



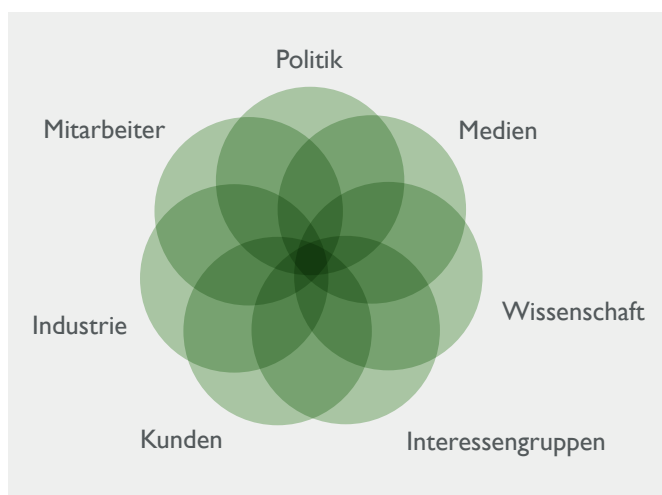
Teilhaben und Gestalten

Im Dialog mit Politik und Gesellschaft

Gute Politik braucht den Dialog von vielen mit vielen

Unser gesellschaftliches Miteinander basiert auf dem Ausgleich von Interessen. Nur wenn fortwährend Ideen, Meinungen und Forderungen auf dem öffentlichen Marktplatz im Wettstreit liegen, kann gute Politik entstehen. Dafür braucht es unterschiedliche Sichtweisen. Dafür braucht es einen Dialog von vielen mit vielen.

Ob als Arbeitgeber, Produzent, Investor, Dienstleister oder Nachbar: Unternehmen und Organisationen sind zentral für das gesellschaftliche Miteinander. Sie prägen eine Gesellschaft, ermöglichen Wohlstand und Ausbildung. Entsprechend stark sind sie von sich wandelnden Rahmenbedingungen betroffen. Politische Entscheidungen und gesellschaftliche Diskussionen wirken sich unmittelbar auf ihre weitere Entwicklung aus. Dies zu antizipieren und darauf zu antworten, gehört zu einem verantwortungsvollen Unternehmertum dazu.



Politischer Dialog setzt Kompromissbereitschaft voraus

Entscheidend dafür, ob eine Organisation sich erfolgreich in den politischen Dialog einbringen kann, ist ihre Fähigkeit, sich mit den Interessen und Ansprüchen Dritter auseinanderzusetzen. Wer sich hierbei allein auf die Politik konzentriert, landet schnell in der Sackgasse. Die eigenen Mitarbeiter, Kunden, Partner, aber auch Medien, Wissenschaft und NGOs sind sensible Seismografen, die im politischen Kommunikationsprozess berücksichtigt werden müssen. Ihre Ideen müssen aufgegriffen und eingebunden werden. Denn klar ist: Politischer Dialog setzt Kompromissbereitschaft voraus. Es gibt keine 100%-Lösungen. Kompromisse sind keine Schwäche, sondern das Ziel des Dialogs.

Die Lobby genügt nicht. Es braucht den öffentlichen Raum.

Wir sind fest davon überzeugt, dass die wirklich relevanten Dialoge zugleich transparente Dialoge sind. Als politische Berater sitzen wir nicht in der Lobby, sondern suchen das Gespräch offen und authentisch. Wir verstehen die politische Logik ebenso wie Themen und bringen sie auf den Punkt.

Als Berater arbeiten wir nach den folgenden Kodizes:

- Code d'Athènes
- Verhaltenskodex der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (degepol)
- Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR)



Erfolg ist eine Frage des Dialogs, der Inhalte und des Timings

Analyse:

Jedes Thema hat seine Zeit

Es gibt verschiedene Phasen und Ansatzpunkte, um in den politischen Dialog einzutreten. Sei es eigeninitiativ, als Hinweis auf ein Problem oder im Rahmen der allgemeinen politischen Lösungssuche. Voraussetzung dafür ist, politische und gesellschaftliche Trends kontinuierlich zu beobachten und zu analysieren, um sie dann vor dem eigenen Hintergrund zu bewerten.

navos unterstützt Kunden dabei mit einem umfassenden Instrumentenspektrum, das vom Stakeholder-Mapping über Trend- und Themenmonitorings bis hin zu Medienanalysen und Umfragen reicht.

Agenda:

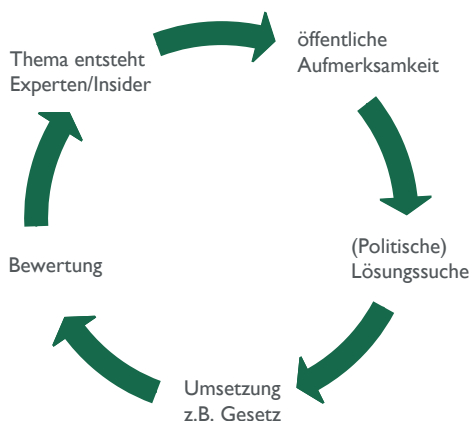
Dialog planen und orchestrieren

Ist ein Thema als relevant erkannt, beginnt die Planung des politischen Dialogs. Egal ob ein Thema bereits im Fokus der öffentlichen Wahrnehmung ist oder die Relevanz zunächst nur organisationsintern erkannt wurde, es gilt die alte Weisheit: Es ist nicht genug zu wissen, man muss es auch anwenden. Zu Gestaltung des politischen Dialogs gehört deshalb für uns immer sowohl das Ausarbeiten unterschiedlicher Szenarien und Entscheidungsprozesse als auch die Strategie- und Botschaftenentwicklung. Darauf abgestimmt orchestrieren wir die Maßnahmen.

Aktion:

Informieren, involvieren & mobilisieren

Ein einzelnes Instrument im öffentlichen Raum verklingt leicht ungehört. Entscheidend ist das gezielte Zusammenspiel der Instrumente. Online wie offline. Dabei unterstützt navos – Public Dialogue Consultants. Wir informieren, involvieren und mobilisieren. Zu unserem Repertoire gehören das Verfassen von Argumentations- und Positionspapieren, Vorträgen und Publikationen. Wir initiieren und begleiten Dialogformate und Veranstaltungen im politischen Umfeld, organisieren den Netzerkaufbau und entwickeln Allianzen. Ebenso unterstützen wir unsere Kunden durch gezielte Medienarbeit.



Beobachten & Zuhören

- Aktive Themensuche
- Medienmonitor
- Stakeholdermonitor
- Institutionenmonitor
- Issuemonitor
- SocialMedia-Monitor

Verstehen

- Stakeholdermappings
- Personen- / Themendossiers
- Pressespiegel
- Executive Summaries mit Handlungsempfehlungen
- Soft Soundings
- Umfragen

Strukturieren

- Kommunikationskonzeption
- Szenarienplanung
- Identifikation von Kernthemen
- Issuesmanagement
- Stakeholdermanagement
- Botschaftenentwicklung
- Maßnahmenorchestrierung

Informieren

- Entwicklung von Argumentations- und Positionspapieren
- Multikanal on- & offline: Von Brief bis zum digitalen Positionspapier
- Gezielte Medienarbeit

Involvieren & Mobilisieren

- Konzeption und Organisation von Dialogformaten im politischen Umfeld
- Gespräche initiieren
- Netzerkaufbau und -pflege
- Allianzen bilden
- Kampagnenentwicklung

Evaluieren

- Imageumfragen
- Resonanzanalysen
- Benchmark-Analysen
- Auswertung nach Leitkennzahlen
- Inhaltsanalysen / Botschaften-tracking

Analyse

Agenda

Aktion

Auswertung

Berlin

Kurfürstenstraße 87
D-10787 Berlin
Fon +49 (0)30 / 467 24 25-0

Düsseldorf

Volmerswerther Straße 41
D-40221 Düsseldorf
Fon +49 (0)211 / 96 08 17-0

Hamburg

Glashüttenstraße 79
D-20357 Hamburg
Fon +49 (0)40 / 696 387 64-0

info@navos.eu
www.navos.eu

 navos auf facebook