

PUBLIC AFFAIRS UND DIGITALISIERUNG

Die Digitalisierung verändert die Bedingungen, unter denen Public Affairs Interessen von Verbänden oder Unternehmen vermittelt. So gibt es zunehmend Debattentreiber, die auf die informellen Spielregeln, sprachlichen Codes und eingeübten Umgangsformen des „politischen Berlins“ wenig Rücksicht nehmen. Durch soziale Medien wird dieser Mechanismus noch verschärft: eine zugespitzte Aussage im Smartphone-Display-Format, garniert mit reichlich Emotion wie Angst, Besorgnis, Empörung oder Wut und schon hat ein Thema beste Chancen auf eine breite Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Entscheidend sind nicht mehr Fachwissen und Expertise, sondern Ton, Timing und Emotionalität. Public Affairs muss sich dieser Mechanismen bewusst sein und lernen, mit ihnen zu arbeiten. Deshalb muss Public Affairs ihren Instrumentenkasten erweitern. Wie findet man in einer zunehmend digitalen Welt Themen, setzt, beobachtet und analysiert diese? Wie können Organisationen ihre Interessen in den Gesetzgebungsprozess einbringen und ihre relevanten Stakeholder erreichen? Dieser Media Workshop behandelt die wichtigsten Instrumente „klassischer“ Public Affairs und geht auf Veränderungen ein, die sich mit der Digitalisierung ergeben.

Themenschwerpunkte

- Public Affairs (PA): Verständnis, Zweck, Ziele, die verschiedenen Akteure
- Gesetzgebungsprozess in Berlin und Brüssel – Zeitachse des politischen Entscheidungsprozesses
- Wen, wann, weshalb, womit und wozu: Interessen im politischen Prozess platzieren
- wann wird aus Public Affairs „Digital“ Public Affairs
- populär, nicht populistisch: Stories – Formate – Bilder – Klarheit
- Social Media in der Public Affairs
- Instrumente und ihre Anwendung
- Planung und Steuerung von Public Affairs Kampagnen

Lernziele

Sie erfahren, wann Sie mit welchen Aktionen Ihre Interessen im politischen Prozess am wirkungsvollsten einbringen. Sie lernen die Entscheidungsprozesse in Berlin (und Brüssel) sowie Instrumente und Maßnahmen kennen, die Sie auf Ihre Bedürfnisse übertragen können. Das Seminar legt dabei gleichermaßen einen Schwerpunkt auf die Instrumente der „klassischen“ wie auf die der Digitalen Public Affairs.

Teilnehmergruppe

- Weiterbildung für Verantwortliche aus Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Public Affairs in Unternehmen und Non-Profit Organisationen, die den Anteil der Public Affairs am Organisationserfolg erhöhen wollen.
- Kurs für Geschäftsführer von Unternehmen, Verbänden und Vereinen, die gezielt mit Interessensvertretern in den Austausch treten wollen.

Referent

Markus Gaier

Markus Gaier (Jahrgang 1962) ist Director Public Affairs und seit April 2007 Standortleiter Berlin der komm.passion GmbH. Seit rund 25 Jahren ist er in der politischen Kommunikation tätig. Nach mehreren Jahren Tätigkeit für NGOs und als Pressesprecher einer Organisation der verfassten Wirtschaft wechselte er vor 15 Jahren auf Agenturseite. Er hat Kampagnen für öffentliche Einrichtungen, darunter Generaldirektionen der Europäischen Kommission, Bundesministerien und Ministerien der Länder entwickelt und realisiert. Darüber hinaus organisiert er für zahlreiche Verbände, Organisationen und Unternehmen Public Affairs Kampagnen und kommuniziert konkrete politische Interessen für seine Kunden in Berlin und Brüssel. Er weiß, wie Stakeholderdialoge funktionieren und Lobbyingmaßnahmen geplant werden müssen, um zum Erfolg zu führen. Markus Gaier studierte in Mainz, Leningrad, Amsterdam und Berlin. Er ist Mitglied der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung degepol e.V..

Public Affairs und Digitalisierung

Uhrzeit: von 09:00 bis 17:00 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: 12.03.2018 in Berlin 690,00 Euro

24.09.2018 in Hamburg 690,00 Euro