

# Caseblock 1

## IT-Unternehmen „Chaotic“

Das IT-Unternehmen „Chaotic“ ist ein junger Dienstleister im Bereich personalisierter IT-Lösungen für Unternehmen, der bislang nur über einen sehr geringen Bekanntheitsgrad verfügt. Die bisherige Kommunikationsarbeit von „Chaotic“, wie die vereinzelt Schaltung von Printanzeigen in Fachzeitschriften, der Versand von Briefen an (potentielle) Kunden sowie die Teilnahme an IT-Messen, folgte bisher keinem systematischen Planungsprozess. Für die Ausgestaltung der Kommunikation sind jeweils unterschiedliche Mitarbeiter verantwortlich, z. B. die Kundenberater für den Versand der Direct Mailings oder die Vertriebsabteilung für die Gestaltung der Anzeigen. Da im Unternehmen keine Vorgaben und Bestimmungen zur formalen Gestaltung oder den inhaltlichen Kommunikationsaussagen vorliegen, unterscheidet sich die Kommunikation der einzelnen Abteilungen sehr stark voneinander. Die (/potentiellen) Kunden werden dementsprechend mit unterschiedlichen Kommunikationsaussagen konfrontiert. Statt der Ausnutzung von Synergie- und Lerneffekten führt diese kommunikative Differenzierung zu Irritationen in der Wahrnehmung der Zielgruppe.

Das Management von „Chaotic“ hat erkannt, dass eine Professionalisierung der Kommunikationsarbeit zu erfolgen hat. Da die Geschäftsleitung nicht über die fachliche Kompetenz verfügt, hat das Management Sie als externen Kommunikationsberater zur Unterstützung engagiert. Sie raten der Geschäftsleitung zur Einführung eines Planungsprozesses für die Kommunikation. Erläutern Sie die einzelnen Phasen des Planungsprozesses der Kommunikation, indem Sie die Ziele und Ergebnisse jeder Phase für „Chaotic“ aufzeigen!