

Akzeptanzkommunikation: Mit Dialog und Beteiligung zum Erfolg

Dozentin: Ulla Herlt

Unternehmen und Organisationen sind politische Akteure – ob sie wollen oder nicht. Hohe Regulierungsdichte, allgemeinwohlrelevante Produkte und Dienstleistungen, große Kapitalintensität, hoher Flächen- oder Ressourcenverbrauch sowie lange Planungsphasen wecken das Interesse der Zivilgesellschaft an den Aktivitäten von Organisationen, führen zu ständiger Beobachtung und fördern die Erwartung nach Transparenz und Mitgestaltung bei unterschiedlichen Anspruchsgruppen. Längst geht es den Anspruchsgruppen nicht mehr nur um die Durchsetzung eng definierter sozialer oder wirtschaftlicher Interessen. Postmaterialistische Werte – vom Weltklima über lokale Flora und Fauna bis zu religiösen oder ästhetischen Überzeugungen – wirken zunehmend handlungsleitend. Die Frage nach dem „Purpose“ rückt in den Vordergrund. Bürgerbeteiligung und Partizipation der Öffentlichkeit werden zunehmend erfolgskritisch, um die Aktivitäten einer Organisation in Einklang mit den gesellschaftlichen Erwartungen und Wertvorstellungen zu bringen und somit die „Licence to Operate“ zu erhalten.

Wer verbirgt sich hinter „der Öffentlichkeit“? Wer sind die Anspruchsgruppen, woran lässt sich ihr Anspruch festmachen? Welche Informationen und Rahmenbedingungen müssen gegeben sein, damit Beteiligung funktioniert und in einer werteppluralen Gesellschaft Zustimmung entstehen kann? Wann ist der ideale Zeitpunkt für Bürgerbeteiligung? Was sind gängige Methoden der Beteiligung? Wie kann Mehrwert für alle Parteien entstehen? Wie kann man Vorurteilen begegnen und sich auf unterschiedliche Persönlichkeitstypen und auf Emotionen einstellen? Wie ist mit den Ergebnissen von Beteiligungsverfahren umzugehen?

Das Seminar erörtert Antworten auf die oben genannten Fragen. Es vermittelt Ihnen Grundlagen, konzeptionelle Vorgehensweisen und bewährte Instrumente für überzeugende Akzeptanzkommunikation in erfolgskritischen Situationen.

Inhalte

- „Purpose“, Zeitgeist und die Rolle der Organisation in der Gesellschaft
- „Licence to Operate“
- Akzeptanzkommunikation als Handlungsfeld strategischer Unternehmensführung
- Stakeholder- und Issues Analyse
- Instrumente der Akzeptanzkommunikation
- Bürgerdialoge und Bürgerbeteiligung
- Entwicklung von Botschaften
- Umgang mit schwierigen Situationen und Emotionen
- Fallbeispiele

Pharus Corporate Affairs GmbH
An den Eldenaer Höfen 31
10247 Berlin

salve@pharus.co
www.pharus.co

Commerzbank AG
IBAN DE17 1204 0000 0073 1919 00
BIC COBADEFFXXX

Amtsgericht Berlin-Charlottenburg
HRB 193502 B
USt-IdNr. DE316155028
StNr. 37/470/50338

Geschäftsführer
Hardy Herlt, Ulla Herlt

Zielgruppe

Verantwortliche für Corporate & Public Affairs, Unternehmenskommunikation oder Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen und Organisationen, Verantwortliche für Stakeholder Engagement, Politische Referent*innen, Kommunikationsberater*innen

Methode

Theoretische Wissensvermittlung in Verbindung mit der interaktiven Erarbeitung der Inhalte im Team. Erfahrungsaustausch, Diskussion, Analyse und praktische Übungen anhand von eigenen Beispielen und Best Cases

Lernziel

Sie werden mit den theoretischen Hintergründen der Akzeptanzkommunikation vertraut gemacht und lernen gängige sowie neue Instrumente im Bereich Issues Management und Stakeholder Engagement sowie verschiedene Beteiligungsformate kennen. Ein Exkurs über unterschiedliche Persönlichkeitstypen und den jeweils angemessenen Umgang mit ihnen sowie Praxistipps zum angebrachten Verhalten, wenn Emotionen im Spiel sind, runden das Programm ab. Das vermittelte Wissen ermöglicht es Ihnen, erfolgreiche Kommunikationsstrategien sowie passgenaue Informations- und Dialogmaßnahmen zu entwickeln und in der Praxis anzuwenden.

Organisatorisches

Das Seminar ist als zweitägige Veranstaltung konzipiert. Es kann sowohl in Inhalt als auch Länge an Ihre individuellen Erwartungen angepasst werden.

Dozentin

Ulla Herlt berät Organisationen an der Schnittstelle von Corporate Communications und Public Affairs bei kritischen, öffentlich kontrovers diskutierten Themen zum zielführenden Dialog mit allen Anspruchsgruppen. Sie unterstützt ihre Mandanten bei der Strategie- und Botschaftenentwicklung und beim Aufbau von Kommunikationsstrukturen.

Als zertifizierter Business Coach (dvct) bereitet sie Menschen, die für ein Unternehmen öffentlich sprechen und im direkten Kontakt mit den unterschiedlichen Anspruchsgruppen stehen, umfassend auf diese Aufgabe vor.

Ulla Herlt ist Geschäftsführende Gesellschafterin der Pharus Corporate Affairs GmbH und hat davor viele Jahre als Director Corporate & Public Affairs bei Hill+Knowlton Strategies gearbeitet.

Kontakt

ulla.herlt@pharus.co
0151 / 67 22 63 97