

Politisches Kommunikationsmanagement in der Region

Dozentin: Ulla Herlt

Quer durch alle Branchen durchdringen politische Entscheidungen zunehmend die Handlungsspielräume von Unternehmen und Organisationen. Gleichzeitig beteiligen sich immer mehr Akteure an gesellschaftlichen Debatten. Politische und regulatorische Entscheidungen werden nicht in einem Meinungsvakuum getroffen, sondern mehr denn je von der öffentlichen und veröffentlichten Meinung beeinflusst.

— Erfolgversprechende politische Kommunikation bezieht daher alle relevanten Stakeholder und „Meinungseliten“ mit ein. Nur auf Basis eines fundierten ganzheitlichen Blicks lässt sich eine auf die verschiedenen Anspruchsgruppen abgestimmte Kommunikationsstrategie entwickeln und mit Erfolg umsetzen. Dabei spielen Regionalisierung und Lokalisierung eine entscheidende Rolle. Informelle und formelle Stakeholder in Verwaltung, Gremien und Parteien, in Vereinen und Bürgerinitiativen sowie in Medienhäusern richten unterschiedliche – teils unausgesprochene – Erwartungen an ein Projekt, ein Unternehmen oder eine Organisation. Zusammen mit den besonderen Wertvorstellungen und Sprachgewohnheiten einer Region entsteht ein komplexes Geflecht, das man durchdringen und verstehen muss. Gleiches gilt für die Kommunikationswege, die mit dem Anstieg digitaler Austauschforen innerhalb der Zivilgesellschaft immer vielfältiger werden.

Unternehmen und Organisationen werden langfristig nur dann erfolgreich sein (bzw. bleiben) können, wenn sie über ein klares Verständnis ihrer gesellschaftlichen Rolle und ihres Beitrags zu einer Region verfügen und ihre Kommunikation diesen „Purpose“ reflektiert und verstärkt.

Inhalte

- Region: Definition, Besonderheiten & Facetten
- Regionale und kommunale Entscheidungsprozesse
- Entscheider, Beeinflusser und Anspruchsgruppen in der Region
- Erwartungen der Anspruchsgruppen an Unternehmen und Organisationen
- Herausforderung und Chance durch Digitalisierung
- Strategien für politisches Kommunikationsmanagement in der Region
- Issues Management in der Region
- Instrumente der regionalen Kommunikation, von Public Affairs und Lobbying
- Formen der Beteiligung und Bürgerdialoge
- Corporate Responsibility & Corporate Citizenship
- 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 oder Unternehmenskommunikation 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 des regionalen Kommunikationsmanagements vertraut gemacht und lernen gängige sowie neue Instrumente im Bereich Stakeholder und Issues Management auf regionaler Ebene kennen. Das vermittelte Wissen ermöglicht es Ihnen, erfolgreiche regionale Kommunikationskampagnen zu entwickeln.

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