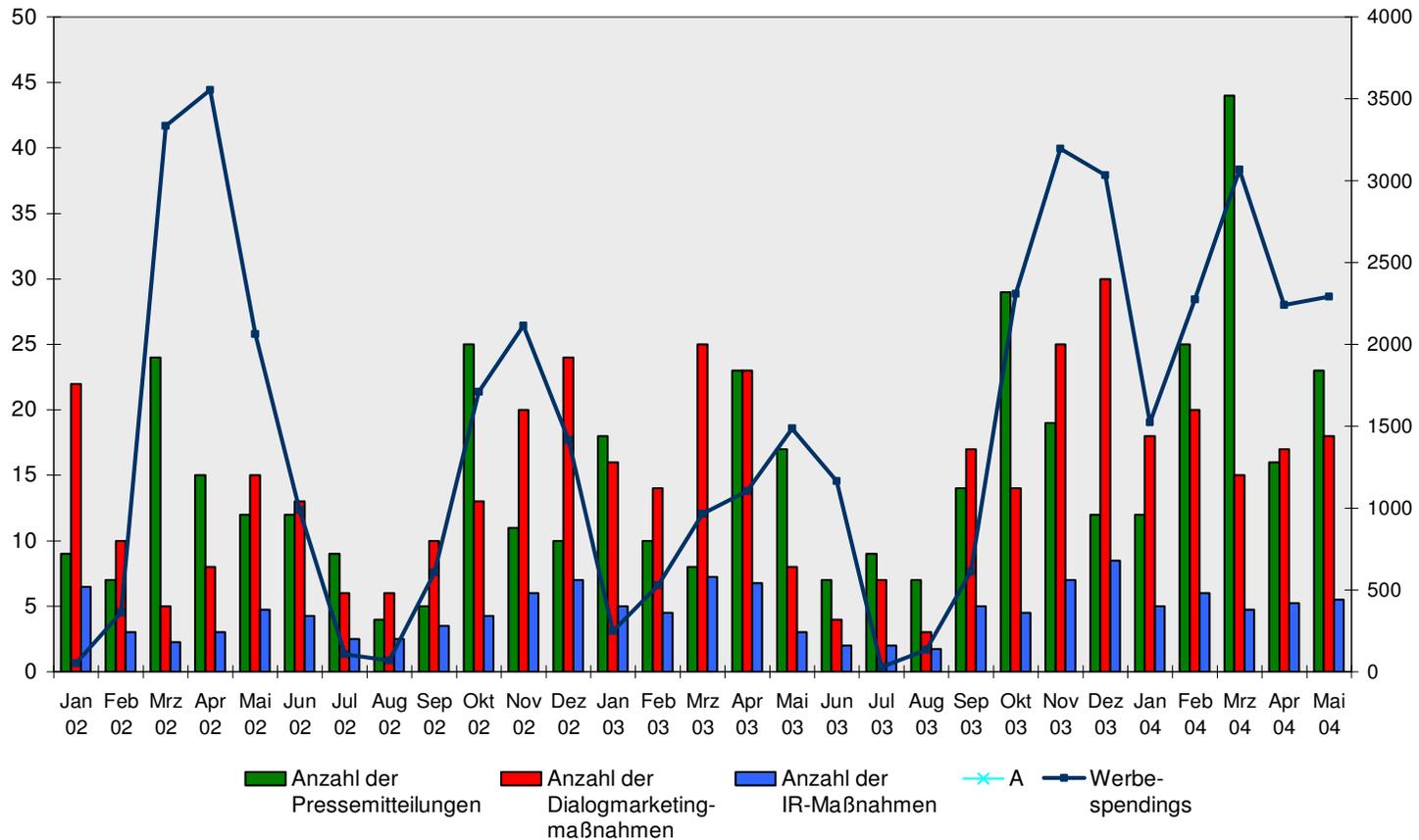
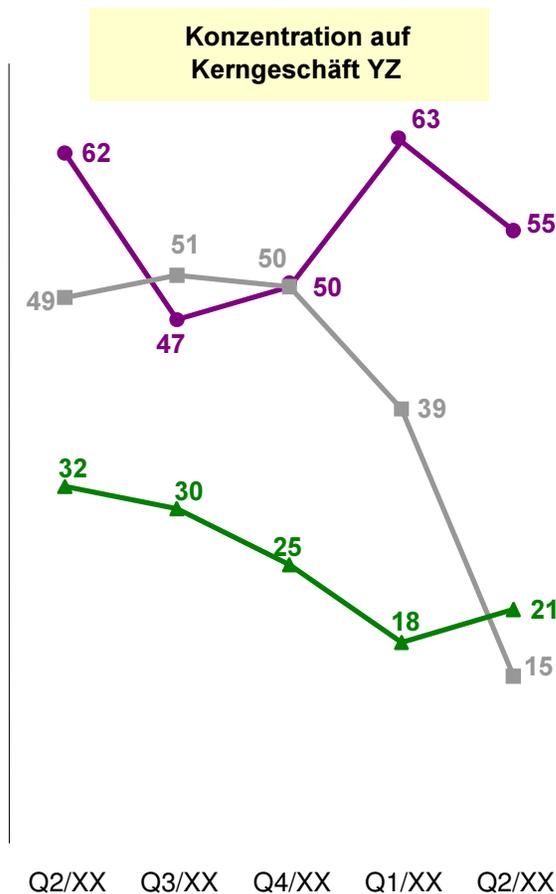


# Fallbeispiel C.I.S.



Quelle:  
BrandControl

# Fallbeispiel C.I.S.



Das beigefügte Beispiel ist wie folgt zu lesen:

1. Die Pressemitteilungen von Firma XY (violette Linie) hatten das Thema "Konzentration auf Kerngeschäft YZ" in Q2 zu 55% zum Inhalt.
2. In den IR-Maßnahmen wird das Thema zu 15% behandelt (graue Linie). Allerdings steigt die IR aus der Kernbotschaft sukzessive aus! Gewollt oder ungewollt?
3. Die Werbemaßnahmen kommunizieren zu 21% diese Botschaft (dunkelgrüne Linie).

## Input:

- Pressemitteilungen von Firma XY (n=23)
- Investor Relations Maßnahmen (n=13)
- ▲ Werbekommunikation von Firma XY

Quelle:  
BrandControl

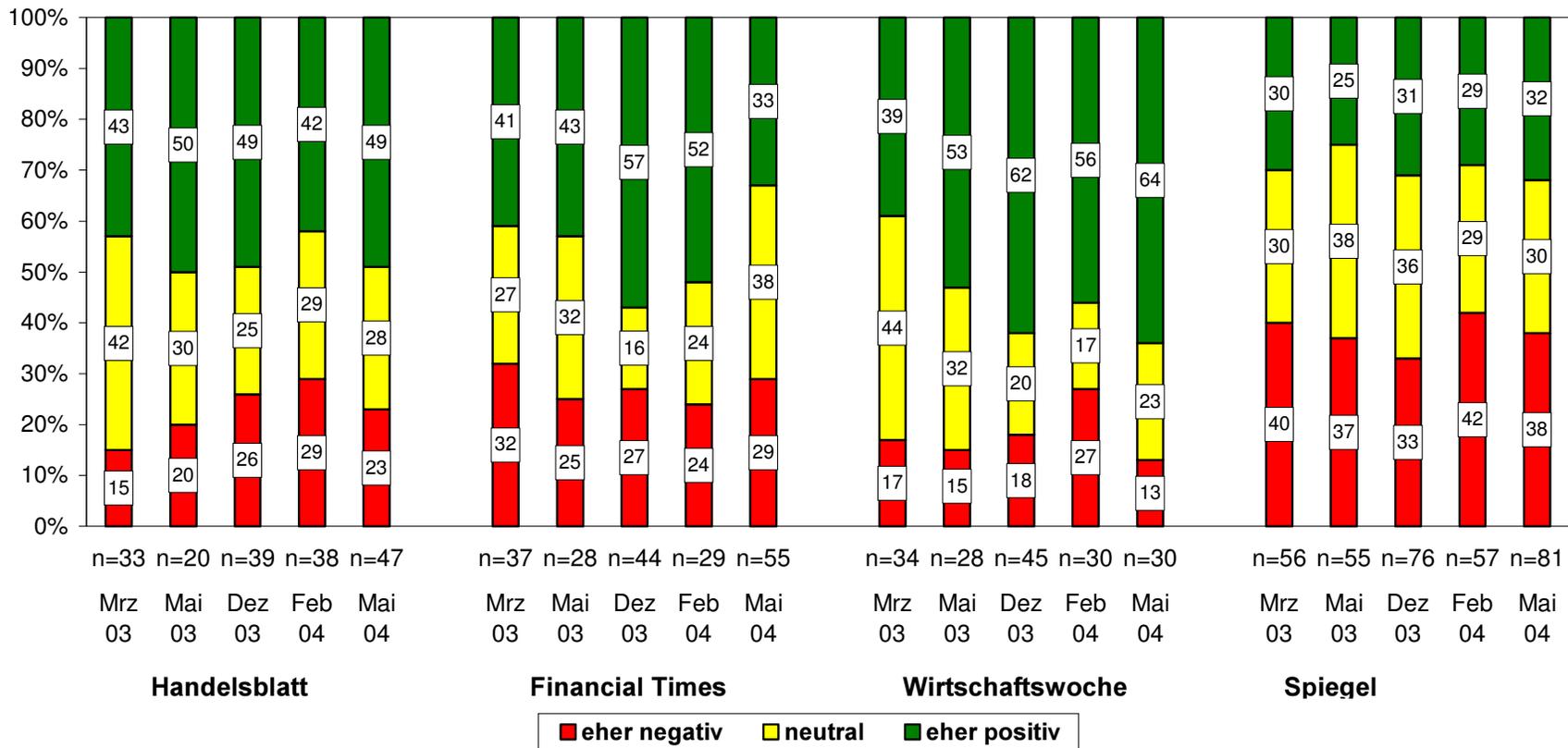
# Fallbeispiel C.I.S.

Über Werbung, Dialogmarketing und Pressemitteilungen kommunizierte Inhalte Top Five März - Mai 2004								
Klassische Werbung (33 Werbemaßnahmen)			Dialogmarketing (50 Dialogmarketingmaßnahmen)			Pressemitteilungen (83 Pressemitteilungen)		
Rang		in %	Rang		in %	Rang		in %
1	<b>Neue und/oder verbesserte Produkte:</b> Office System, Office 2003, Tablet PC, Visual Studio, Windows Mobile	42	1	<b>Partner / Kunden:</b> Microsoft Partner Programm, MS Support Services für Partner, Beratung, Trainingsangebote, Vertriebs- und Marketingunterstützung	58	1	<b>Neue und/oder verbesserte Produkte:</b> Microsoft CRM, Office Solution Accelerator, Office OneNote, Service Pack 1 für Office System, Tablet PC, Smartphone, Pocket PC, Neue Partnerlösungen (Microsoft Navision, Microsoft Axapta)	45
2	<b>Partner / Kunden:</b> Kundenorientierung, partnerschaftliches Handeln, darin sind enthalten: Microsoft Business Solutions, Integrated Innovation (WSS)	31	2	<b>Neue und/oder verbesserte Produkte:</b> Microsoft Office Visio 2003, Office Small Business Edition 2003, Microsoft Office Project	40	2	<b>Partner / Kunden:</b> Kooperationen mit Oracle, Siemens, Sun und SAP, Partnerschaftsvertrag mit Land Berlin, Microsoft Partner Programm, Verbesserter (Internet-)Support	36
3	<b>Serverlösungen:</b> Small Business Server 2003, Windows Server System	26	3	<b>Serverlösungen:</b> Windows Server 2003 (Migration Toolkit), Exchange Server 2003, Small Business Server 2003, ISA-Server 2004, Windows Server System, BizTalk Server 2004	29	3	<b>Unternehmenspolitik:</b> MS engagiert sich für Bildung (Bildungsinitiative Schlaumäuse, Microsoft Academic Programm, Student Technology Conference), Pressemitteilungen zum EU-Kartellverfahren, Personelle Veränderungen	29
4	<b>Unternehmenspolitik:</b> Botschaft der Imagekampagne: gesellschaftliche Verantwortung, Engagement / Entwicklung von neuen Technologien	13	4	<b>Sicherheit:</b> Quick Plan for Security, Sicherheitsworkshop (3+1), Baseline Security Analyzer	15	4	<b>Serverlösungen:</b> Windows Server 2003, BizTalk Server 2004, Exchange Server 2003, Small Business Server 2003	12
4	<b>Windows XP:</b> Windows XP Tablet PC Edition	13	5	<b>Windows XP:</b> Windows XP Tablet PC Edition, Windows XP Professional	12	5	<b>Windows XP:</b> Windows XP Media Center Edition 2004, Windows XP Tablet PC Edition, Windows XP Portable Media Center, Service Pack 2 für Windows XP	7

Quelle:  
BrandControl

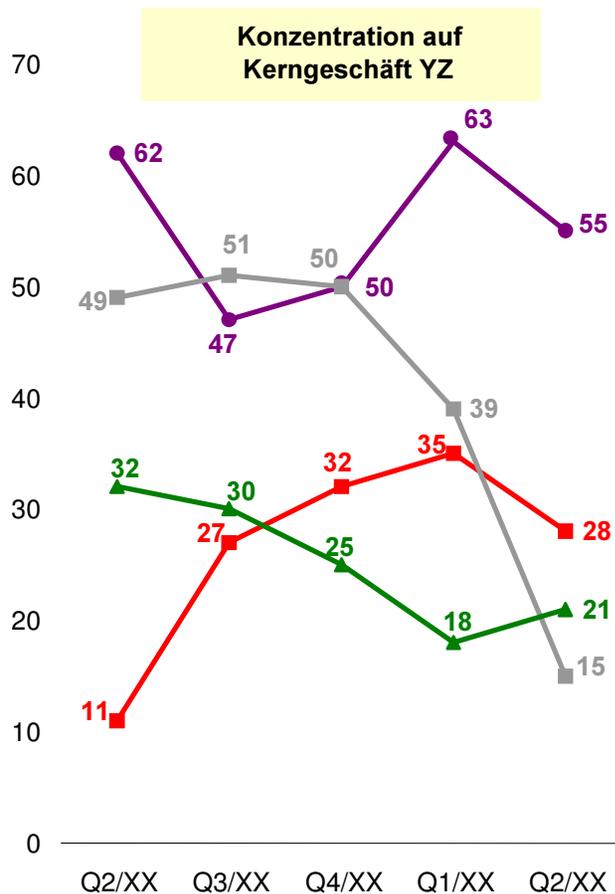
# Fallbeispiel C.I.S.

Tendenz der Berichterstattung über XX durch die Presse



Quelle:  
BrandControl

# Fallbeispiel C.I.S.



Das beigefügte Beispiel ist wie folgt zu lesen:

1. Die Pressemitteilungen von Firma XY (violette Linie) hatten das Thema "Konzentration auf Kerngeschäft YZ" in Q2 zu 55% zum Inhalt.
2. In den IR-Maßnahmen wird das Thema zu 15% behandelt (graue Linie). Allerdings steigt die IR aus der Kernbotschaft sukzessive aus! Gewollt oder ungewollt?
3. Die Werbemaßnahmen kommunizieren zu 21% diese Botschaft (dunkelgrüne Linie).
4. Das Thema wurden von der Presse zu 28% aufgegriffen und verbreitet (rote Linie).

## Input:

- Pressemitteilungen von Firma XY (n=23)
- Investor Relations Maßnahmen (n=13)
- Werbemaßnahmen von Firma XY

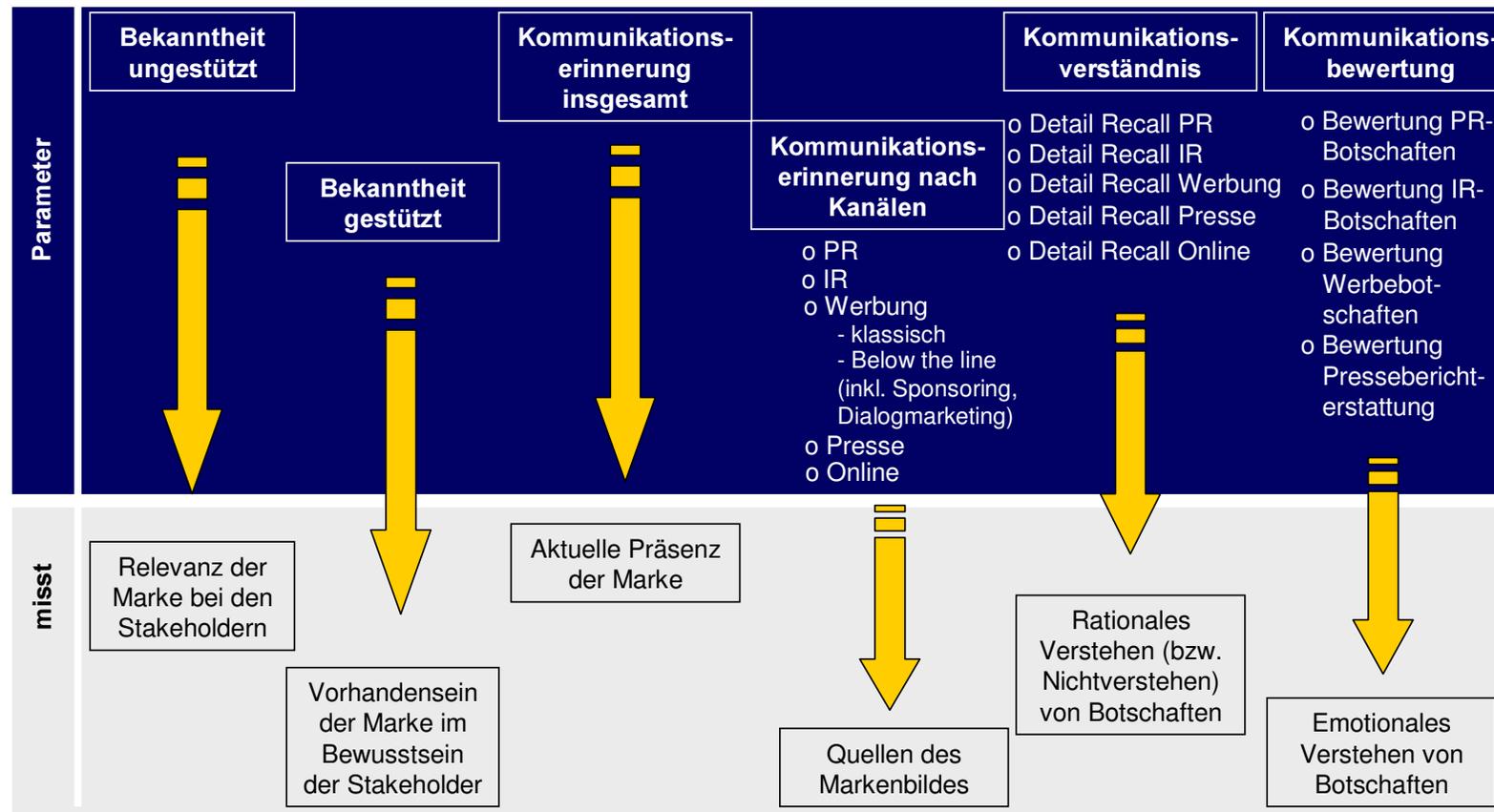
## Verbreitung:

- Pressemeldungen über Firma XY (n=119)

Quelle:  
BrandControl

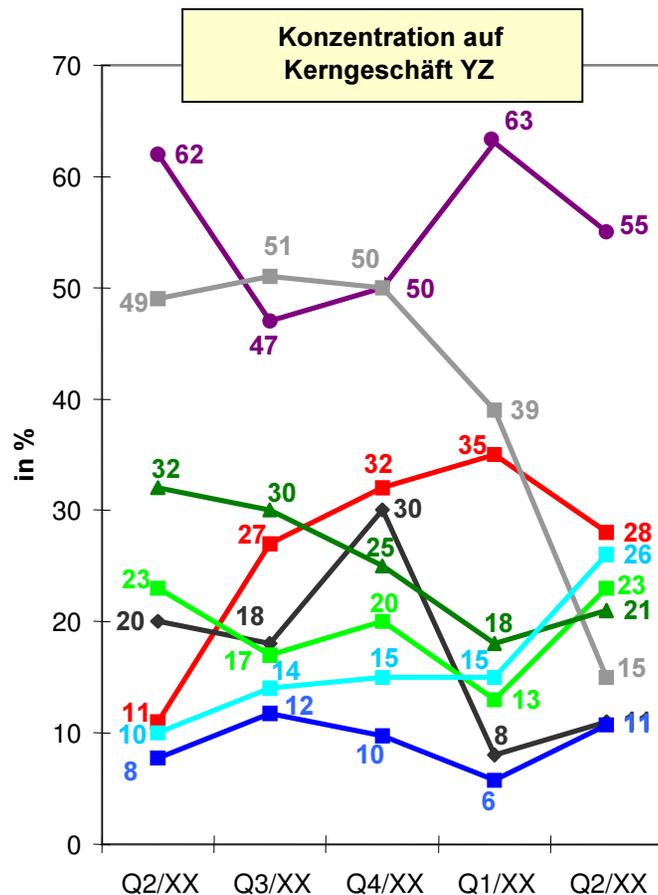
# Fallbeispiel C.I.S.

## Inhaltlicher Aufbau der CIS-Abfrage



Quelle:  
BrandControl

# Fallbeispiel C.I.S.



1. Die Pressemitteilungen von Firma XY (violette Linie) hatten das Thema "Konzentration auf Kerngeschäft YZ" in Q2 zu 55% zum Inhalt.
2. In den IR-Maßnahmen wird das Thema zu 15% behandelt (graue Linie). Allerdings steigt die IR aus der Kernbotschaft sukzessive aus! Gewollt oder ungewollt?
3. Die Werbemaßnahmen kommunizieren zu 21% diese Botschaft (dunkelgrüne Linie).
4. Das Thema wurden von der Presse zu 28% aufgegriffen und verbreitet (rote Linie).
5. Bei den Wirkungen zeigt sich:
  - a) von den Befragten, die PR-Maßnahmen von Firma XY wahrgenommen haben (hellgrüne Linie), haben inzwischen 23% diese Botschaft verinnerlicht.
  - b) als eine Aussage der Werbekampagne haben das 11% in Q2 verstanden (blaue Linie).
  - c) als Botschaft in den IR-Medien haben aktuell ebenfalls 11% dieses Thema verstanden (schwarze Linie).
  - d) als Botschaft in den Presseberichten haben in Q2 26% das Thema aufgenommen (türkisfarbene Linie).

## Input:

- Pressemitteilungen von Firma XY (n=23)
- Investor Relations Maßnahmen (n=13)
- ▲ Werbemaßnahmen von Firma XY

## Verbreitung:

- Pressemeldungen über Firma XY (n=119)

## Akzeptanz/Output:

- verstandene Vorteile IR (alle Befragten) (n=114)
- verstandene Vorteile PR (alle Befragten) (n=57)
- verstandene Vorteile Werbung (alle Befragten) (n=63)
- verstandene Vorteile Presseberichterstattung (n=70)

# Fallbeispiel C.I.S.

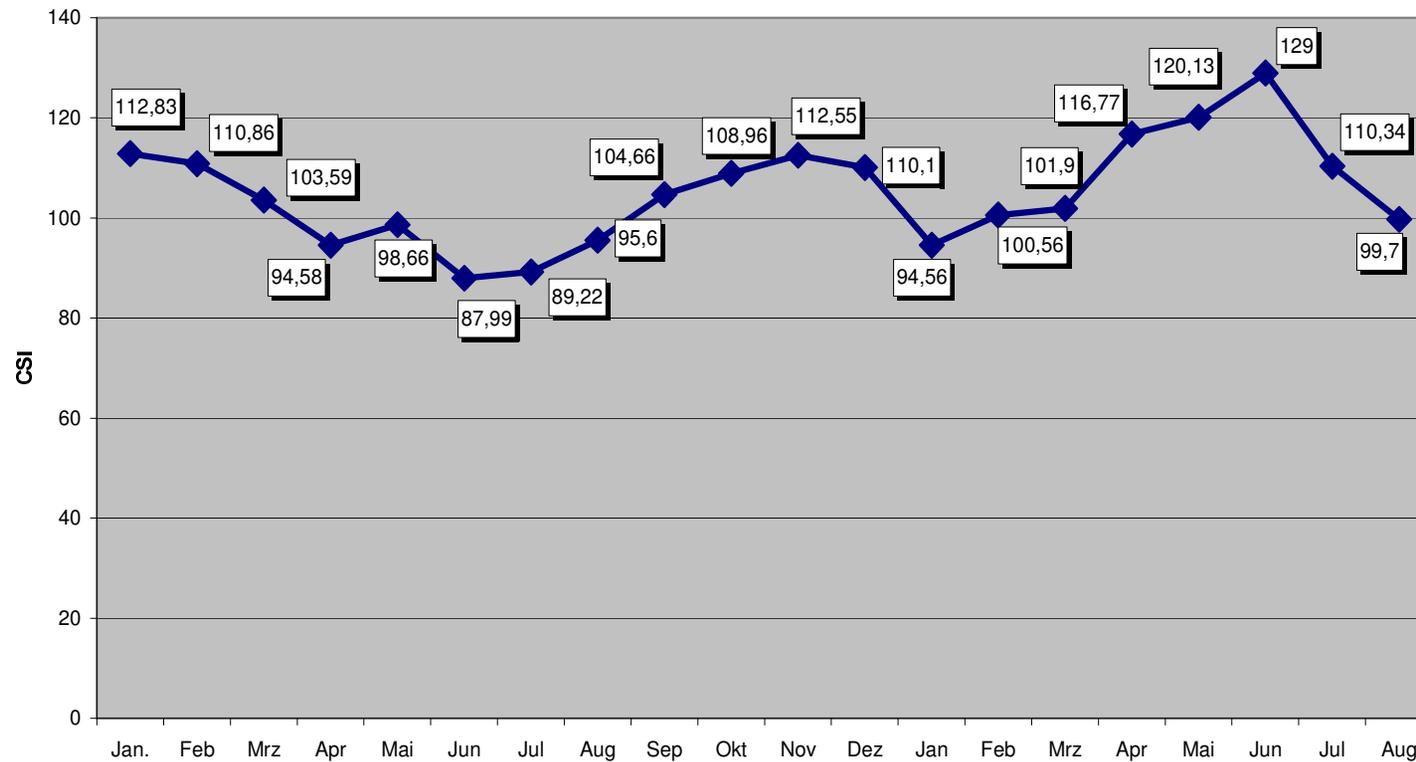
## Ermittlung des aktuellen Kommunikationsstärke-Indikators (Communication Strength Indicator CSI)

<i>Channel</i>	<i>Total Recall August</i>	<i>Detail Recall Factor</i>	<i>CSI per Channel</i>
PR	16	0,8	14,4
Ad above-t.-L.	18	0,8	22,4
Ad below-t.-L.	19	1,4	26,6
IR	17	1,2	20,4
Media	48	0,8	38,4
<b>Total</b>	<b>128</b>		<b>122,2</b>

Quelle:  
BrandControl

# Fallbeispiel C.I.S.

## Entwicklung des CSI der Firma XX



Quelle:  
BrandControl