

Hallo, mein Name ist Stefanie Ruth Heyduck.

Ich bin selbständige Kommunikationsberaterin
und Journalistin.

[Erfahren Sie mehr](#)



Stefanie Ruth

Selbständige Beraterin & Journalistin

Ich bin eine erfahrene Kommunikationsberaterin und unterstütze meine Kunden bei Digital- und Content-Strategien sowie New-Work-Transformation.

Dank meiner langjährigen Erfahrung in Beratung, IT und Unternehmenskommunikation verstehe ich die Bedürfnisse vernetzter Unternehmen genau. Meine Stärke liegt darin, interdisziplinäre Herausforderungen sicher und gelassen zu managen: von der internen oder externen Kommunikationsstrategie über User- und Customer-Experience hin zu Prozessoptimierung und Governance.

Über 10 Jahre Verlags- und Redaktionserfahrung als Wissenschafts- und Technikjournalistin bilden das Fundament meiner beruflichen Laufbahn.



Analyse



Strategic
Design



Prozesse &
Governance



Fachtexte



Interviews
& Podcasts



Whitepaper



Customer
Experience



Front-End
Development



Wordpress

Mein Angebot

Beratung

- / Digitale Transformation
- / Kommunikations- und Content-Strategie
- / New Work und Change-Management



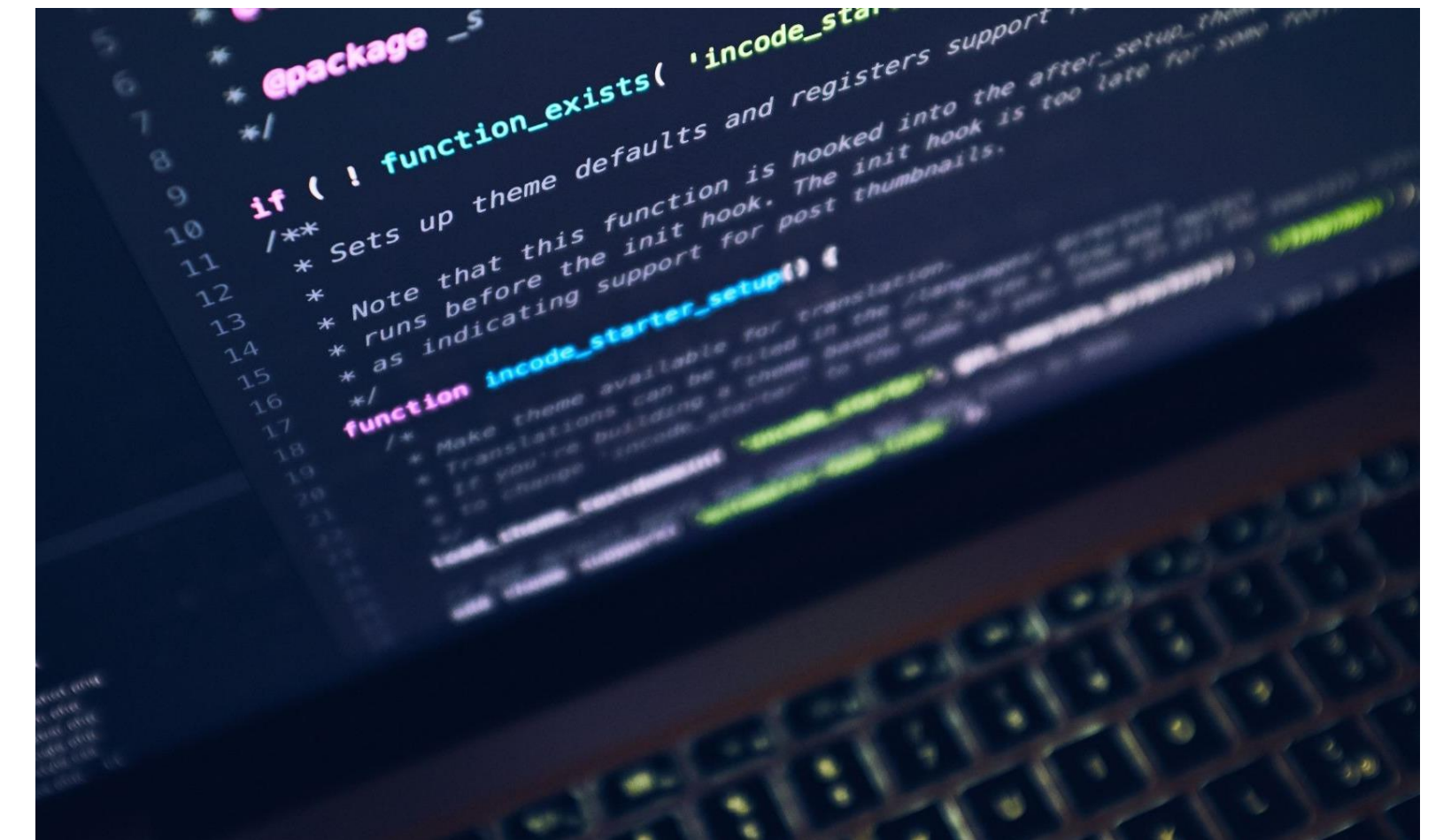
Redaktion

- / Wissenschaft und Technik
- / IT und Digitalisierung
- / Reise und Outdoor



Technik

- / Frontend- und Wordpress-Entwicklung
- / Collaboration-Technologien
- / Soziale Netzwerke



1997 - **2003**

● **Ludwig-Maximilians-Universität**

Magister Artium, München

Anglistik, Interkulturelle Kommunikation und Informatik.
Magisterarbeit: Shakespeares Henry V. zwischen
Idealherrschaft und Machiavellismus

1988 - **1997**

● **Gisela Gymnasium**

Abitur, München

Leistungskurse: Englisch und Chemie

1994 - **1995**

● **Country Day School**

Auslandsaufenthalt, Toronto

Gewinnerin des Proficiency Awards für besonders gute
akademische Leistungen.

1984 - **1988**

● **Farinellschule**

Grundschule, München

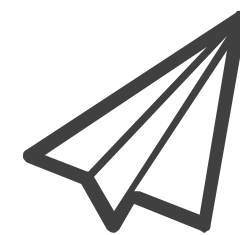


Berufserfahrung

2003 - 2008

2008 - 2012

2012-2020



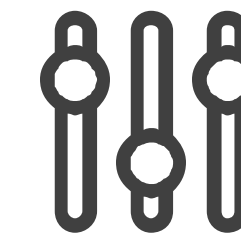
Verlag

Volontärin und Redakteurin bei der Business & IT. Leitende Online-Redakteurin bei magnus.de.



Pressestelle

Referentin für Wirtschafts- und IT-Presse.
Social Media Manager.



Beratung

Senior und später Managing Consultant für Digital- und Content-Strategien sowie New Work. Selbständig seit 2016.

IBM

Februar 2014 – November 2015

Managing Consultant

Als Beraterin im globalen Think Tank „Social Business Center of Competence“ entwickelte ich für Großkunden ganzheitliche und zukunftsweisende Unternehmens- und Social-Business-Strategien - weltweit in international verteilten Projektteams.

Change-Management, Adoption, digitale Transformation und Social Analytics waren dabei meine Schwerpunktthemen.

Projektauswahl: Bosch (Strategie Duale Organisation + Enterprise 2.0), HTC Taiwan (Social Marketing Transformation), Provinzial (Social Media Strategie & Governance), ThyssenKrupp (Social Business Transformation)



Ray Sono

Februar 2012 – Januar 2014 (und 2016)

Senior Strategy Consultant Senior Social Media Beraterin

In der Rolle des Lead Consultants entwickelte ich nachhaltige Content- und Digitalstrategien und unterstützte meine Kunden bei der Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle.

Die methodische Basis meiner Strategie- und Konzeptarbeit sind die Verknüpfung des Business Model Canvas mit Design Thinking.

Hauptverantwortliche Beraterin für B2B-Kunden im Bereich Social Media. Konzeption und Umsetzung digitaler Kommunikations-, Marketing-Strategien.

Entwicklung von Kreativkampagnen, Social Media Governance, Social Media Guidelines sowie internationalen Trainingskonzepten. Durchführung von Design-Thinking- und Customer-Journey-Workshops. Leitung des internen Social-Media-Teams.



Fraunhofer-Gesellschaft

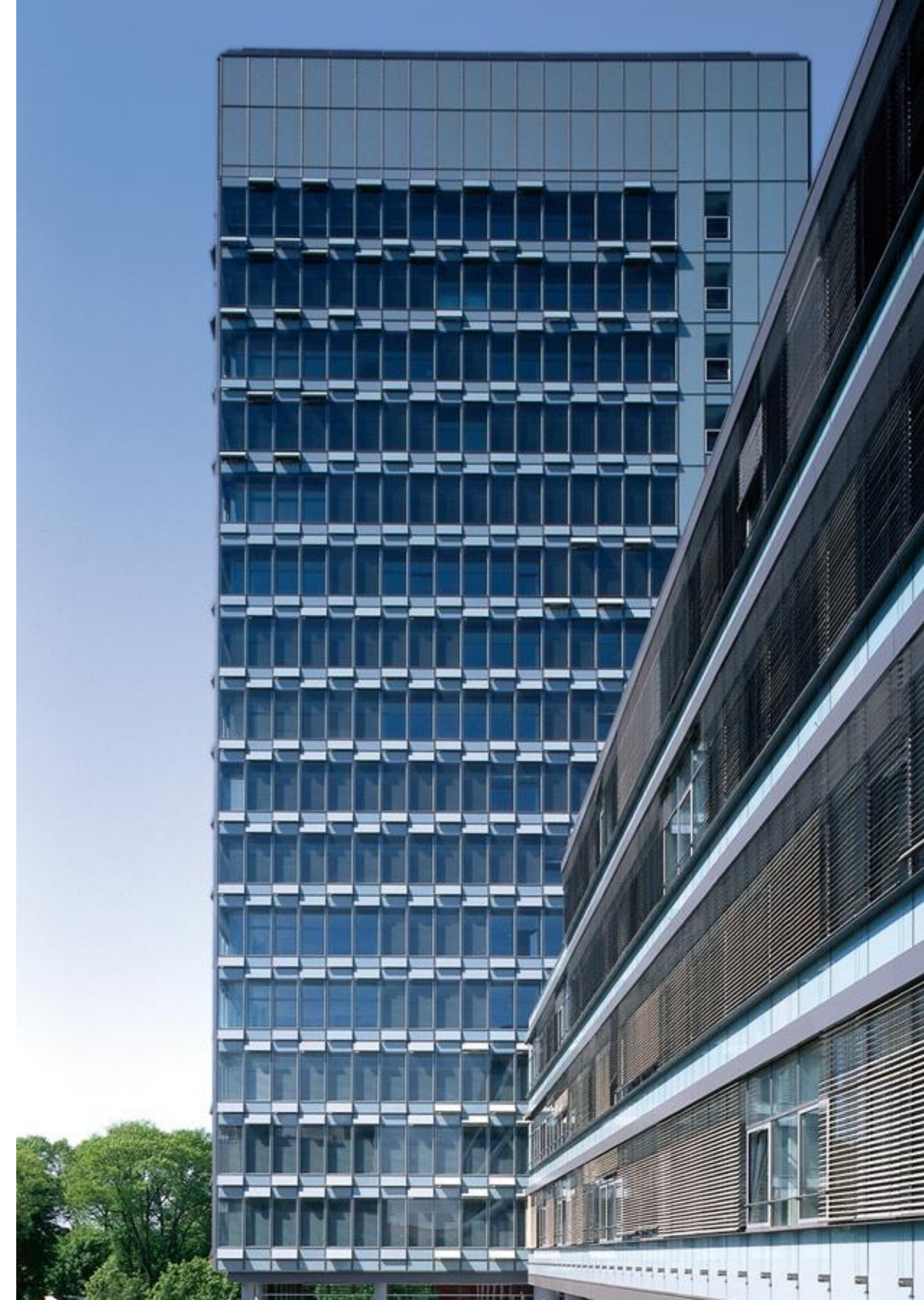
Oktober 2008 – Januar 2012

Pressereferentin

Hauptverantwortliche Pressereferentin für die Kommunikation mit der Wirtschafts- und IT-Presse. Zu meinen Aufgaben zählten: Verfassen von Pressemeldungen, Organisieren von Messen und Veranstaltungen, CeBIT (Pressekoordination, Pressekonferenz, Sonderpublikation und CeBIT-Blog), Schreiben von Beiträgen für das Kundenmagazin, Chefredaktion des Online-Presseportals inkl. Einführung des Newsletterkonzepts und der Medienresonanzanalyse.

Einführung der Social Media Strategie und Guidelines für die Fraunhofer-Gesellschaft (erster Social Media Auftritt einer Forschungsorganisation). Abstimmung mit dem Betriebsrat und konzernweitem Rollout, Enablement der PR-Kollegen.

Durchführung einer Vortragsreihe und Fortbildungen zum Thema „Die Chancen von Social Media für die Wissenschaftskommunikation“ an Instituten. Social Media Manager für die Pressekanäle.



WEKA Media Publishing

April 2003 – September 2008

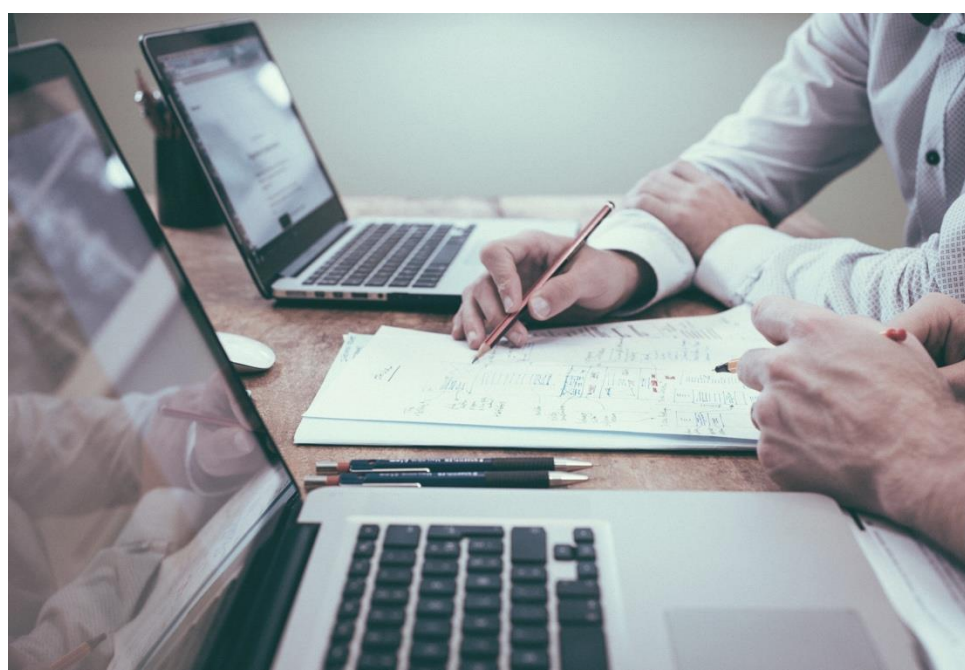
Redakteurin

Online-Redakteurin bei magnus.de / pc-magazin.de / pcgo.de:
Redaktionelle und strategische Konzeption des Verlagsportals magnus.de.
Hauptverantwortliche Redakteurin für die Ressorts Sicherheit und Mobile.
Umsetzung von Multimedia-Inhalten, Video-Formaten und Customer-Publishing-Projekten.

Konzeption und Umsetzung der Online-Strategie für magnus.de und businessportal.de inkl. SEO/SEM-Maßnahmen. Analyse und Auswertung der Zugriffe und des Surfverhaltens. Verfassen des Redaktionskonzepts für die Online-Portale des Verlages. Strategische Vorbereitung und redaktionelle Integration von Kooperationspartnern für magnus.de.

Volontärin, später Redakteurin bei der Zeitschrift Business&IT:
Eigenständige Betreuung und Weiterentwicklung des Ressorts „Netzwerk&Kommunikation“. Schwerpunkte: IT-Security, Telekommunikation, Netzwerk, Storage, Mobile Business. Betreuen freier Autoren. Neugestaltung des Online-Auftritts. Planung und Umsetzung von Kundenprojekten.





Beratung

Strategien

Die strategischen und kommunikativen Anforderungen an Unternehmen sind durch Digitalisierung enorm gestiegen. Dabei mangelt es nicht unbedingt an Knowhow, sondern vor allem an Ressourcen und Zeit, um die nötigen Strategien und Change-Prozesse zu erarbeiten und umzusetzen.

Ich unterstütze Sie dabei, eine pragmatische und nachhaltige Strategie für Ihre digitalen Kanäle oder Ihre Veränderungssituation zu entwickeln.

Es ist mein Anspruch, Ihr Kerngeschäft und Ihre Unternehmenskultur zu verstehen, um unser Projekt zum Erfolg zu führen.

Change-Kommunikation

April 2022 – Januar 2023 (auch 2019)

/ Communication Lead / Automotive

Lead des Teilprojektes „Change Kommunikation“ eines konzernweiten Transformationsprogramms im Bereich Identitätsmanagement eines **Automobilherstellers**.

Ich war verantwortlich für die Erarbeitung der internen Kommunikationsstrategie sowie die Koordination, Konzeption und Erstellung der einzelnen Maßnahmen.

Dazu gehörte die interne Kommunikation der Ergebnisse der konzernweiten Integritätsinitiative über Veranstaltungen und Berichten in den internen Print- und Online-Medien. Erstellung von Präsentationen für das Vorstandsreporting und internen Führungskräfte-Events.

Strategischer und konzeptioneller Support internationaler Roll-Out-Maßnahmen.

Social-Media-Strategie

April 2022 – Mai 2022

/ Project Lead / Management-Beratung

Die Managementberatung „**Strategic Gears**“ mit Hauptsitz in Saudi-Arabien benötigte Unterstützung bei der Entwicklung und Implementierung einer umfassenden Social-Media-Strategie.

Im Rahmen dieses Projekts habe ich ein maßgeschneidertes Social-Media-Training für Führungskräfte konzipiert und einen Content-Strategie-Workshop durchgeführt, um Zielgruppen und strategische Ziele zu definieren.

Ergänzend dazu entstand eine Vorlage für ein detailliertes Social-Media-Reporting mit integriertem KPI-Dashboard, das den Erfolg der Aktivitäten transparent macht und gezielte Entscheidungen auf Management-Ebene ermöglicht.

Interim-Management

Mai 2021 – Oktober 2021

/ Digital Lead / Agency

Als Interim-Managerin Digital entwickelte ich die digitalen Geschäftsbereiche der Agentur **Bloom** strategisch und operativ weiter.

Ich übernahm die Steuerung der Konzepter-, Grafik- und Entwicklerteams. Dazu gehörte die Modernisierung von Prozessen und Entwicklungsworkflows sowie die Übernahme des Account Managements. Ergänzend verantwortete ich die Projektleitung bei Web-Projekten, inklusive Relaunches und Landingpages, und steuerte die B2B-Sales-Aktivitäten der Agentur.

Zu meinen Kernaufgaben zählte die strategische Kundenberatung zu Zielen, Marketingmaßnahmen, KPIs und digitalen Trends. Ich verantwortete das Management von crossmedialen Brand-, Produkt- und Content-Kampagnen entlang der gesamten Customer-Journey.

Change-Management

August 2020 – November 2020

/ Project Lead / Logistics

Gesamtprojektleitung und fachlicher Lead eines Restrukturierungsprojekts für **METRO LOGISTICS**.

Der interne Dienstleister der Metro AG stand vor der Herausforderung, sich als Logistikanbieter auf dem freien Markt positionieren zu müssen.

Als Projektleiterin und fachlicher Lead-Consultant „Change-Management“ verantwortete ich die Steuerung des gesamten internen und externen Projektteams sowie die fachliche Ausrichtung des strategischen Zukunftsprojekts.

Erarbeitet wurden eine Change-Architektur, Change Kommunikation Strategie und die dazugehörige Medienlandschaft, Führungskräfte-Befähigung, Implementierung eines Change Agent Netzwerks, strategischer Support des Strategieteams und den Roll-Out in acht Standorten.

Change Kommunikation

Juli **2020** – November **2020** (auch **2021**)

/ Subject Matter Expert / Automotive

Der Automobilzulieferer **Autoliv** stand vor der Herausforderung, umfassende Restrukturierungsmaßnahmen in Europa umzusetzen. Im Rahmen eines Strategieprojektes sollte eine europaweite Kommunikationsstrategie erarbeitet und ausgerollt werden.

In meiner Rolle als fachlicher Lead „Change Kommunikation“ erarbeitete ich in enger Zusammenarbeit mit dem European Leadership Team eine Kommunikationsstrategie, einen Kommunikationsplan und die dazugehörigen Materialien: Management Präsentationen, Unterlagen für die Führungskräftekommunikation, Pressemitteilungen und Dokumente für die begleitende Kundenkommunikation.

Digitale Transformation

November **2018** – Dezember **2018**

/ Digitalberaterin und Referentin / Public Sector

Für einen bayerischen Bildungsträger wurde ein Schulungskonzept für den einjährigen Lehrgang „IT-Digitalisierungspädagoge“ entwickelt.

Die Teilnehmer (Akademiker und Lehrer) sollten befähigt werden, digitale Transformation in Unternehmen selbst voranzutreiben und strategisch zu planen.

Für den Bereich „Medien & Kollaboration“ habe ich das Schulungskonzept ausgearbeitet und die ersten Seminare in München und Nürnberg durchgeführt.

Culture-Change-Kampagne

März 2018 – August 2018

/ Creative Lead / Automotive

Konzeption einer internen Kampagne, um Mitarbeiter eines **Automobilherstellers** zu motivieren, sich aktiv und kreativ an einem konzernweiten Kulturwandel zu beteiligen.

Teil des Konzepts sind Social- und Gamification-Aspekte, die der Kampagne über einen längeren Zeitraum hohe Aufmerksamkeit garantieren.

Herausforderung dabei war es, die internen Regularien des Konzerns zu erfüllen und dabei einen internationalen Roll-out zu ermöglichen.

New Work Transformation

Oktober 2014 – Oktober 2016

/ Strategic Lead / Industrie

Einführung eines globalen Social Intranet bei einem Großkunden aus dem **Industriesektor**, um die weltweite Vernetzung aller Mitarbeiter zu ermöglichen.

Dadurch sollte der interne Wissensaustausch und die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit verbessert werden. Interne Prozesse sollten beschleunigt und Datensilos vermieden werden. Dazu wurde unternehmensweit eine Collaboration-Software implementiert.

Als Lead Consultant verantwortete ich die Ausarbeitung und Implementierung der Adoption-Strategie. Vom Einführungskonzept, bis zum Roll-Out-Plan. Dazu gehörte neben der Prozessoptimierung auch die Abstimmung auf interne Vorschriften (in enger Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat).

Global Communication

August **2016**

/ Communication Lead / Automotive

Strategische Ausarbeitung eines Vorgehensmodells für konzernweites und internationales „Multimedia Content Marketing“. Dazu wurde zunächst ein Strategie- Blueprint erarbeitet, der exemplarisch an einem Piloten erprobt und auf Basis der ersten Erfahrungen iterativ weiterentwickelt wurde.

Durch modulare Bausteine gewann das Projekt an Agilität und Skalierbarkeit. Über ein Readyness Assessment wurde der Reifegrad der Organisation ermittelt. Über Zielgruppen-, Prozess-, Performance- und Content-Analysen wurden die nötigen Maßnahmen abgeleitet, um die konzernweite Kommunikationsplanung abzudecken.

Personalmarketing

Dezember **2015** – März **2016**

/ Strategic Lead / Verkehr & Logistik

Strategische Weiterentwicklung der digitalen Arbeitgeberkommunikation für einen Großkunden aus dem Bereich Verkehr & Logistik. Über Gap-, Zielgruppen-, und Kanalanalysen wurden Handlungsfelder identifiziert und diese in gemeinsamen Customer-Journey-Workshops mit dem Kunden bearbeitet.

Strategische Bewertung des digitalen Portfolios und existierender Content-Typen entlang der Candidate Journey Touchpoints, Entwicklung von Content-Leitbildern sowie Definition von konkreten Handlungsfeldern.

Ergebnis war eine übergreifende Content-Strategie mit ausgearbeiteten Prozess- und Rollendefinitionen für das abteilungsübergreifende Team, ein diversifiziertes Touchpoint-Management, das inhaltlich stärker auf Zielgruppen, Kanäle und Botschaften angepasst wurde und ein Konzept für kanalübergreifendes Storytelling.

New Work Transformation

Juni 2014 – Oktober 2014

/ Strategic Lead / Automotive

Um zu erarbeiten, wie eine Enterprise 2.0 Transformation zur Umstrukturierung in eine Duale Organisation beitragen kann, wurde anhand eines Piloten das skalierbare Vorgehen exemplarisch umgesetzt und daraus die konkrete Strategie und Roadmap für das Program formuliert. Außerdem sollten generelle Anforderungen aus agilen Teams für ein duales Organisationsmodell abgeleitet werden.

Mit Hilfe von Interviews wurde eine Capability-Reifegrad-Analyse durchgeführt. Ergebnis war eine ausführliche Gap-Analyse und priorisierte Handlungsfelder aus denen ein Zielbild entwickelt und konkrete Maßnahmen abgeleitet wurden.

Über die Entwicklung von vier praxisnahen, geschäftsrelevanten Experimenten (Design-Thinking-Methode) wurden Lösungswege erprobt. Die Resultate der Experimente wurden zurück gespiegelt auf die Gap-Analyse, um daraus Anforderungen für das künftige Target Operating Model abzuleiten.

Marketing Transformation

April 2014 – Mai 2014

/ Strategic Consultant / Telecommunications

Einführung einer kundenzentrierten, automatisierten Marketinglösung bei einem asiatischen Hardware-Hersteller. Auf Basis einer AI-gestützten Monitoringlösung wurde dem Auftraggeber ein 360-Grad-Blick auf KPI-Dashboards Kunden über alle digitalen Kanäle hinweg ermöglicht.

Das Social Marketing Team entwickelte dazu die Organisationsmodelle, Kundensegmentierung, Customer-Journey-Analysen, Kampagnen-konzepte und KPI-Dashboards.

Corporate Communication

Dezember **2018** – März **2019**

/ Strategic Lead / Home appliances

Neuausrichtung der Social-Media-Strategie für die zentrale Unternehmenskommunikation. Berücksichtigung von Personalmarketing- und Thought-Leadership-Konzeption inkl. CEO Positioning.

Social Customer Service

August **2018** – Dezember **2018**

/ Strategic Lead / Tourism

Weiterentwicklung des Community Management eines Kreuzfahrtunternehmens. Auf Basis einer Reifegrad-Analyse wurden Strategieempfehlung und Prozessoptimierung abgeleitet. Mit dem langfristigen Ziel eine 360°-Sicht auf den Kunden zu erhalten.

CEO Positioning

Juni **2018** – Dezember **2018**

/ Strategic Lead / Industry

Konzeption einer digitalen CEO-Positioning-Strategie für einen Hersteller von Produkten und Lösungen aus dem Bereich des sichtbaren und unsichtbaren Lichts.

Für eine Ausgründung wurde eine Social-Media-Strategie auf Basis von „thought leadership“ und CEO positioning für die Geschäftsführung neu entwickelt.

B2B Communication (div.)

August **2012** – Dezember **2016**

/ Strategic Lead / Industry

Entwicklung und Umsetzung von internationalen Social-Media-Strategien. Basis der Strategiearbeit sind Themen- und Customer-Journey-Analysen aus denen sich die Zielgruppen-, -Content- und einzelne Kanalstrategien ableiten.

Schwerpunkte im B2B-Umfeld: CEO-Positionierung und Employer Branding. Erstellung von Social-Media-Guidelines und -Governance-Dokumenten, Betriebsratsvorlagen, Stakeholder-Präsentationen und Schulungen.

Social CRM

Februar **2012** – Januar **2014**

/ Managing Consultant / Automotive

Strategische Beratung und Betreuung der Facebook, Twitter und Google+ Brand-Kanäle für BMW Deutschland an der Schnittstelle zwischen Vertrieb und Marketing.

Aral

Februar **2012** – Januar **2014**

/ Managing Consultant / Oil and gas

Entwicklung der Social Media-Strategie und Ableitung von Maßnahmen für Kampagnen: Kreativ-Konzepte, Social Ad-Kampagnen, Social Media Monitoring

The Linde Group

Februar **2012** – Januar **2014**

/ Senior Consultant / Industry

Entwicklung der konzernweiten Social Media-Strategie und -Governance für Linde mit weltweiten Trainings der Mitarbeiter, Konzeption und Umsetzung der Social Media Brand-Kanäle Facebook, Twitter, YouTube, Aufsetzen und Betreuung des Social Media Monitorings.

Konzeption von Marketing- und Personal-Kampagnen.

Fraunhofer

Oktober **2008** – Januar **2012**

/ Social Media Manager / Research

Einführung der Social Media Strategie und Guidelines für die Fraunhofer-Gesellschaft (erster Social Media Auftritt einer Forschungsorganisation). Durchführung einer Vortragsreihe und Fortbildungen zum Thema „Die Chancen von Social Media für die Wissenschaftskommunikation“ an Instituten. Social Media Manager für die Pressekanäle.

Referenzen

Strategic Design, Digitale Transformation, Digitale Geschäftsmodelle, Change Management, Content-Strategie, Social Media

Strategic Gears
Jacob Rohre
WashTec
Wackler Service Group
Metro Logistics
Autoliv
Volkswagen AG
BSH
MAN
Fraunhofer
Rhode & Schwarz
bbw
National Geographic
Voith

Osram Continental
Deutsche Bank
AIDA
Osram
Roche
TUI Cruises
BRITA
Deutsche Bahn
Philips
ThyssenKrupp
KlinikClowns
Bosch
OMV
EnBW

Mikron
Evonik
AON
ADAC
Barmenia
Würth
Provinzial
BBE
HTC
ARAL
BMW
Knorr-Bremse
The Linde Group