

Sie nehmen die Öffentlichkeit ernst.



Sie gehen auf die Öffentlichkeit zu.



Wir zeigen Wege auf.

**Research. Konzepte. Service
für Kommunikatoren**

Unser Angebot

Research. Konzepte. Service für Kommunikatoren

Das **büro für publizistik** (bfp) arbeitet seit 1995 in der Kommunikationsberatung und Medienanalyse, u.a. für

den Deutschen Ring, Hamburg
Greenpeace e.V., Hamburg
Greenpeace International, Amsterdam
die IG Bauen Agrar Umwelt (IG BAU), Frankfurt/Main
den Naturschutzbund Deutschland (NABU), Bonn
den Pro Familia Bundesverband, Frankfurt/Main
die Umweltstiftung WWF Deutschland, Frankfurt/Main

Näheres zu unserem Angebot

entnehmen Sie bitte unseren Informationsblättern:

Medienanalyse
mit System

- **Medienresonanz-Analysen**
- **Umfeld-Analysen**
- **Chancen-Profile**

Konzepte und
Beratung

- **Positionierungs-Konzepte**
- **Kampagnen-Strategien**
- **PR-Service**
- **Kommunikations-Beratung**

Unsere Auftraggeber nutzen die Kompetenz des **bfp**, um ihre Öffentlichkeitsarbeit gezielt zu verstärken.

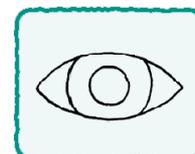
Das **bfp** erarbeitet Lösungen für Organisationen, die der Öffentlichkeit etwas zu sagen haben. Zu jeder profilstarken Organisation gehört eine ausgeprägte Kommunikations-Identität. Wir geben unseren Input, damit Sie Ihre Stärken optimal zur Geltung bringen.

Wir beantworten gern Ihre Fragen. Vereinbaren Sie mit uns einen Gesprächstermin!

Ihre Ansprechpartner im **büro für publizistik** sind Christian Krüger und Matthias Müller-Hennig.

büro für publizistik

Margaretenstr. 43
20357 Hamburg
Tel. 040/317900-25
Fax 040/317900-26
E-Mail bfp@bfphh.de
www.bfphh.de



Die Präsenz-Analyse

Die Präsenz-Analyse des **bfp** verschafft Ihnen einen genauen Überblick über die Medienresonanz für alle Themen- und Arbeitsbereiche Ihrer Organisation. Sie ist die **Basis des Medien-Monitoring** und eignet sich vor allem für die kontinuierliche Auswertung der Resonanz in Presse und Fernsehen. Unsere Resonanz-Reports bringen die Analyseergebnisse für Sie auf den Punkt – im Text sorgfältig interpretiert und gewichtet, in Tabellen und Diagrammen übersichtlich aufbereitet.

Für ein **systematisches Medien-Monitoring** sind Resonanz-Analysen unentbehrlich. Sie liefern eine objektive Bestandsaufnahme der Organisationswirkungen in der Öffentlichkeit, geben präzise Auskunft über die Präsenz und das Image der Organisation in den Massenmedien.

Wer sieht, wie die anderen ihn sehen, kann sich auf die Öffentlichkeit besser einstellen.

Wir stellen drei Grundtypen der Resonanz-Analyse vor:

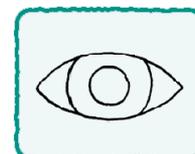
- **Präsenz-Analyse**
- **Medien-Image-Analyse**
- **Input-Output-Analyse**

Neben den Grunddaten zur Präsenz Ihrer Organisation in den Medien (u.a. Anzahl der Artikel und Sendungen, Auflagensummen, TV-Kontakte) erhalten Sie Antwort auf Fragen wie:

Mit welchen Themen, bei welchen Anlässen ist die Organisation im Fokus der Medienberichterstattung? Findet sie in meinungsbildenden Publikationen und relevanten Sendeformaten Resonanz? Ist ihre Präsenz durch Headlines und Bildabdruck verstärkt?

Präsenz-Analysen aus dem **bfp** sind bedarfsgerechte Auswertungen der Medienresonanz – und keine Konfektionsware. Wir schlüsseln Ihre Resonanz auf, statt nur auf die Summenformel zu klicken. Der Vorteil: Sie verfügen über Ergebnisse für alle Arbeitsfelder und Themenbereiche. Sie wissen, *womit* Ihre Organisation Resonanz erzielt hat. Und Sie können Ihre Erkenntnisse strategisch nutzen.

Präsenz-Analysen führen wir für Presse, Fernsehen, Hörfunk und Online-Medien durch. Materialbasis sind in der Regel die Presseclippings, Agenturmeldungen, Hörfunk- und Fernseh-hinweise, die von spezialisierten Beobachtungsdiensten geliefert werden.



Die Medien-Image-Analyse

Medienberichte sind die wichtigste Einflussgröße für das Public Image. Die Medien-Image-Analyse zeigt, welches Bild der Organisation die Medien zeichnen. Anhand der Ergebnisse können Sie überprüfen, ob das Public Image mit den Zielen Ihrer Organisation übereinstimmt. Und Sie können strategische Korrekturen vornehmen.

Sie können nach Ihrem Bedarf aus unserem Angebot wählen:

Der **Image-Check** klärt in einem qualitativen Analyseverfahren mit relativ geringem Aufwand, was die Organisation aus der Sicht der Medien auszeichnet.

Die **Medien-Image-Studie** liefert umfassende Erkenntnisse zum Standort der Organisation auf dem Wahrnehmungsmarkt – bei Bedarf auch im Vergleich zum Medien-Image anderer Organisationen.

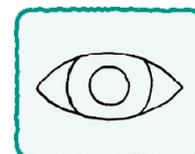
Die **integrierte Image-Studie** schafft die Grundlage dafür, dass im weiteren bereits aus Medienanalysen erschlossen werden kann, was in den Zielgruppen ankommt – ohne dass wiederholte Image-Befragungen nötig sind.

Das **bfph** hat eine Methode der Image-Analyse entwickelt, die auf medienpräzente Organisationen zugeschnitten ist. Wir erheben ein Image-Profil Ihrer Organisation. Es umfasst u.a. die ihr zugeschriebenen Eigenschaften und Kompetenzen, Bewertungen der Organisation insgesamt wie auch einzelner Arbeitsfelder sowie die Erwartungen an ihre künftige Rolle.

Die Medien-Image-Analyse bieten wir in drei Varianten an:

- Der **Image-Check** deckt Grundzüge des Medien-Image Ihrer Organisation auf. Er ist mit einer qualitativen Vorstudie in der Meinungsforschung vergleichbar. Wir werten unter den für Sie zentralen Fragestellungen meinungsbildende Medien aus.
- Die **Medien-Image-Studie** erfasst alle image-relevanten Merkmale Ihrer Organisation in der Berichterstattung und mündet in ein Stärken-Schwächen-Profil. Sie kann zur Planung und zur Evaluierung der strategischen Image-Kommunikation eingesetzt werden.
- Die **integrierte Image-Studie** vereinigt Instrumente der Medienanalyse und Meinungsforschung. Sie stellt den Einfluss von Medienberichten auf die Imagebildung in Ihren Zielgruppen dar.

Als Materialbasis für die Medien-Image-Analyse verwenden wir Presseartikel, ggf. auch TV-Mitschnitte und Online-Medien.



Die Input-Output-Analyse

Die Input-Output-Analyse des **bfp** untersucht, auf welchen Wegen und mit welchen Mitteln Ihre Organisation öffentliche Wirkung erzielt. Ihr Nutzen besteht vor allem darin, dass sie **Muster erfolgreicher Kommunikation** sichtbar macht.

Wir unterscheiden drei Varianten der Input-Output-Analyse:

Die **Input-Output-Analyse** ist ein Instrument der **Wirkungskontrolle**. Sie dient der Evaluation der Presse- oder Kampagnenarbeit. Die Input-Output-Analyse stellt die eingesetzten Mittel der erzielten Resonanz gegenüber. Sie kann als Leistungsbilanz der PR genutzt werden – und als konstruktiver, vorwärtsweisender Beitrag zur Organisationskommunikation.

- Die **Erfolgskontrolle** überprüft die Umsetzung einzelner Maßnahmen der Pressearbeit in Resonanz: Sind die Kommunikationsziele erreicht worden? In welchem Umfang sind die Kernbotschaften durchgedrungen?
- Die **Nachrichtenfluss-Analyse** verfolgt den Weg von Presseinitiativen in die Medien, insbesondere durch den Filter der Agenturen und der redaktionellen Bearbeitung. Sie gibt differenzierte Befunde zu den Verarbeitungsmechanismen der Medien, auf die sich die Organisation einstellen muss.
- Die **Vergleichende Evaluation** ermittelt die Relation von Aufwand und Wirkung für verschiedene Inhalte bzw. Methoden der Öffentlichkeitsarbeit. Im Ergebnis werden sowohl spezifische Anforderungen an die Kommunikation als auch Lösungen in Form von best practice-Modellen deutlich.

Das **bfp** hat seine Verfahren der Input-Output-Analyse unter dem Leitgedanken entwickelt, dass die Befunde für **Lernprozesse** genutzt werden können. Dazu führen wir auch Workshops durch. Die Input-Output-Analyse ist darauf angelegt, Gestaltungskapazität und Effizienz der Öffentlichkeitsarbeit zu steigern.

Die Erfolgsfaktoren nutzen: Umfeld-Analysen



Aus Umfeld-Analysen ergibt sich das Koordinatensystem für erfolgreiche Kommunikation. Sie versetzen die Organisation in die Lage, günstige Rahmenbedingungen zu erkennen und zu nutzen. **Wer sein Umfeld im Blick hat, kann punktgenau und zielgruppengerecht kommunizieren** – zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle.

Umfeld-Analysen aus dem **bfp** sind Bestandteil einer aktiven Öffentlichkeitsarbeit. Sie werden z.B. für die Entwicklung von Kampagnenszenarien oder die strategische Planung der Pressearbeit benötigt. Umfeld-Analysen geben Aufschluss über Wahrnehmungsgewohnheiten Ihrer Adressaten, über potenzielle Bündnispartner und Kontrahenten oder über zu erwartende Medienreaktionen. Kommunikationswirkungen sollten nicht dem Zufall überlassen bleiben.

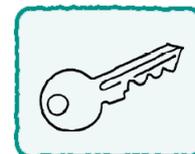
Das **bfp** setzt Medienrecherche, Meinungsforschung, Politik- und Wettbewerbsbeobachtung ein, damit Sie sich einstellen können auf

- Trends und soziale Entwicklungen,
- Themenpräferenzen in den Medien,
- die Pressearbeit anderer Organisationen,
- öffentliche Kontroversen und Debatten,
- andere Akteure, Mitspieler wie Gegenspieler,
- Interessen, Einstellungen und Erwartungen von Zielgruppen und Teilöffentlichkeiten.

Der Nutzen der Umfeld-Analyse: Sie setzen Ihre Kräfte gezielt ein und erreichen einen höheren Output. Sie sind noch besser in der Lage, Ihre Schnittstellenfunktion zwischen Organisation und Öffentlichkeit wahrzunehmen.

Zusätzlich bieten wir einen **Aktuellen Dienst** an, der sofort verwertbare Hinweise auf Ereignisse und Medienberichte in Ihrem Umfeld liefert. Sie können den Aktuellen Dienst z.B. kampagnenbegleitend oder auch kontinuierlich zur Unterstützung der Pressearbeit einsetzen.

Fundiert entscheiden und planen: Chancen-Profile



Chancen-Profile optimieren den Beitrag der Kommunikation zum Organisationserfolg. Sie stärken die Gestaltungsfähigkeit und Kreativität, sei es in der Projekt- und Kampagnenkommunikation, in der alltäglichen Pressearbeit oder in der strategischen Positionierung.

Wer seine Chancen und Optionen kennt, kann fundiert entscheiden, realistisch planen und erfolgreich umsetzen.

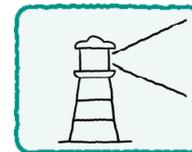
Das Chancen-Profil des **bfp** ermittelt, welche Möglichkeiten Ihrer Organisation offenstehen, um öffentliche Wirkung zu erzielen und ihre Ziele zu erreichen. Dazu werten wir Befunde aus Image- und Umfeld-Analysen aus und setzen sie in Beziehung zu Zielen und Ressourcen der Organisation:

- Die Ausgangsposition ist wesentlich bestimmt vom Image der Organisation – den ihr zugeschriebenen Kompetenzen, ihrer sozialen Rolle, den an sie gerichteten Erwartungen.
- Von außen eröffnen Umfeldbedingungen den Handlungsspielraum der Organisation – seien es Wahrnehmungstrends, Themenkonjunkturen in den Medien, das Auftreten anderer Akteure.
- Von innen sind die Ressourcen der Organisation – wie thematische und strategische Kompetenz – ausschlaggebend für das, was möglich ist.
- Richtunggebend für jede Aktivität sind der Zweck und die Identität der Organisation, maßgebend die konkreten Zielvorgaben, an denen sich auch die Chancenbewertung orientiert.

In einer **Potenzial-Analyse** stellen wir bei Bedarf ein Gesamtbild der Kommunikationspraxis Ihrer Organisation und der Beziehungen zu allen relevanten Ziel- und Anspruchsgruppen her. So können Sie kommunikative Ressourcen der Organisation erschließen, ausbauen und verstärkt nutzen.

Chancen-Profile des **bfp** helfen systematisch, den Blick für das Mögliche zu erweitern, eine gesicherte Chancenbeurteilung vorzunehmen und Prioritäten zu setzen. Dabei beziehen wir, wo immer es möglich ist, Vorarbeiten Ihrer Organisation und die Erfahrung Ihrer Mitarbeiter ein.

Profil zeigen: Positionierungs-Konzepte



Das **bfP** erarbeitet **Konzepte für eine nachhaltige Positionierung**, die die Stärken Ihrer Organisation zur Geltung bringt.

In Sachen Organisations-Positionierung ist es mit "Image-Kampagnen" nicht getan. Denn jeder öffentliche Auftritt repräsentiert die Organisation – er sollte so gestaltet werden, dass er sie gut repräsentiert. Deshalb legt das **bfP** Konzepte so an, dass sie in allen Kommunikationsbereichen genutzt werden können und Positionierung als Alltagsaufgabe gestalten. Dazu bedarf es

Organisationen, die sich auf dem Wahrnehmungsmarkt durchsetzen wollen, müssen Profil nicht nur haben – sie müssen es auch zeigen. Dabei kommt es nicht auf Showeffekte an, im Gegenteil. Glaubwürdig ist, wer kommuniziert, wofür er in der Praxis einsteht.

- einer Bestandsaufnahme zum Public Image der Organisation, um die Ausgangslage zu bestimmen,
- einer Untersuchung des Umfeldes, um die Erfolgsbedingungen zu klären,
- der Formulierung von Positionierungszielen, in denen sich die Organisation adäquat repräsentiert sieht.

Damit sind Voraussetzungen einer Konzeption geschaffen, die auf den Punkt ihre Aufgabe erfüllt. Wenn z.B. eine Organisation ihre Bekanntheit steigern will, dann wird sie zuvor feststellen lassen, in welchem Umfang und wofür sie bereits bekannt ist. Sie wird u.a. einschätzen wollen, wie sie ihre Zielgruppen erreichen und ihr Profil unverwechselbar zeigen kann. Und sie wird schließlich festlegen, womit ihr Name nachhaltig verbunden werden soll.

Wir entwerfen die Grundlinien einer erfolgreichen Positionierungsarbeit, stimmen sie mit Ihnen ab und legen Sie Ihnen zur Entscheidung vor. Daran anschließend erarbeiten wir mit Ihnen einen Maßnahmenkatalog. Bei Bedarf beteiligen wir uns an der Durchführung von Positionierungsprojekten.

Die Botschaft soll durchkommen: Kampagnen-Strategien



Kampagnen erfordern in besonderem Maße **Kräftekonzentration** und **Zielstrebigkeit**. Ihr Erfolg hängt entscheidend von der Qualität der Vorbereitung und Planung ab. Bei jedem Schritt, den die Organisation auf dem Wege zum Ziel der Kampagne unternimmt, muss sie das Terrain kennen, die geeigneten Mittel zur Hand haben und sie gut abgestimmt einsetzen. Die Strategie ist deshalb das Herzstück der Kampagne.

Die **Entwicklung von Kampagnenstrategien** zählt zu den Arbeitsschwerpunkten des **bfp**. Dabei leistet unsere Analyseabteilung wertvolle Hilfe: Sie klärt vorab die Umfeldbedingungen – Sie wissen, in welchem Kräftefeld Sie agieren werden, mit welchen Argumenten Sie Gehör finden. Wir schaffen damit die Voraussetzung für eine realistische Planung und einen wirkungsvollen Medieneinsatz. Auf dieser Basis erarbeiten wir nach Ihren Zielvorgaben die strategischen Grundlinien und die wichtigsten Werkzeuge der Kampagne. Wir

- entwerfen Szenarien,
- qualifizieren Ihre Mitarbeiter,
- begleiten Kampagnen mit Recherche und Beratung,
- produzieren Medien und gestalten Events,
- evaluieren parallel,
- schlagen nötigenfalls Kurskorrekturen vor.

Erfolgreiche Kampagnen zeichnen sich durch eine gut abgestimmte Mediennutzung und den Einsatz interaktiver Elemente aus, u.a. via Internet. Wir berücksichtigen das bereits in der Planungsphase, damit Sie sich nach dem Start der Kampagne auf die Tagesanforderungen konzentrieren können. Bei Bedarf unterstützen wir Sie auch in der praktischen Durchführung von Kampagnen.

Das **bfp** bietet Komplettlösungen für eine Kampagnenarbeit, die viel erreichen will. Kurzatmige Werbekampagnen, in denen sich der Auftraggeber zwar gut ins Bild gesetzt sieht, die aber an der Öffentlichkeit vorbei gehen, sind Blendwerk. Das **bfp** setzt seine Erfahrung für Kampagnen ein, die bei den Zielgruppen ankommen und die öffentliche Meinung auf ihre Seite bringen.

Den öffentlichen Auftritt stärken: PR-Service aus dem bfp



Das **bfp** bietet einen **inhaltsorientierten PR-Service**. Wir bauen auf die Kompetenz und die Leistungsfähigkeit Ihrer Organisation. Das Material für Publikationen liefern Sie selbst, wir übernehmen die Ausführung.

Unser PR-Service erarbeitet Konzeption, Text und grafische Gestaltung von Print- und Online-Medien. Das Angebotsspektrum umfasst

Glaubwürdige PR
kommuniziert Tat-Sachen: die Praxis der Organisation, ihre Leistungen und Handlungen, ihre Projekte und Produkte. Eine PR der Praxis begünstigt die öffentliche Wahrnehmung von Kompetenz, Zuverlässigkeit, Gestaltungsfähigkeit – Eigenschaften, auf denen ein nachhaltig positives Image beruht. Wer eine Botschaft hat, braucht keinen Schaum zu schlagen.

- Presseerklärungen,
- Factsheets, z.B. als Hintergrundmaterial für Journalisten,
- Slogans und Standardformeln, z.B. für Kampagnen,
- Broschüren und Jahresberichte,
- Studien und Dossiers,
- Tagungs-Materialien, vom Programm bis zum Dokumentationsband,
- Bücher zu Themen der Organisation und zur Organisationsgeschichte,
- Web-Inhalte, von kompletten Websites bis zur Themenpräsentation in Einzelelementen,
- Textbausteine, z.B. für Standardbriefe in der Anfragenbeantwortung,
- Ghostwriting, z.B. für Vorträge, Reden, Beiträge in Printmedien.

Sie können den PR-Service des **bfp** variabel nutzen, für die komplette Projektabwicklung ebenso wie für Teilarbeiten, z.B. die Redaktion von Texten aus Ihrem Haus.



Kommunikationsberatung aus dem **bfp** ist auf nachhaltigen Nutzen ausgerichtet. Deshalb stehen **Praxismodelle** im Vordergrund, mit denen die Organisation selbstständig weiterarbeiten kann. Wenn z.B. der Informationsservice für Mitglieder oder Interessenten verbessert werden soll, arbeiten wir ein Anforderungsprofil und einen Leitfaden aus. Wir liefern bei Bedarf Mustertexte, führen Mitarbeiter-schulungen durch und stellen Evaluierungsinstrumente bereit.

Das **bfp** setzt seine Kompetenz in Analyse und Konzeption für eine anwendungsbezogene Beratung ein. Wir verbinden Ihre und unsere best practice-Erfahrungen, um Lösungen zu finden, die zu Ihrer Organisation am besten passen. Rezepte, die überall gleich gut funktionieren, gibt es nicht. Deshalb organisieren wir die Beratung als wechselseitigen Lernprozess, in dem wir uns auf die konkreten Anforderungen einstellen.

Beratung verstärkt die eigenen Kräfte. Sie übernimmt eine fest umrissene Aufgabe: mit etwas mehr Abstand, als er den direkt Beteiligten möglich ist, Lösungen zu finden. Sie gibt Impulse, erweitert die Gestaltungskapazitäten und verbessert das Kommunikationsmanagement.

Unser Beratungskonzept hat sich aus der Arbeit für profilierte Organisationen entwickelt. Mainstream-Kommunikation verwischt das Profil und entwertet das Engagement. Beratung aus dem **bfp** stärkt die botschafts- und inhaltszentrierte Kommunikation und erhöht ihre Wirkung.

Ergänzend zu unseren Praxismodellen bieten wir Beratungsmodule zur individuellen Unterstützung von Kommunikatoren und zur Qualifizierung von Mitarbeitern an:

- Coaching und persönliche Beratung von Entscheidern,
- Moderation von Teams in Kommunikationsprojekten,
- Fortbildung und Schulung von Mitarbeitern, u.a. zur Implementierung neuer Kommunikationskonzepte.