



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > Im 360 Grad Newsroom von Roland Berger

---

Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

## Im 360 Grad Newsroom von Roland Berger

### Wie Unternehmenskommunikation neu gedacht und gemacht wird

München, 09.05.2019

Ein paar Tische zusammenrücken reicht ebenso wenig aus wie eindrucksvolle Räume zu bauen, um einen erfolgreichen Newsroom für ein Unternehmen zu entwickeln. Da ist sich Eike Alexander Kraft, Head of Global Marketing and Communications bei der Unternehmensberatung Roland Berger, sicher.

„Viel wichtiger ist das, was dahintersteht. Das Mindset“, sagte Kraft, der vor zwei Jahren den Newsroom mit aufgebaut hat und seit Anfang 2019 das Eigenmarketing und die Kommunikation von Roland Berger verantwortet.

Und so waren es auch keine architektonisch eindrucksvollen Räume, durch die Eike Alexander Kraft die Kolleg\*innen der [Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit](#) <sup>[1]</sup> führte. Vielmehr gab er einen virtuellen Einblick in die Kommunikationsstrategien der weltweit agierenden Unternehmensberatung mit Sitz in München.

#### Aus alten Strukturen ausbrechen

Der [Roland Berger Newsroom](#) <sup>[2]</sup> versteht sich als Schaltstelle mehrerer Unternehmensbereiche, die „grob gesagt“ mit Kommunikation, Presse und Marketing zu tun haben, erklärte Kraft. Der Vorteil: Themen wandern nicht mehr durch verschiedene Abteilungen, die nicht miteinander vernetzt sind. Sie werden „360 Grad“ vom zentralen Newsroom aus gesteuert.

Bruchstellen zwischen den einzelnen Bereichen sollen so überwunden werden. Kraft verdeutlicht das am Silo-Modell: In Unternehmen agieren verschiedene „Kanal-Silos“, also zum Beispiel die Abteilungen Sales oder Marketing. Sie entscheiden kanalgebunden, wie man mit Themen umgeht.

Diese Silos sind über die Jahrzehnte gewachsen, feste Strukturen stecken dahinter. Der Newsroom bricht daraus aus und bündelt die Abteilungen. „Das in einer Unternehmensorganisation durchzusetzen, ist leichter gesagt als getan“, sagte Kraft.

Das Thema stehe an erster Stelle, später erst wird der Kanal wichtig. Themen werden dann nicht nur für die obligatorische Pressemitteilung verwertet, sondern auch für eine hauseigene Studie, einen Webpage-Artikel oder Social Media-Kanäle wie LinkedIn. ?Dass man das alles organisatorisch hinbekommt, liegt am Newsroom?, erklärte Kraft weiter.

### **Alles digital**

Damit das integrierte Newsroom-Konzept für Roland Berger aufgeht, spielt wie bei vielen Unternehmen also auch hier das Stichwort Disruption eine Rolle. ?Wir müssen uns völlig neue Wege überlegen?, sagte Kraft. Das fange bei der Haltung und Kultur des Unternehmens an ? das, was Kraft eingangs Mindset nannte.

Neben einer flacheren Hierarchie sei das Motto ?truly digital? eine der wichtigsten Leitlinien. Im Newsroom tausche man sich ausschließlich digital aus, und zwar über das Organisationstool Trello [3]. Dort hätten alle denselben Überblick über laufende Projekte. Excel-Tabellen und meterlange Mailverläufe gehörten der Vergangenheit an.

Dass im Newsroom noch nicht immer alles so funktioniert, wie der Marketing- und Kommunikationschef sich das am Ende vorstellt, gab er offen zu. Das Zusammenführen der Teams sei nicht immer leicht. Für ein gutes Funktionieren seien gemeinsame Erfolge wichtig: ?Dann muss das Digital- eben mal was mit dem Marketing-Team trinken gehen?, sagte Kraft mit einem Zwinkern. Fast sind die Silos abgebaut.

*Laura Krzikalla*

### **Nächste Veranstaltung der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

Künstliche Intelligenz in Medien und PR: Wie können wir von Algorithmen profitieren, wo werden sie zur Gefahr? Vortrag & Diskussion mit Reinhard Karger, Unternehmenssprecher des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz GmbH (DFKI) in Saarbrücken, im Presseclub München am Donnerstag, 6. Juni, 18.30 Uhr.

Anmeldung und weitere Informationen [4].

Weitere BJV-Termine [5].

---

**Source URL:** <https://www.bjv.de/news/im-360-grad-newsroom-roland-berger>

#### **Links:**

[1] <https://www.bjv.de/arbeitsgruppe/fg-presse-und-oeffentlichkeitsarbeit>

[2] <https://www.rolandberger.com/de/Media/DE/?country=DE#/>

[3] <https://trello.com/>

[4] <https://www.bjv.de/termin/normaler-termin/20190508-kuenstliche-intelligenz-medien-und-pr-wie-koennen-wir-algorithmen>

[5] <http://www.bjv.de/termine>