

## **Das Ende der One-Voice Policy – Unternehmenskommunikation, Corporate Identity und Social Media**

Als CEO der Kuhn, Kammann & Kuhn AG verantwortet Carsten Rossi den Bereich Social Media als Teil des Reputation Management. Der USP der Agentur besteht dabei in der Konzeption, Planung und Umsetzung von Social Media Konzepten für PR und Unternehmenskommunikation im neuen Social Media Office in Berlin. Ein Ergebnis der intensiven Beschäftigung mit diesen Themen liegt in der Feststellung der Unangemessenheit der klassischen „One-Voice-Policy“ im Umgang mit den neuen Medien. Dies gilt sowohl für die Bereiche PR und Interne Kommunikation, bei denen an die Stelle des „Sprechers“ die Gruppe der externen und internen „Botschafter“ tritt, deren authentisches Auftreten eine formale wie inhaltliche „Gleichschaltung“ verbietet. Dies gilt aber auch für die Kernbereiche der Corporate Identity und des nachgelagerten Corporate Designs, deren Wirken und Darstellung in Zukunft weniger absender- als vielmehr adressaten- und kontextgetrieben sein wird - ganz dem Diktum von Peter Wippermann entsprechend:

„In Zeiten des Web 2.0 wird Identität zur Management-Aufgabe. Je nach Publikum spielen wir unterschiedliche Rollen. Erfolgreiche Rollen optimieren wir und akzeptieren sie als Teil von uns. ... . Statt ein statisches Bild der Marke in den Köpfen zu verankern, geht es zukünftig stärker darum, die Markenidentität in der Interaktion mit dem Kunden zu leben.“ (Peter Wippermann auf dem 13. Deutschen Trendtag).

Kommunikatoren sind aufgerufen, diesen Paradigmenwechsel aktiv mit zu gestalten statt sich ihm zu verweigern. Zu diesem Zweck stehen Ihnen eine Reihe von Konzepten, Methoden, Tools

und Ausbildungsgänge zur Verfügung, die helfen, die neue(n) Rolle(n) besser anzunehmen und umzusetzen., u.a.

- Der Social Media Newsroom: News im Kontext
- Online-Reputationsanalysen: Vom Ende der Leitmedien
- Genetic Design: Vom CD-Manual zum Identitätsanker
- Microblogging: Authentisches Agenda-Setting in 140 Zeichen
- Der Kommunikationsmanager: Neue Ausbildungsgänge für ein erweitertes Rollenverständnis
- ASAP – Ask, Speak, Apply, Promote: Change Management im Dialog
- Co-Creation: Der Flirt mit dem Markenmissbrauch
- Blogs, Wikis, Sharepoints: Warum Sie sie evtl. gar nicht brauchen
- u.v.m.

Die Veranstaltung, die wahlweise als Vortrag oder Workshop angeboten werden kann, versteht sich als „Guided Tour“ durch die Unternehmenskommunikation 2.0 mit dem Ziel, dem Kommunikationsverantwortlichen anhand von Portraits, Kurzeinführungen und Business Cases (aus den Branchen Telekommunikation, Energie, FMCG, Handel und Automobile) einen umfassenden und praktischen Überblick über die „Trends und Tools hinter dem Buzz“ zu verschaffen. Begleitend zur Veranstaltung bietet der Vortragende allen Teilnehmern exklusiv ein microblogging-basiertes und vertrauliches Online-Forum zur vorbereitenden Abstimmung von Themen und nachgelagerten Klärung offener Fragen an. Die Einbringung von Co-Referenten zum Thema Social Media ist durch eine enge Kooperation mit dem Twittwoch e.V. ebenfalls möglich.

Vortrags-/Seminarsprachen: Deutsch oder Englisch