



Eine klare Formulierung, eingängige Piktogramme und die Miniversion für die Hosentasche: So erscheint das neue Leitbild der Wilhelm Burg Gruppe.



MIT UNTERNEHMENSLEITBILD DYNAMISCH FÜHREN

Königliche Kernwerte

Man nennt sie nicht umsonst die „Königsdisziplin der internen Kommunikation“: Die Entwicklung eines Unternehmensleitbildes ist auch für PR-Profis eine höchst anspruchsvolle Aufgabe. Die Kernwerte eines Unternehmens zu identifizieren, prägnant in Worte zu fassen und gleichzeitig in eine Bildsprache zu bringen, ist ein komplexer Prozess, der Feingefühl erfordert. Alleine um zeitraubende Diskussionen über Formulierungen, Prioritäten und Zuständigkeiten abzukürzen, empfiehlt es sich, hierfür Spezialisten hinzuzuziehen.

Diesen Weg hat kürzlich die Wilhelm Burg Gruppe gewählt, als sie das Leitbild-Team der Cyrano Kommunikation engagierte. Die speziell für solche Aufgaben geschulten Berater, Trainer und Designer sollten ein Leitbild erarbeiten, das für die über 800 Mitarbeiter verschiedener Unternehmensbereiche gleichermaßen ansprechend und verbindlich ist.

Mit Unternehmenskommunikation und Geschäftsleitung ging man daran, das richtige Wording zu entwickeln, um sowohl den Meister bei Mercedes-Beresa als auch die Bürokräft bei Beresa TruckandVAN angemessen anzusprechen. Es galt, die Werte und Grundsätze festzuhalten, die für die Wilhelm Burg Gruppe prägend sind – von I wie Innovationsfähigkeit bis V wie Vertrauen. Die Inhalte wurden mit den Führungskräften entwickelt.

Bei der Wilhelm Burg Gruppe haben die Mitarbeiter nun jederzeit schwarz auf bunt griffbereit, worauf es ankommt. Als Clou gibt es das „Leitbild XS“ – die wichtigsten Inhalte im Hosentaschen-Format. Ob Premiummarke Mercedes, ob Smart oder Toyota, Autos für Familien oder Brummis für die Ritter der Landstraße: Das neue Leitbild ist Ausdruck einer gemeinsamen (unternehmens)kulturellen Identität. Königlicher kann interne Kommunikation nicht sein.

INSPIRIERT

Slogan dich selbst

„Wir können alles. Außer Hochdeutsch.“ Ein Meisterstück, Baden-Württemberg gleichzeitig als sympathisch und kompetent zu verkaufen. Wollen wir auch, rufen zahllose Städte, Regionen, Dörfer. Also Slogan her, drauf auf Aufkleber und Plakate, fertig sind Kompetenzregion und Tourismushochburg. Seid umschlungen, Millionen – in der Theorie. Die Praxis sieht so aus: „Wir können alles. Außer Slogans.“ Denn die Tücke der Slogans ist: Sie vermitteln Inhalte. Und wenn keine Inhalte da sind? Dann klingt das so: Schön hier. Ich mag dich. Das hat was! Entdecke das Erlebnis. Alles ist drin. Welche Städte dahinter stehen? Ist so egal wie die Slogans. Bitter wird es, wenn sich Image der Stadt und Slogan derart widersprechen, dass Satire entsteht: Bielefeld macht Spaß. Delmenhorst – Da geht was! Magdeburg – Die Stadt mit Zukunft. Richtig gemacht hat es nur Bad Saarow. Erkennend, dass man nicht viel zu bieten hat, wird der Besucher auf sich verwiesen: Bad Saarow – Entdecke dich selbst. Also Texter, auf zum Scharmützelsee. Selbst entdecken.



PASSIERT



Dieter B. zum Frühstück

Selbst nach 40 Frühstückchen ist das **Business Breakfast** äußerst beliebt. Seit 2004 organisiert Cyrano den Treff der örtlichen Wirtschaftselite, bei dem die Buffets so vielfältig sind wie Themen. Unternehmenskrise (Titus) und Golden Oldies (Sparda-Bank) waren 2008 schon dran, über Dieter Bohlens Sicherheit wird am 18. Juni gesprochen. Versprochen. www.business-breakfast-muenster.de

m:ut im Frühjahr

Für das Unternehmerforum m:ut 08 macht Cyrano als Sponsor ab sofort die Pressearbeit. Ausgewählte Medien werden mit hochkarätigen Referenten gelockt. Es sprechen am 15. Mai auf Gut Havichorst (MS-Handorf) der Zukunftsforscher Prof. Franz Josef Radermacher und der dreimalige Welt-Schiedsrichter Dr. Markus Merk. www.mut08.de/fruehjahrsmut





SUCCESS STORY

Cyranos sweetest Topmodel: Anouk goes USA

W e wish Anouk as the face of Pelikan“ – damit hatten die Cyranos nicht gerechnet, als sie die Tochter von Art Director Gerrit Lemkau für einen Anzeigen-Pitch ablichteten. Doch die Vierjährige eroberte das Herz der Entscheider im Sturm. Die Kampagnen-Idee und die Fotos von Anouk begeisterten zunächst am deutschen Standort von Pelikan Technologies: Und so wirbt Anouk derzeit von Handelsblatt bis Ärztezeitung für die weltweit erste elektronische Stechhilfe für Diabetiker.

Und die Erfolgsstory geht weiter: Auch in der Firmenzentrale in Palo Alto (USA) überzeugte der Charme der kleinen

Münsteranerin. Jetzt ist sie auch das weltweite Gesicht von Pelikan Technologies. Aktuell entwickelt Cyrano Anzeigen für US-Tageszeitungen mit Anouk als Gallionsfigur.

In Deutschland und Europa begleitet Cyrano die Markteinführung für Pelikan Sun seit einem Jahr mit Pressearbeit, Mailings, Schulungsunterlagen, Websites und einem Imagefilm.

Nachwuchstalent Anouk, ganz Profi, nimmt den Rummel um Pelikan Sun und ihre Person gelassen. Sie modelte schon häufiger für Cyrano und beherrscht den Flirt mit Papas Kamera – besser als so manche der Kolleginnen auf Pro 7.

EIN JOB FÜR CYRANO

Auf die Schätze, fertig, los!

666 Kilometer Recherche-strecke für ein 200 Seiten starkes Buch: Für die „NRW-Schatzsuche“ des Fördervereins NRW-Stiftung ist das Team von Cyrano quer durch das Bundesland gefahren. Die Redakteure besuchten 45 Kultur- und Naturprojekte in NRW, um für Grundschüler ein Schatzbuch zu produzieren. Dieses regt mit kindgerechten Texten, kniffligen Aufgaben

und bunten Bildern dazu an, die Besonderheiten NRWs zu entdecken. So lernen Kinder und Eltern die Arbeit der Stiftung kennen.

Cyrano hat zudem 350.000 Schüler mit Anmeldeunterlagen zum Wettbewerb versorgt und die Aktionshomepage eingerichtet, auf der das Schatzbuch kostenlos bestellt werden kann. Dadurch stehen alle Weichen



für die Familienaktion, die anlässlich des 20. Jubiläums des Fördervereins zur Mitgliederwerbung veranstaltet wird,

auf Erfolg: Die ersten 40.000 Bücher waren innerhalb von nur zwei Wochen bestellt.

Im September wird die Schatzsuche mit einem riesigen Familienfest im Westfalenpark Dortmund gefeiert. Die Stiftung setzt auch bei der Planung und Organisation dieses Events auf ihren langjährigen Partner Cyrano.

www.schatzsuche2008.de

Personalvermittlung mit Risiko

Selbstbewusst vermittelt die **hvvm gmbh** Vertriebsprofis. Cyrano realisiert für den Hamburger Personaldienstleister vielfältige Marketing- und PR-Maßnahmen: ein Corporate Design, eine Website mit Stellenportal, die Pressearbeit sowie ein onlinegestütztes Bewerberverwaltungsprogramm. hvvm übernimmt für Unternehmen die kosten- und zeitintensive Mitarbeitersuche – und trägt das finanzielle Risiko. www.hvvm.de



Medienresonanz: über 50 Mio.

Der **Wirtschaftsinformationsdienst Münster** hat 2007 mehr als 50 Mio. Auflage / Einschaltquote erzielt. Bester Abnehmer: dpa. Über Münster berichteten unter anderem auch FAZ, Süddeutsche, Berliner Mopo und Deutschlandradio. Auch 2008 werden rund 20 bedeutende Unternehmen und Institutionen unter der Regie von Cyrano Fakten und Geschichten aus Münster in den großen Medien platzieren. www.wid-muenster.de

Mehr Druck für die Buch-Presse

Cyrano unterstützt die **buch.de internetstores AG** seit Januar bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Pflege des Presseverteilers sowie der Versand von Pressemitteilungen und Ad-hoc-Meldungen erfolgt in der Agentur mit einem speziell programmierten Tool. Bei Bedarf erstellen die Redakteure Presstexte. Weiterhin bahnt Cyrano Medienkooperationen an und entwickelt Konzepte für PR-Maßnahmen. www.ag.buch.de



INTERESSIERT?

Haben Sie Fragen zu unseren Leistungen, möchten Sie Anregungen oder Kritik loswerden? Wir freuen uns auf Ihr Feedback.

Babette Lichtenstein
Geschäftsführerin
bl@cyrano.de
0251 / 9877680

Alexander Springensguth
Geschäftsführer
as@cyrano.de
0251 / 9877650

Ticker

In virtuellen Erlebniswelten präsentiert die **Viering GmbH** ihren Kunden das ganze Sortiment der Werbemittel. Cyrano konzipiert, gestaltet und programmiert die imagebildende Webpräsenz. ■ Neue PRsonalien: Maike Kaijo (Redaktion), Roman Stück (Programmierung) und Victoria Gsell (Administration) erweitern das **Cyrano-Team** auf 23 Mitarbeiter. ■ Hier wird Nachwuchs gefördert – bald tritt die **Sportstiftung NRW** mit einer neuen Website und dynamischem „Look-and-Feel“ an. Der Startschuss fällt vor Peking.