.

Hier ist ein neues Angebot. Es ist wissenschaftlich abgesichert und bietet eine große Chance: Unser anonymisiertes Benchmarking schafft erstmals die Möglichkeit zum neutralen Vergleich von Kosten und Strukturen der Unternehmenskommunikation.

Gewinnen Sie mit dem Benchmarking wertvolle Einsichten und erweitern Sie Ihren Handlungsspielraum. Ich freue mich, wenn Sie dabei sind.

**Prof. Dr. Ansgar Zerfaß**  
Universität Leipzig

# Hintergrund und Zielsetzung

**Budgets und Personalressourcen, Strukturen und Prozesse – dazu gibt es im deutschsprachigen Raum bisher keine verlässlichen umfassenden Informationen. Die Communication Benchmarking Initiative will erstmalig Daten zur Organisation der Unternehmenskommunikation erfassen und vergleichbar machen.**

Die Initiative ist wissenschaftlich abgesichert und bietet die Möglichkeit zum neutralen Vergleich. Damit wird eine höhere Transparenz zu Ressourcen und Strukturen geschaffen, die Branchenstandards sichtbar macht. Auf dieser Grundlage lassen sich vorhandene Budgets und Ressourcen in der Unternehmenskommunikation nachvollziehbar einordnen. Vor allem kann auch ein veränderter Bedarf für die finanzielle und personelle Ausstattung besser begründet werden. Die Verfügbarkeit solcher Vergleichsdaten ist ein Wert an sich, selbst wenn aktuell keine Diskussionen im Unternehmen anstehen. Die nächste Restrukturierung und die nächsten Vorschläge von Managementberatern kommen bestimmt – nur wer rechtzeitig die Grundlagen schafft, kann dann mit Argumenten punkten.

Die Idee für eine solche Initiative entstand aus dem Kreis mehrerer Unternehmen. Angestoßen von Dr. Christoph Zemelka, Leiter Unternehmenskommunikation der Robert Bosch GmbH, hat im Jahr 2016 ein Arbeitskreis von Vertretern von Bosch, BASF und Siemens mit wissenschaftlicher Begleitung durch Professor Dr. Ansgar Zerfaß das Konzept für ein Benchmarking entwickelt. Maßgeblich unterstützt wurde dies von Christoph Lautenbach und Dr. Jan Sass, die als Umsetzungspartner ausgewählt wurden. Das erarbeitete Untersuchungsdesign greift Erfahrungen aus anderen Branchen und Ländern auf und orientiert sich in Teilen am europäischen Exzellenz-Standard für Qualitätsmanagement (EFQM). Es wurde von den genannten Unternehmen in einem Pilotprojekt erfolgreich auf seine Umsetzbarkeit überprüft. Damit sind die Grundlagen für ein Benchmarking der Unternehmenskommunikation geschaffen.

## Ziele

Bereitstellung valider Daten für die Leitung Unternehmenskommunikation zur:

- Vergleichbarkeit von Strukturen und Ressourcen
- Budgetsicherung und Ressourcenentwicklung
- Argumentationsgrundlage bei Audits und Prüfungen
- Identifikation von Best Practices
- verbesserten Steuerung der Kommunikationsfunktion

## Projektpartner und Initiatoren

Projekträger und Vertragspartner für die Communication Benchmarking Initiative ist die Günter-Thiele-Stiftung für Kommunikation und Management, eine rechtlich selbständige und gemeinnützige Stiftung, die an den Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft angeschlossen ist. Ihr Zweck ist die Förderung von Wissenschaft und Forschung auf dem Gebiet des Kommunikationsmanagements.

Für die Durchführung arbeitet die Günter-Thiele-Stiftung mit Lautenbach Sass Unternehmensberater für Kommunikation PartG als Projektmanager zusammen. Dr. Jan Sass und Christoph Lautenbach stehen den Teilnehmern während des gesamten Zeitraums als Ansprechpartner zur Verfügung. Die wissenschaftliche Beratung übernimmt Prof. Dr. Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig.

## Teilnehmer des Benchmarkings

Die Communication Benchmarking Initiative richtet sich vor allem an größere Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz (börsennotierte Konzerne, Großunternehmen, marktführende Mittelständler sowie auch die Landesgesellschaften internationaler Unternehmen).

# Untersuchungsdesign

**Das Benchmarking ist als Mischung aus einer quantitativen Erhebung und qualitativen Interviews angelegt. Es erfolgt in zwei Modulen.**

Im ersten Modul werden Daten zu Strukturen, zu Budgets und Personalressourcen sowie zu den Produkten und Leistungen der Unternehmenskommunikation gesammelt. Die Datenerhebung erfolgt über einen Fragebogen, den die teilnehmenden Unternehmen selbst ausfüllen. Diese Aufgabe kann erfahrungsgemäß vom Stab der Kommunikationsleitung übernommen werden. Für Rückfragen stehen die Projektmanager zur Verfügung und unterstützen bei Unklarheiten.

Das zweite Modul ist eine Leistungsdiagnose, die über Leitfaden-Interviews erhoben wird. Sie fragt nach einer Bewertung von wesentlichen Handlungsfeldern des Kommunikationsmanagements sowie nach Einschätzungen zu Trends und Perspektiven der Unternehmenskommunikation. Hierzu ist ein etwa einstündiges Telefonat zwischen der Kommunikationsleitung und dem Projektmanagement (voraussichtlich Dr. Sass oder Prof. Zerfaß) vorgesehen.

Mit der Teilnahme an der Communication Benchmarking Initiative verpflichten sich die Unternehmen, den Fragebogen vollumfänglich zu beantworten und die Daten für das Benchmarking termingerecht bereitzustellen.

## Die Module im Überblick

### Modul

# 1

#### Strukturen

- Wie ist die Unternehmenskommunikation organisatorisch eingebunden?
- Mit welchen Organisationseinheiten stellt sich die Unternehmenskommunikation für die verschiedenen Stakeholder auf?
- Welche Querschnittsfunktionen gibt es?
- Wie viele Mitarbeiter sind in den Kommunikationseinheiten beschäftigt?

#### Budgets und Ressourcen

- Wie verhält sich die Anzahl der Mitarbeiter zur Gesamtzahl der Mitarbeiter und zum Unternehmensumsatz?
- Wie hoch sind die Personalkosten nach Funktionen und Kommunikationsbereichen?
- Wie hoch ist das Budget und wie ist es auf die Kommunikationsbereiche aufgeteilt?

#### Kommunikationsprodukte und -leistungen:

- Welches Budget besteht für externe Dienstleister, worauf verteilt es sich?
- Welche Instrumente und Maßnahmen werden für die Kommunikation eingesetzt?
- Wie sind die Budgets auf die Kommunikationsprodukte und -leistungen allokiert?

### Modul

# 2

#### Leistungsdiagnose

- Wie ist der Leistungsstand im Kommunikationsmanagement in Bezug auf wesentliche Handlungsfelder (Kompetenzen und Lernen, Strategie und Steuerung, Organisation und Struktur, Prozesse und Qualität, Finanzen und Ressourcen)?

#### Trends und Perspektiven

- Wie bewerten Kommunikationsverantwortliche Entwicklungen und Trends im Zusammenhang mit dem Kommunikationsmanagement?

## Zeitplan und Vorgehen

Der Start des Benchmarkings erfolgt mit der ersten Erhebungswelle im Sommer 2017.  
Die Ergebnisse werden Ende 2017 vorgelegt und diskutiert.

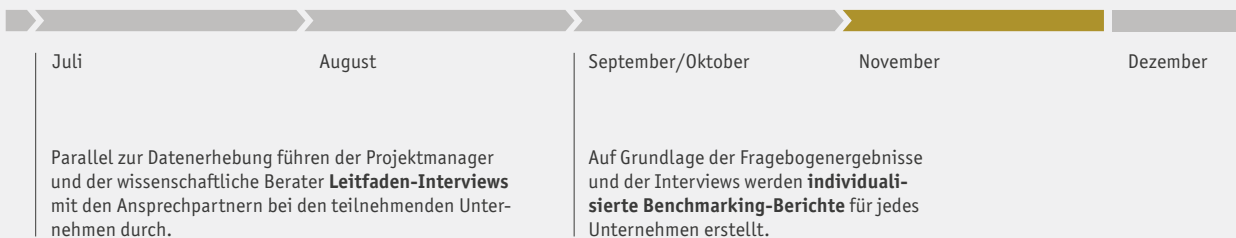
Jeder Teilnehmer erhält zu Beginn des Benchmarkings eine **persönliche Einweisung** in das Untersuchungsdesign und den Fragebogen.

Für die **Erfassung der Daten** und die **Beantwortung des Fragebogens** ist für die teilnehmenden Unternehmen ein Zeitraum von etwa 8 Wochen eingeplant.

Während der Datenerhebung steht eine **telefonische Hotline** zur Verfügung.

Die erhobenen Daten werden durch den Projektmanager und den wissenschaftlichen Berater auf **Plausibilität und Qualität überprüft**. Anschließend werden die Daten ausgewertet, Kennzahlen berechnet und miteinander verglichen.

Die **Ergebnisse des Benchmarkings** werden im Rahmen einer Teilnehmerkonferenz mit allen teilnehmenden Unternehmen vorgestellt und diskutiert.



## Vertraulichkeit

**Im Rahmen der Communication Benchmarking Initiative sind der sorgfältige Umgang mit den Unternehmensdaten und die Wahrung der Vertraulichkeit für alle beteiligten Projektpartner selbstverständlich:**

- Die Stiftung wird alle gesetzlichen Verpflichtungen erfüllen und verpflichtet jeden Mitarbeiter auf die Wahrung der Vertraulichkeit und des Datengeheimnisses.
- Projektmanager und Wissenschaftlicher Berater verpflichten sich, die Datenauswertung mit größtmöglicher Sorgfalt vorzunehmen, Teilnehmerdaten streng vertraulich zu behandeln und weder zu veröffentlichen noch schriftlich oder mündlich an Dritte weiterzugeben.
- Die Auswertungen erfolgen derart, dass einem Teilnehmer keine Werte eines anderen Teilnehmers zugeordnet werden können. Der Ergebnisbericht zeigt einem Teilnehmer nur seine eigenen Daten im Vergleich zu den aggregierten Gesamtwerten.
- Die Methodik und die Ergebnisse werden in ihrer Gesamtheit ausschließlich den Teilnehmern zur Verfügung gestellt und dürfen durch die Stiftung und die Partner nur in Auszügen und so aggregiert veröffentlicht werden, dass strenge Vertraulichkeit gewahrt bleibt.
- Der Teilnehmer verpflichtet sich, die Ergebnisse des Benchmarkings streng vertraulich zu behandeln und sorgsam mit dem Benchmarking-Bericht umzugehen.

# Leistungsumfang

Die Teilnehmer erhalten einen ausführlichen individualisierten Benchmarking-Bericht mit Daten, Grafiken und Kommentaren. Der Bericht im Umfang von etwa 50 Seiten weist die eigenen Unternehmensdaten im Vergleich zu den Gesamtdaten aus. Die Ergebnisberichte werden ausschließlich für die teilnehmenden Unternehmen erstellt und stehen Dritten nicht zur Verfügung.

Der Teilnehmer wird für die Dauer seiner Teilnahme zu Ergebnispräsentationen und Erfahrungsaustauschrunden im Kreis der übrigen Teilnehmer eingeladen. Außerdem erhält jedes Unternehmen die Möglichkeit, an einer moderierten Telefon- oder Videokonferenz zur Ergebnisdiskussion mit dem Projektmanager und dem wissenschaftlichen Berater teilzunehmen.



## Nutzen

Die Communication Benchmarking Initiative schafft Transparenz zu Budgets und Personalressourcen. Damit stellt sie valide Daten für die Leitung Unternehmenskommunikation bereit. Mit ihren differenzierten Ergebnissen unterstützt sie

- ✓ eine begründete Budgetsicherung und Ressourcenentwicklung,
- ✓ die verbesserte Steuerung der Kommunikationsfunktion,
- ✓ eine informierte Diskussion mit dem internen Controlling und Auditoren sowie externen Unternehmensberatungen,
- ✓ die organisatorische Weiterentwicklung der Unternehmenskommunikation.

## Teilnahmegebühr

### Auftakt-Benchmarking 2017

Für die Teilnahme an der ersten Runde der Communication Benchmarking Initiative gibt es ein reduziertes Angebot. Die Kosten belaufen sich pro teilnehmendem Unternehmen auf:

- **5.000,00 Euro pro Jahr**  
bei Beauftragung für 3 Jahre  
(Preisvorteil von 33,3 %, d. h. die Teilnahme an der ersten Runde ist kostenfrei)
- **5.500,00 Euro**  
nur für das Benchmarking 2017

### Reguläres Benchmarking

Die regulären Kosten für die Teilnahme belaufen sich pro teilnehmendem Unternehmen auf:

- **6.500,00 Euro pro Jahr**  
bei Beauftragung für 3 Jahre  
(Preisvorteil von 13,3 %)
- **7.500,00 Euro pro Jahr**  
bei Beteiligung für ein Jahr

Es besteht keine Verpflichtung, über die beauftragten Erhebungswellen hinaus an Folgeerhebungen des Benchmarkings teilzunehmen. Interessierte Unternehmen können bis zum Beginn der jährlichen Erhebungswelle in das Benchmarking einsteigen.

**Anmeldefrist für die Teilnahme am Auftakt-Benchmarking ist der 31.07.2017.**

## Ansprechpartner im Projekt

Wenn Sie sich für die Teilnahme am Benchmarking interessieren, wenden Sie sich bitte an Dr. Jan Sass oder Christoph Lautenbach von Lautenbach Sass. Bei grundsätzlichen Fragen zur Communication Benchmarking Initiative stehen Ihnen auch Dr. Christoph Zemelka (Bosch) und Prof. Dr. Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig) als Ansprechpartner zur Verfügung.



**Dr. Jan Sass & Christoph Lautenbach**  
Lautenbach Sass

Projektmanager der  
Communication Benchmarking Initiative

T: +49 (0) 69 257 82 65-10 / -11  
E: sass@communication-benchmarking.de,  
lautenbach@communication-benchmarking.de



**Prof. Dr. Ansgar Zerfaß**  
Universität Leipzig

Wissenschaftlicher Berater der  
Communication Benchmarking Initiative

T: +49 (0) 341 97-35 040  
E: zerfass@communication-benchmarking.de



**Dr. Christoph Zemelka**  
Robert Bosch GmbH  
Vorsitzender des Beirats der  
Communication Benchmarking Initiative

T: +49 (0) 711 811-68 54  
E: zemelka@communication-benchmarking.de

## Optionale Zusatzleistungen

Auf Wunsch kann eine individuelle Diskussion und Interpretation der Ergebnisse erfolgen, die gesondert berechnet wird:

### Auswertungsworkshop für Teilnehmer

Halbtägiger Workshop im Unternehmen mit Ergebnispräsentation, Diskussion der eigenen Ergebnisse und Identifikation individueller Handlungsmöglichkeiten. Mögliche Teilnehmer können die Kommunikationsleitung, die Kommunikationsleitung plus Stab oder der Führungskreis der Kommunikation sein; Details werden jeweils abgesprochen.

Jeweils nach Durchführung einer Erhebungswelle; erstmals im Herbst/Winter 2017. Inklusive Vor- und Nachbereitung sowie Hin- und Rückreise. Kosten: **5.000,00 Euro**.

### Orientierungsworkshop für neue Teilnehmer

Unternehmen können bis zum Beginn der jährlichen Erhebungswelle am Benchmarking teilnehmen. Neu einsteigende Teilnehmer erhalten keinen Zugriff auf frühere Ergebnisberichte, können aber verbunden mit der Beauftragung eigener Jahresehebungen einen Orientierungsworkshop beauftragen, in dem ihnen die gewonnenen Einsichten des Projekts anonymisiert vermittelt werden:

Halbtägiger Workshop im Unternehmen für Interessenten zur Einführung mit Überblickspräsentation über die Methodik und bisherige, anonymisierte Benchmarking-Einsichten. Ab Anfang 2018 verfügbar. Inklusive Vor- und Nachbereitung sowie Hin- und Rückreise. Kosten: **5.000,00 Euro**.

## Kontakt

### **Günter Thiele Stiftung für Kommunikation und Management**

im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
c/o Universität Leipzig  
Burgstraße 21  
D-04109 Leipzig

T: +49 (0) 341 97-35 050

E: [info@guenter-thiele-stiftung.de](mailto:info@guenter-thiele-stiftung.de)

W: [www.guenter-thiele-stiftung.de](http://www.guenter-thiele-stiftung.de)

W: [www.communication-benchmarking.de](http://www.communication-benchmarking.de)