

Medienmitteilung: Der HarbourClub und gfs.bern veröffentlichen Studie zur Zukunft der Kommunikation.

## HarbourClub CCO Compass – vier richtungsweisende Erkenntnisse bestimmen die Kommunikation

**Zürich, 1. Dezember 2014: Mit dem CCO Compass liess der HarbourClub durch das Forschungsinstitut gfs.bern untersuchen, welche Entwicklungen Kommunikationsverantwortliche antizipieren müssen. Es sind dies die verbesserte Steuerung der Kommunikation, die weiter fortschreitende Digitalisierung, die stärkere Zusammenarbeit innerhalb der Kommunikationsdisziplinen mit IT, HR, Marketing sowie die Optimierung der eigenen Innovationskraft.**

Der HarbourClub - die Vereinigung der Chief Communications Officers bedeutender in der Schweiz tätiger Unternehmen und Organisationen - erstellte im Oktober 2014 erstmals den HarbourClub CCO Compass. In Zusammenarbeit mit dem Forschungsinstituts gfs.bern wurde eine Studie erarbeitet, die die Transformation der Kommunikation aufzeigt und wie sich diese auf die Führung und den Wertbeitrag von Kommunikation in Unternehmen und Organisationen auswirkt. Dafür wurden im Oktober 2014 zwei Fokusgruppen innerhalb des HarbourClub durchgeführt. Der HarbourClub CCO Compass kommt zu vier Erkenntnissen:

### **1. Governance**

Kommunikation gewinnt weiter an Bedeutung und ist firmenweit besser zu steuern, um die Chancen zur Differenzierung zu nutzen.

### **2. Digitization**

Der Austausch unter den Anspruchsgruppen muss aktiv, relevant, glaubwürdig und auf Augenhöhe mittels einer Dialogstrategie ausgestaltet werden.

### **3. Cooperation**

Jegliche Kommunikationsaktivitäten sind voll zu integrieren, was auch eine aktive Zusammenarbeit mit der Unternehmensführung, IT, HR und Marketing erfordert.

### **4. Innovation**

Um «schneller, höher, stärker» zu werden, gilt es Daten, Prozesse und Wirkung zu verstehen und kontinuierlich Abläufe und Ressourcen zu überdenken.

Dominique Morel, Präsident des HarbourClub erklärte am diesjährigen HarbourClub Symposium vom 27. November. „Zur Weichenstellung für die Zukunft tun CCOs gut daran, diese Erkenntnisse mit der Ist-Situation ihrer Organisation abzugleichen.“ Die Transformation der Kommunikation, getrieben durch unzählige Faktoren, sei in vollem Gange. Ihr Ziel sollte sein, die Kommunikation in Unternehmen und Organisationen "schneller, höher, stärker" aus diesem Veränderungsprozess hervorgehen zu lassen.

Ein Management-Summary der Studie findet sich auf der Website des HarbourClubs [www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch). Der vollständige Bericht unter [www.gfsbern.ch](http://www.gfsbern.ch).

Für weitere Fragen: Dominique Morel, Präsident HarbourClub, +41 79 234 49 03