

Am internationalen Parkett

Wie international strategische Kommunikation zu einem Wettbewerbsvorteil führen kann, zeigen Ricki Weiss und Ursula Matras bei zahlreichen Kunden.

••• Von Caroline Wirth

WIEN. Wenn es darum geht, Unternehmen den Weg im Exportgeschäft zu ebnet und für eine optimale Positionierung am globalen Markt zu sorgen, sind eine nachvollziehbare Ausrichtung und ein durchgängiger Auftritt mit klaren Botschaften ein absolutes Muss; davon sind Ricki Weiss, Geschäftsführerin Ricki Weiss Consulting, und Ursula Matras, Geschäftsführerin Art of Writing, überzeugt.

Im Gespräch mit medianet sprechen sie über den Bedarf, notwendige Maßnahmen und Stolperfallen für Unternehmen am internationalen Parkett.

medianet: Sie bieten gemeinsam international strategische Kommunikation an. Wie sieht Ihre Spezialisierung aus?

Ricki Weiss: Wir begleiten Unternehmen und deren Entscheidungsträger beim Expansionskurs. Diese baut auf der jeweiligen Unternehmensstrategie auf, entwickelt die relevanten Inhalte als Botschaften und transportiert sie im Sinne einer stimmigen und einheitlichen Gesamtkommunikation. Als eingespieltes Team sorgen wir mit anspruchsvollen Inszenierungen für einen punktgenauen und sprach-

lich exzellenten Unternehmensauftritt auf allen Kommunikationskanälen, von Marketingunterlagen über die interne Kommunikation bis hin zu Web oder Film.

medianet: Was ist bei der Kommunikation zu beachten?

Ursula Matras: Besonderen Wert legen wir auf durchgängige Inhalte und eine einheitliche, zweisprachige Kommunikation. Wir filtern die relevanten Inhalte und formulieren diese als kraftvolle Botschaften und einprägsame deutsche wie englische Texte – abgestimmt in Stil und Wortwahl auf das jeweilige Corporate Wording, die Strategie und Zielgruppe.

medianet: Welche Branchen betreiben Sie?

Matras: Wir fühlen uns in fast jeder Branche wohl und können unser Know-how erfolgreich einbringen. Das benötigte Branchenwissen eignen wir uns immer rasch an, so es nicht ohnehin vorhanden ist. Das war bis jetzt noch nie ein Thema. Wir arbeiten in Branchen von A bis Z, sei es im Aviation-Sektor, für Bau-, Technik- und IT-Konzerne, die Bekleidungs-, Finanz- oder Pharmaindustrie, internationale Öl- und Gasunternehmen oder Zulieferer.



Ricki Weiss und Ursula Matras unterstützen bei der internationalen Kommunikation.

medianet: Worauf achten Sie besonders bei der internationalen strategischen Kommunikation?

Weiss: Besonderen Stellenwert erfährt die CEO-Kommunikation. Hier liegt viel Potenzial. Die Botschaften des Unternehmenslenkers spiegeln die Ausrichtung des Unternehmens, sie vermitteln Verlässlichkeit, Transparenz und Vertrauen. Neben operativer Leistung bestimmt gerade die kommunikative Führung den öffentlich wahrgenommenen Unternehmenserfolg.

Richtig inszenierte Statements sind deshalb als klar wahrnehmbare Signale besonders wichtig.

medianet: Internationale Kommunikation bringt aber auch die Herausforderung anderer Kulturen mit sich; wie gehen Sie damit um?

Weiss: Bei der konkreten Umsetzung der Maßnahmen bringen wir langjährige Erfahrung im internationalen Business, branchenübergreifende Kenntnisse und interkulturelles Verständnis ein. In der Praxis arbeiten wir eng mit ausgewählten Schnittstellen des Unternehmens zusammen.

medianet: Wo liegen die größten Stolperfallen für Unternehmen?

Matras: Der globale Wettbewerb verlangt einwandfreies Englisch. Wird aber Deutsch gedacht und Englisch geschrieben, passieren peinliche, grammatikalische Fehler oder man gerät an sprachlich falsche Freunde. Das kann zu Missverständnissen führen und sogar gute Geschäftsbeziehungen ins Wanken bringen. Business English verfügt über einen reichhaltigen Wortschatz, Ausdrucksweisen und Redewendungen, die auch regional geprägt sind. Botschaften gehen ins Leere, wenn diese einer Direktübersetzung zum Opfer fallen.

2014/15 WINNER
MERCURY EXCELLENCE AWARDS

Wir machen Inhalte, die begeistern!

Firmenzeitungen | Web-Magazine | Content Marketing

JAGER PR macht Corporate Publishing nicht nebenbei – es ist unser Kerngeschäft. Von der Konzeption über Redaktion und Gestaltung bis zum Versand – bei JAGER PR sind immer Profis am Werk, die wissen, worauf es ankommt und welche Inhalte wirklich interessieren. **Mehr Infos unter www.corporatepublishing.at**

Auszug aus unseren Referenzen

JAGER PR
 Agentur für Corporate Publishing
 Rechtes Salzachufer 42/Top 10 a, 5020 Salzburg, Telefon: +43 (0)662/45 31 60, www.jager-pr.at

Fordern Sie gleich Ihr **Gratis-Abo** des Fachmagazins Satzspiegel an! info@jager-pr.at

Von der Zielgruppenauswahl und Fragebogenerstellung bis zur Analyse und Studienpräsentation bei Veranstaltungen erfüllt **meinungsraum.at** unsere Anforderungen an einen professionellen Marktforschungspartner.“

Mag. Wolfgang Wacek
 Geschäftsführer, Sanova Pharma GesmbH

einfach näher dran.

+43 1 512 89 000
office@meinungsraum.at