

14 | Agenda Setting erfolgreich umsetzen: Strategisches Themen- und Issues Management

Seminar

5. Juni 2012 | Düsseldorf - Courtyard by Marriott Seestern | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.

PR

16. November 2012 | Köln - Mercure Köln City | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.

Teilnehmerzahl: 6 – 12



Norbert L. Esser (→ S. 6)



Norbert L. Esser im Seminar 2009.

Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen und Verbänden sehen sich täglich mit einer Vielzahl von Themen konfrontiert. Doch was ist davon als relevant einzustufen, was kann sowohl positiv wie negativ maßgeblichen Einfluss auf die eigene Organisation, den Marken- und Unternehmenswert haben? Wie werden externe Themen zu Issues für das Unternehmen? Wie lassen sie sich frühzeitig identifizieren, sich Chancen und Risiken erkennen, und mit welchen Steuerungsmechanismen kommt man zu Szenarien und Handlungsoptionen? Gleichzeitig stehen Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen vor der permanenten Aufgabe, das Unternehmen oder den Verband bekannter zu machen und das Image zu verbessern. Doch wie findet man „eigene“ Themen, wie werden sie strukturiert, medial aufbereitet und platziert? Wie erreicht man es, die Wahrnehmungsschwelle zu über-

schreiten, das knappe Gut „Aufmerksamkeit“ und „Gehör“ in der Öffentlichkeit zu erreichen und im Idealfall sogar die „Meinungsführerschaft“ zu erzielen? Während es oft schwierig ist, aus eigener Kraft ein neues Thema zu initiieren, gelingt es mit entsprechendem Themenmonitoring, latente oder aktuelle mediale Themen aufzugreifen, sie für die eigenen Kommunikationsziele zu gestalten und zu nutzen.

Inhalte

Änderungen vorbehalten!

9:00 – 17:00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

Einführung: Macht der Medien? Was Medien machen

- Wie Medien arbeiten
- Wie Journalisten Themen suchen und finden
- Wie Nachrichten über Unternehmen die öffentliche Meinung beeinflussen

Agenda Setting im Kommunikationsmanagement

- Einbindung und Anbindung
- Das Herausarbeiten von Reputationsstärken und -schwächen

Themenmanagement

- Wie „externe“ Themen identifiziert werden
- Themenmonitoring

Vom Themenmanagement zum Issues-Management

- Die Entwicklung eines strategischen Themenplans
- Vor- und Aufbereitung von Themen

Wie überschreitet man die Wahrnehmungsschwelle

- Die richtige Platzierung
- Storytelling
- Betroffenheit schaffen
- Nutzen sensibilisieren
- Steter Tropfen höhlt den Stein

Die Orchestrierung des Agenda Settings

- Medienspezifische Anforderungen
- Agenda Setting und Internet

Agenda Surfing – Die Nutzung ungeplanter Ereignisse. Vom Agenda Setting zum Agenda Alignment

- Wie Unternehmen im Fokus bleiben

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation, in PR-Agenturen, Marketing- und Presseabteilungen.



Teilnehmerstimme:

„Das Seminar sensibilisiert für die Agenda- und wie wenig ich sie beherrschen kann, aber wie ich eigene Themen damit geschickt verknüpfen kann.“

Ann-Kristin Koch, Swisscom IT Services