

## FAKTENPAPIER



Sehr geehrter Herr Graham,

Nachhaltigkeit und bewusste Unternehmensführung machen sich bezahlt. Denn 37 Prozent der Bundesbürger sind bereit, bei sozial verantwortlich handelnden Unternehmen höhere Preise zu akzeptieren. Das hat die aktuelle Studie „Mit gutem Gewissen“ von Faktenkontor in Kooperation mit Focus Money ergeben.

In diesem Faktenpapier stellen wir Ihnen außerdem unsere neue Harvard-Business-Manager-Sonderpublikation „Reputationsrisiken managen“ vor. Auch Sie können den hervorragenden Ruf des Magazins nutzen und ihre eigene Sonderpublikation erstellen.

Lesen Sie zudem, wie die Social-Media-Experten des Faktenkontors den „JOBlog“ der ManpowerGroup konzipiert haben und laufend mit redaktionellen Inhalten füllen. Ebenfalls erfreulich: Die Arbeitgeber-Wettbewerbe finden nun auch in vielen weiteren Regionen statt.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

### TOPMELDUNG

#### Werden Sie Harvard-Business-Manager-Autor

Das Faktenkontor hat bereits mehr als 50 Unternehmen erfolgreich in Krisensituationen begleitet. In der neuen Harvard-Business-Manager-Sonderpublikation „Reputationsrisiken managen“ vermittelt Faktenkontor Expertenwissen zu Krisenmanagement und -prävention. International renommierte Kommunikationsexperten geben wertvolle Einblicke in die Anatomie von Krisensituationen.

„Reputationsrisiken managen“ ist in enger Zusammenarbeit mit dem Harvard Business Manager entstanden. In dieses Umfeld renommierter Managementautoren laden wir Sie und Ihr Unternehmen ein. So können Sie Ihre eigene Harvard-Business-Manager-Sonderpublikation realisieren und die Aufmerksamkeit ihrer Zielgruppen auf sich ziehen.

Haben Sie Interesse an dem Sonderdruck „Reputationsrisiken managen“ oder möchten Sie Ihre eigene Sonderpublikation realisieren? Dann steht Ihnen Jörg Forthmann zu diesen Themen zur gerne Verfügung.



## FAKTENPAPIER



### Corporate Books mit dem Harvard Business Manager

Mit der neuen Buchreihe „25 Erfolgsfaktoren für ...“ veröffentlicht Faktenkontor in Kooperation mit dem Harvard Business Manager das Fachwissen Ihres Unternehmens. Gemeinsam mit den Autoren des renommierten Managementmagazins gestalten Sie Ihre eigene Publikation, mit der Sie Ihren Zielgruppen wertvolles Knowhow aus Ihrem Geschäftsbereich vermitteln. Corporate Books sind leistungsstarke Kommunikationsinstrumente, mit denen Unternehmen ihre Expertise wirkungsvoll demonstrieren und langfristiges Vertrauen herstellen. Die Publikationen aus der Buchreihe „25 Erfolgsfaktoren für ...“ gewinnen durch die namhafte Partnerschaft mit dem Harvard Business Manager zusätzlich an Vertrauenswürdigkeit und Seriosität.

Wenn Sie Interesse an Ihrem eigenen Fachbuch aus der Harvard-Business-Manager-Reihe haben, schreiben Sie eine kurze E-Mail an Jörg Forthmann.

### Insiderwissen für Ihre Kommunikation

Im Mai und Juni 2014 heißt Sie Jörg Forthmann, Geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors, bei seinen Expertenworkshops herzlich willkommen. In Kooperation mit Media Workshop vermittelt der Kommunikationsexperte Insiderwissen zu den Themen Krisenkommunikation und Vertriebs-PR. Seien Sie bei einem dieser praxisnahen Seminare dabei und vertiefen Ihr Expertenwissen:

**Vertriebsunterstützende PR:  
Mit Vertriebs-PR Absatz steigern und Verkauf fördern,  
25. Juni 2014 in Frankfurt am Main**

Anmelden können Sie sich auf [www.media-workshop.de](http://www.media-workshop.de)

### Krisen-PR bei Ihnen zu Gast

Der ThinkTank Krisen-PR ist wieder auf Tour durch die Republik. Am 4. Juni ist das Expertenpanel bei der DAB Bank zu

Gast. Dort treffen sich berufserfahrene Pressesprecherinnen und Pressesprecher zum vertraulichen Austausch zur Krisenkommunikation. Die Kolloquien werden vom Krisenexperten Jörg Forthmann geleitet.

Der ThinkTank Krisen-PR könnte dieses Jahr auch bei Ihnen zu Gast sein. Sollten Sie sich diesem Erfahrungsaustausch anschließen wollen, dann kontaktieren Sie bitte Jörg Forthmann.



### Nachhaltigkeit zahlt sich aus

37 Prozent der Bundesbürger sind bereit, bei sozial verantwortlich handelnden Unternehmen höhere Preise zu akzeptieren. Jeder vierte Deutsche gibt an, während der vergangenen sechs Monate ein Produkt gekauft zu haben, nur weil das dafür verantwortliche Unternehmen nachhaltig handelt.

Das sind Ergebnisse der Studie „Mit gutem Gewissen“, die Faktenkontor in Kooperation mit Focus Money durchgeführt hat. Für die Studie „Mit gutem Gewissen 2014“ wurden 500.000 Bewertungen von 1.000 Marken aus 49 Branchen ausgewertet. Damit ist diese Studie die größte Untersuchung zur Nachhaltigkeit von Marken aus Verbrauchersicht.

„Mit gutem Gewissen 2014“ ist für Markenunternehmen in Deutschland ein hervorragender Gradmesser, wie ihre Anstrengungen in der nachhaltigen Unternehmensführung vom Markt gewürdigt werden.

Erfahren Sie mehr dazu in der am 14. Mai erscheinenden Focus-Money-Sonderausgabe zum Nachhaltigkeitspreis 2014.



Um Jörg Forthmann eine E-Mail zu schreiben, scannen Sie einfach den QR-Code.

[Joerg.Forthmann@faktenkontor.de](mailto:Joerg.Forthmann@faktenkontor.de)

## FAKTENPAPIER



### Karrieretipps mit dem JOBlog der ManpowerGroup

Mit dem neuen „JOBlog“ der ManpowerGroup Deutschland wendet sich der Personaldienstleister direkt an interessierte Arbeitnehmer, die nützliche Informationen rund um die Themen Job und Bewerbung suchen. Auf der neuen Kommunikationsplattform berichten Experten über Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt und in der Zeitarbeit und geben ausführliche Karrieretipps. Außerdem gewährt der JOBlog Einblicke in das Unternehmen ManpowerGroup. Die Social-Media-Experten des Faktenkontors haben diesen Blog mitkonzipiert und unterstützen die ManpowerGroup laufend mit redaktionellen Inhalten.

Faktenkontor betreut die ManpowerGroup bei Ihrer Social-Media-Kommunikation auf mehreren Plattformen durch das Generieren von relevanten Inhalten und Texten. Was bislang fehlte, war eine Plattform, auf der Platz für mehr ist als „den kurzen Post zwischendurch“. Diese Lücke füllt nun das JOBlog, seit Anfang 2014 online und in die neu gestaltete Website der ManpowerGroup Deutschland integriert. Zu finden ist der Blog unter [www.manpower.de/neuigkeiten/joblog](http://www.manpower.de/neuigkeiten/joblog).

### Verbraucherindex exklusiv in der Wirtschaftswoche

Frühlingsgefühle bei den Verbrauchern: Im Frühjahr 2014 gehen mehr als drei Viertel der Deutschen von einer Verbesserung ihres Lebensstandards aus. Lediglich vier Prozent der Bundesbürger bewerten die eigene Lage derzeit sehr pessimistisch. Das sind Ergebnisse des Verbraucherindex der CreditPlus Bank, über den die Wirtschaftswoche seit September letzten Jahres berichtet. Die Zusammenarbeit zwischen dem Wirtschaftsmagazin und der Konsumentenkreditbank stellten die Agenda-Setting-Experten von Faktenkontor her. Der nächste Verbraucherindex der CreditPlus Bank erscheint im September 2014.

Mit dem Index ermöglicht CreditPlus den Lesern der Wirtschaftswoche einen Einblick in die Konsumlaune der Bundesbürger. Anhand repräsentativer Umfragen wird gezeigt, in welche größeren Anschaffungen Verbraucher investieren wollen. Dafür werden die Konsumenten zu ihrer Investitionsbereitschaft in den Konsumklassen Möbel, Reisen, Elektrogeräte und Autos befragt.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an Juliana Hartwig.



< Um Juliana Hartwig eine E-Mail zu schreiben, scannen Sie einfach den QR-Code.

[Juliana.Hartwig@faktenkontor.de](mailto:Juliana.Hartwig@faktenkontor.de)

### Die besten Arbeitgeber Ihrer Region: Seien Sie dabei

Nach den großen Erfolgen der Arbeitgeber-Wettbewerbe in Hamburg, Berlin und München finden diese nun künftig auch in Baden-Württemberg, dem bayrischen Schwaben und Franken sowie im Rheinland und dem Ruhrgebiet statt. Dabei bleibt der regionale Fokus der entscheidende Vorteil der Wettbewerbe.

Unternehmen stellen durch die Wettbewerbe ihre Qualität als Arbeitgeber heraus und positionieren sich gut im Wettlauf um Personal. So ergab eine Befragung von Projektverantwortlichen in den Firmen, die am Wettbewerb teilgenommen hatten: Bei 65 Prozent der Befragten hat das Siegel „Bester Arbeitgeber“ die Anzahl eingehender Bewerbungen signifikant erhöht. Das Siegel dient Bewerbern als Orientierung. Es verleiht Sicherheit und signalisiert eine herausragende Arbeitgeberqualität. An den neuen Standorten sorgt eine Medienkooperation mit FAZ.net für eine große Sichtbarkeit in den Zielgruppen.

Bereits seit sieben Jahren kürt Faktenkontor in Zusammenarbeit mit dem Personaldiagnostiker Prof. Werner Sarges von der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg und dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung alljährlich „Hamburgs beste Arbeitgeber“.

Weitere Informationen erhalten Sie bei Alexander Göschl.



< Um Alexander Göschl eine E-Mail zu schreiben, scannen Sie einfach den QR-Code.

[Alexander.Goeschl@faktenkontor.de](mailto:Alexander.Goeschl@faktenkontor.de)

## FAKTENPAPIER



### Wie bequem ist Ihr Bürostuhl?

Jeder vierte Büroangestellte findet seinen Bürostuhl unbequem. Das zeigt die Studie „Arbeitswelten“ des Schweizer Möbelherstellers Vitra. Die Studie wurde als Handelsblatt trend-Publikation veröffentlicht und gibt einen einzigartigen Einblick in die Büros der Bundesrepublik. Unter anderem zeigt „Arbeitswelten“ die Vorlieben und Abneigungen bei der farblichen Gestaltung der Arbeitsräume und gibt Auskunft über die Größe und die Geräuschkulissen in deutschen Büros. Außerdem wurde ein Meinungsbild ermittelt, wie sich die Büromöblierung auf die Zufriedenheit im Job auswirkt.

Grundlage für die Studie war eine internetbasierte Befragung von 530 Büroangestellten und 200 Geschäftsführern. Das Faktenkontor hat zusammen mit Vitra das Studienkonzept entwickelt und die klassische Presseverwertung übernommen. In zahlreichen Presseinformationen und Fachartikeln wurden die Inhalte der Studie präsentiert und trafen auf großes mediales Interesse.

Ansprechpartner für mehr Informationen ist Dr. Roland Heintze.

### Faktzweinnull – Neuer Social-Media-Blog des Faktenkontors

Wir laden Sie ein: Diskutieren Sie aktuelle Social-Media-Entwicklungen direkt auf dem neuen Blog von Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter und Social-Media-Experte des Faktenkontors. Auf [www.faktzweinnull.de](http://www.faktzweinnull.de) wird seit Dezember 2013 wöchentlich über Online-Kommunikation und digitalen Dialog berichtet. Jeden Donnerstag finden Sie einen neuen Beitrag mit hilfreichen Daten und Fakten rund um das Thema Soziale Medien aus einem professionellen Blickwinkel.

Wussten Sie zum Beispiel, dass Frauen öfter Social-Media-Angebote nutzen als Männer? Oder dass die Konsumgüterbranche im Web 2.0 deutlich erfolgreicher ist als Banken, Versicherer und Gesundheitsunternehmen?

Mehr zu diesen und weiteren aktuellen Themen erfahren Sie auf [www.faktzweinnull.de](http://www.faktzweinnull.de).

### Faktenkontor-Kunden profitieren von 25 Jahren vernetzter Kompetenz



Das globale Agenturnetzwerk Comvort feiert dieses Jahr sein 25-jähriges Bestehen. Faktenkontor ist seit mehreren Jahren aktives Mitglied in dem weltweit größten Zusammenschluss spezialisierter, inhabergeführter Kommunikations- und Marketingagenturen. Comvort wurde 1989 vom deutschen Marketingexperten Karl Jacobi gegründet und agiert heute auf globaler Ebene. Die Agenturen des Netzwerks profitieren von der engen Zusammenarbeit mit internationalen Partnern und verstärken dadurch ihre Arbeit auf nationaler Ebene.

### Faktenkontor gratuliert zum 25. Jubiläum!



< Um Roland Heintze eine E-Mail zu schreiben, scannen Sie einfach den QR-Code.

[Roland.Heintze@faktenkontor.de](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de)

**FAKTENKONTOR**

Verantwortlich: Dr. Roland Heintze  
Faktenkontor GmbH  
Ludwig-Erhard-Straße 37  
D-20459 Hamburg

Tel.: +49 40 253185-110  
[Roland.Heintze@faktenkontor.de](mailto:Roland.Heintze@faktenkontor.de)

[www.faktenkontor.de](http://www.faktenkontor.de)