

Projektausschreibung Praxis Academy 2010

Projekttitle:

Präsentation des neuen Stiftungszentrums der Commerzbank AG – Inhalt und Ziele

Auftraggeber:

Commerzbank AG, GM-C, Stiftungszentrum

Adresse:

Kaiserplatz, Frankfurt am Main

Website:

im Aufbau

Projektbetreuer:

Dagmar Ruhl

Funktion/Abteilung:

Geschäftsführerin, Commerzbank-Stiftung
CM-C, Stiftungszentrum

Tel.Nr.:

(069) 136 23909

Mobil: 0170 / 33 68 944

Email-Adresse:

dagmar.ruhl@commerzbank.com

Einsatzort(e) während der Projektlaufzeit:

Frankfurt am Main

Anzahl Studierende im Projektteam:

2 Studierende

Aufgabenstellung / Beschreibung des Projektziels:

Positionierung

Kontrollierte Imagebildung des neu gegründeten Stiftungszentrums.

„Was gibt es für Möglichkeiten im Rahmen einer Positionierung? / Wo liegen die Grenzen?“

- Stärken-/ Schwächenanalyse

intern:

Zukunftsaussichten

Werte des Unternehmens

Positionierungsmöglichkeiten

Glaubwürdigkeit

Kritische Stimmen in Bezug auf Positionierung

extern:

Analyse der Bedürfnisse/Wünsche von Interessenten
Werte des Unternehmens / Positionierungsmöglichkeiten
Klares Profil des Stiftungszentrums aus der Sicht außerbetrieblicher Fach-
/Öffentlichkeiten

- Präsentation des neuen Stiftungszentrums (SZ)
 - detaillierte und optisch ansprechende Darstellung der Inhalte:
 - Organisationsaufbau
 - Historie der Stiftungen, Kunstsammlung, Raum für Kultur
 - Leuchtturmprojekte
 - Best-Practice-Beispiele

Ziele

- Ermittlung zukünftiger Anforderungen
- Definition der Erfordernisse im Hinblick auf: Zielmarkt, Kommunikationsentwicklung, Unternehmenskultur und -werte
- kontinuierlicher/unfassender Informationsfluss im Rahmen von optimierter interner/externer Kommunikation

Entwicklungsmöglichkeiten

- Ermittlung des Entwicklungsbedarfs durch Profilanalyse (Kongruenz / Divergenz)
 - „Wer sind wir?“
 - „Wo wollen wir sein?“
 - „Was müssen wir gemeinsam dafür tun?“
- Maßnahmenplanung / Maßnahmendurchführung → Methodische Kompetenz / Systematisches Vorgehen
- Soll-Situation des SZ in 5 Jahren

Kommunikationsprozess

- Koordinierte Berichterstattung der Einheiten des SZ: Imagebroschüre, Flyer mit Produkten und Leistungen in der Übersicht, Projektreports, Referenzlisten etc.
- Dokumentation zu Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten des neuen SZ
→ objektive, beständige, offene und zuverlässige Informationspolitik
- Vermeidung von Redundanzen
- Darstellung / Ansprache der internen und externen (Kooperations-) Ansprechpartner
Darstellung des SZ als "Dienstleister" (Stichwort: Identifikation + Selbstverpflichtung) innerhalb des Unternehmens, wie auch für Interessenten
- Auftritt der Wettbewerber: Berichterstattung in den Medien

Erfolgskontrolle

Beschreibung des Projektablaufs:

- 1) Informationsgespräche mit verantwortlichen Vertretern des SZ
- 2) Übermittlung fundierter Informationsunterlagen zu den einzelnen Teilbereichen (Stiftungen, Kunst etc.)
- 3) eigenverantwortliche Recherchen gem. Aufgabenstellung
- 4) Interviews mit Führungskräften der Konzernkommunikation (GM-C)
- 5) Entwicklung eines Präsentationskonzeptes
- 6) kontinuierliches Abstimmungsprocedere mit den Vertretern des SZ
- 7) Analyse Entwicklungspotential / Zieldefinition

Folgende Anforderungen an die Teilnehmer werden seitens des Unternehmens definiert: (Studienrichtung, Studienschwerpunkte, Fremdsprachenkenntnisse, Soft Skills etc.)

analytische Fähigkeiten und Kreativität, Kultur-Affinität, Interesse an CSR-Thematik, breit aufgestellte Wissensbasis, Eloquenz, Marketing/PR

Sonstige Bemerkungen:

keine

Frankfurt am Main, 29. März 2010