

Mehrwert für die Mitglieder

Kommunikationsverband wählt Klaus Flettner zum neuen Präsidenten / Stärkere Rolle als Meinungsbildner angestrebt

Klaus Flettner, neu gewählter Präsident des Kommunikationsverbands, will den Berufsverband wieder stärker in die Rolle des Meinungsbildners und -führers der Kommunikationsbranche rücken. Der CEO der deutschen Lowe-Gruppe und Geschäftsführer der Agentur Change Communication Frankfurt wurde – wie erwartet – am vergangenen Samstag auf der Bundesversammlung in Frankfurt zum Nachfolger von Jochen Pläcking an die Verbandsspitze gewählt (HORIZONT 35/2004).

Neben Flettner, der vom alten Führungsgremium zur Wahl vorgeschlagen worden war, wurden auch die bisherigen Präsidiumsmitglieder Oliver Klein (Cherrypicker), Malte von Trotta (Milchstraße) und der bisherige Präsident Jochen Pläcking (AM Corporate & Creative) in die erweiterte Spitze des Verbandes gewählt. Als weitere Präsidiumsmitglieder wurden Marianne Dözl (Initiative Media), Tobias Clairmont (Freihafen) und Ralf E. Strauß (SAP) berufen.

In seinen „Guidelines für eine neue Zukunft“ hat das Führungsteam zu seinem Amtsantritt die Bedeutung des Kommunikationsverbandes als branchenunabhängiges Netzwerk unter-



Verbandsspitze: Klaus Flettner, Jochen Pläcking, Marianne Dözl und Oliver Klein (v.l.n.r.)

strichen. „Wir stehen nicht für Unternehmen, sondern für Menschen, die auf Kunden- und Agenturseite sowie anderswo tätig sind“, unterstreicht Flettner die Sonderstellung des Kommunikationsverbandes. Darüber hinaus will der neue Präsident die Zusammenarbeit mit anderen Verbänden der Kommunikationsbranche weiter vorantreiben. „Wir müssen alle darü-

ber nachdenken, wie wir durch gemeinsame Aktivitäten die eigene Leistungsfähigkeit stärken können“, hat sich Flettner vorgenommen, über die Verbandsgrenzen hinaus zu agieren. Vor diesem Hintergrund sollen auch die Verbindungen zu Wissenschaft, Unternehmensberatungen und Industrie gestärkt werden. Sämtliche Anstrengungen zielen darauf ab, den Mit-

gliedern – etwa durch eine erweiterte interaktive Internetplattform – einen Know-how-Pool zu schaffen, der einen nachvollziehbaren Nutzen bringt. „Wenn wir inhaltlich einen Mehrwert liefern, haben wir auch keine Mitgliederprobleme“, ist der Lowe-Chef überzeugt. Tatsächlich hat der Verband in den vergangenen vier Jahren ein Viertel seiner nunmehr noch rund 1800 Mitglieder verloren. Der nächste Einsatz des Kommunikationsverbands gilt dem Effizienztag am 5. Oktober in Berlin, wo es um effektive Markenstrategien in harten Zeiten geht. **Inge Sichau**

Verbandsarbeit

Im Kommunikationsverband mit Sitz und Geschäftsstelle in Bonn sind rund **1800 Fachleute** aus allen Bereichen der **Kommunikationsarbeit** organisiert. Basis bilden **22 Clubs** in 15 Bundesländern, die bundesweit jährlich etwa 100 regionale Informations- und Diskussionsveranstaltungen anbieten. Neben dem Deutschen Kommunikationspreis verleiht der Verband jährlich weitere sechs Awards in verschiedenen Disziplinen.

Spiegel-Erben solle Anteile abgeben

Gruner + Jahr und die Mitarb des Spiegel-Verlags können den von „Spiegel“-Gründer R Augstein jeweils ein halbes Pr von deren 25-Prozent-Anteil kaufen. Das hat das Bundeska amt entschieden. Die Erben steins verlieren damit Einfluss wichtige Entscheidungen bei Nachrichtenmagazin, für di Prozent der Gesellschafterstin notwendig sind. Augstein hat Klausel in den 70er Jahren mi abgesprochen und später verge versucht, sie zurückzunehmen.

Serviceplan-Grupp legt 3 Prozent zu

Die Münchner Serviceplan-Gr hat ihr Gross Income im Gesel jahr 2003/2004, das am 30. Ju det, um 3 Prozent von 54 Milli auf 55,7 Millionen Euro geste Im Bereich interaktive Komr kation legte Serviceplan um als 20 Prozent, bei PoS-Aktiv um 10 Prozent zu. Verantwo dafür ist laut Hauptgeschäftsf Florian Haller vor allem das geschäft: Im klassischen Ke schäft wurden Kunden wie und Rolf Benz gewonnen. Newmedia-Agentur Plan.net unter anderem Cortal Consort