

**KLEIN FELD**

**PERCEPTION MANAGEMENT**

**PERCEPTIONS  
DRIVE YOUR  
BUSINESS**

**ANALYSEN**

**STRATEGIE-BERATUNG**

**PUBLIC RELATIONS**

# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### PERCEPTIONS DRIVE YOUR BUSINESS

Fakten allein genügen nicht, um den Erfolg von Unternehmen und Organisationen, Marken und Produkten zu erklären. Fakten reichen nicht aus, um Erfolge zu planen und zu steuern. Wahrnehmungen entscheiden über den Unternehmenserfolg. Sie verleihen unternehmerischen Entscheidungen und ökonomischen Kennziffern Bedeutung und Wert.

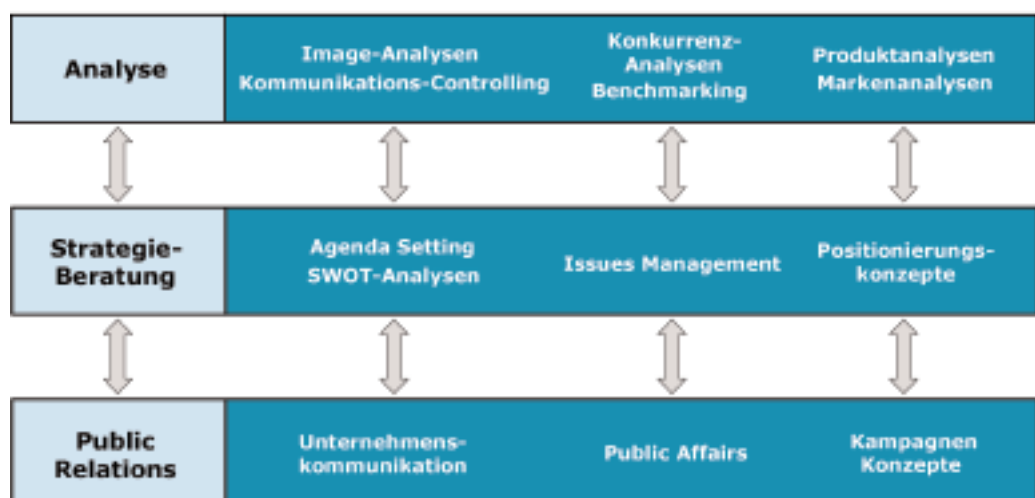
### UNTERNEHMENSWERT STEIGERN

Wer strategische Handlungsspielräume erweitern und seinen Unternehmenswert steigern will, muss deshalb seine Strategien und Entscheidungen auf die Wahrnehmungen der Stakeholder ausrichten und die Kommunikation entsprechend steuern. Perception Management macht dies möglich.

### WISSENSCHAFTLICHE METHODEN

Perception Management ist ein ganzheitliches und umfassendes Konzept zur Beobachtung und Steuerung der Wahrnehmungen von Stakeholdern. Es ermöglicht den effizienten Einsatz von Strategien und Kommunikationsmaßnahmen auf der Basis wissenschaftlicher Methoden. Perception Management führt zu messbaren Wirkungen und steigert den Unternehmenswert.

### Perception Management



# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### ERFOLGE NACHWEISEN

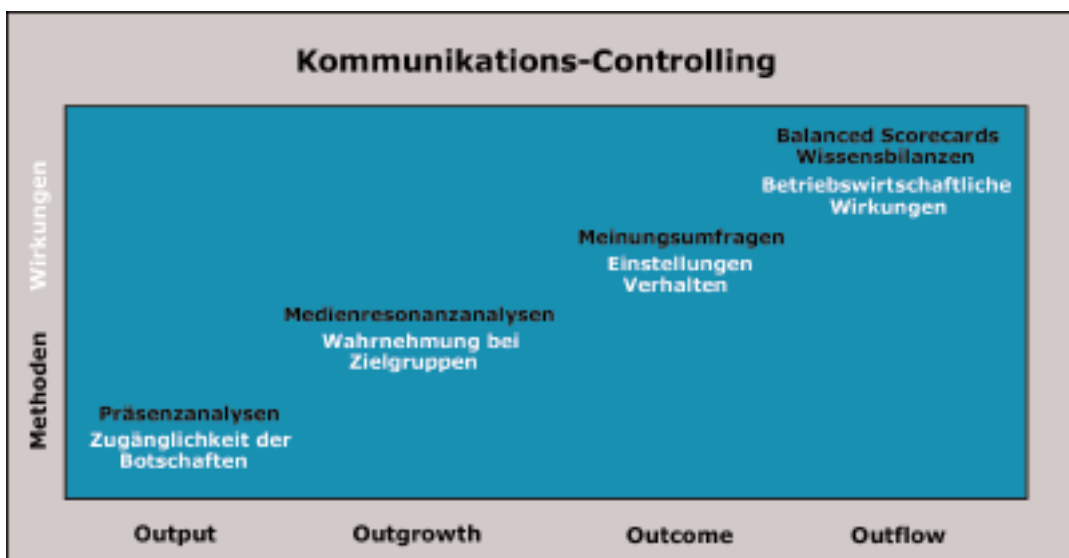
Gute Kommunikation steigert den Unternehmenswert. Im Rahmen von Basel II werden nur noch Unternehmen gute Finanzierungsmöglichkeiten erhalten, die eine transparente und glaubwürdige Informationspolitik praktizieren. Neben der professionellen Durchführung von Kommunikationsmaßnahmen müssen Unternehmen zukünftig durch Controlling-Systeme den Wertbeitrag ihre Kommunikation nachweisen.

### BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE INTEGRATION

Kommunikations-Controlling ermöglicht den Wertbeitrag und die Erfolge Ihrer Kommunikation auf operativer und strategischer Ebene zu messen und zu steuern. Die Integration der Kommunikation in betriebswirtschaftliche Konzepte und Managementmethoden wird dadurch möglich.

### KOMMUNIKATION STRATEGISCH STEUERN

Operatives Kommunikations-Controlling misst die Wirkung, die Effizienz und die Effektivität Ihrer Maßnahmen und Programme. Es dient der Prozesssteuerung. Strategisches Kommunikations-Controlling misst den Wertbeitrag der Kommunikation zu Ihren strategischen und finanziellen Unternehmenszielen. Es unterstützt die Erstellung von Scorecards und Wissensbilanzen, mit denen Sie Ihr Unternehmen steuern und seinen Wert bilanzieren können.



# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### MIT OBJEKTIVEN KRITERIEN MESSEN

Jede Organisation muss sicherstellen, dass ihre Kommunikationsmaßnahmen effizient zum Erfolg der Organisation beitragen. Die Medienresonanzanalyse ist ein wissenschaftliches, quantitativ-qualitatives Analyseinstrument, das Ihre Kommunikationsleistungen messbar macht und Ihre strategische Planung unterstützt:

- Was sind Ihre Imagefaktoren in den Medien?
- Wo liegen Ihre Stärken und Schwächen und wie können Sie Ihre Potentiale besser nutzen?
- Wo stehen Sie im Vergleich mit den direkten Wettbewerbern?
- Wie werden Sie besser?
- Wie ist das Image Ihres Vorstandes in den Medien?
- Ist die Produktberichterstattung in der Fachpresse positiv?
- Ist die Finanzkommunikation erfolgreich?
- Wie entwickelt sich das gesellschaftliche und politische Umfeld Ihres Unternehmens?
- Wo entwickeln sich Risiken, wo liegen Chancen?

### DIE METHODIK:

#### QUANTITATIV-QUALITATIVE INHALTSANALYSE

Das Analyseverfahren ermöglicht es, große Mengen Medienberichterstattung zu verdichten und objektiv auszuwerten. Damit komplexe Kommunikationsvorgänge effektiv analysiert werden können, muss das Analyseraster fein genug sein. Unsere Medienresonanzanalysen gehen weit über das einfache Sammeln und die grobe Auswertung von Medienberichterstattung auf Artikel- oder Beitragsebene hinaus.

Eine Inhaltsanalyse kann nur dann wirklich strategisch genutzt werden, wenn Daten auf Aussageebene erhoben werden, d.h. auch die Vielzahl von Informationen innerhalb einzelner Sätze erfasst wird.



# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### DETAILLIERTE KOMMUNIKATIONSFRAGEN BEANTWORTEN

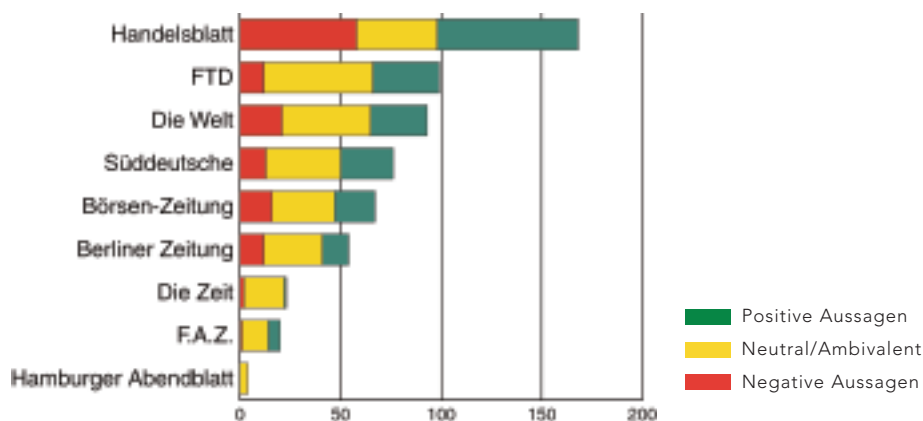
Bei jeder Teilaussage wird im Detail nach einzelnen Akteuren, Urhebern, Organisationseinheiten, Themen, Produkten, Produkteigenschaften, Tenor usw. unterschieden. Dies ermöglicht es, exakte Aussagen auch über Teilaspekte des Medienbildes von Organisationen, Unternehmen oder Einzelpersonen zu treffen und Antworten auf detaillierte Kommunikationsfragen zu geben.

Medienresonanzanalysen bieten für jede Organisation die Möglichkeit, die Kommunikation individuell zu optimieren.

### IMAGEANALYSEN

Ganz gleich ob jährliches Medienbild, monatliches Image in der Presse oder die Aufnahme einzelner Ereignisse und Events in der Medienberichterstattung; alles kann durch eine detaillierte Resonanzanalyse objektiv gemessen und bewertet werden.

Unterstützer oder Kritiker – wie berichten die Zielmedien?



Wie wird unser Unternehmen wahrgenommen?  
Stärken und Schwächen in der Berichterstattung.



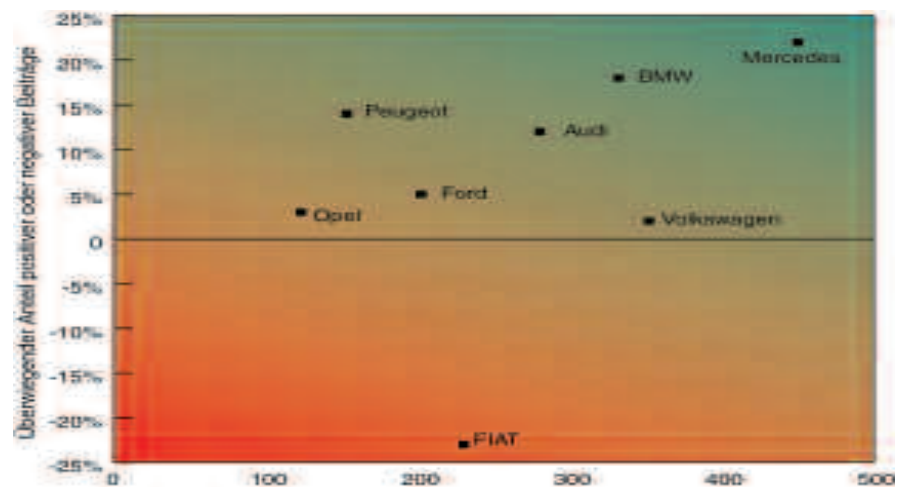
# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### KONKURRENZANALYSEN

Ein Wettbewerber- oder Peervergleich zeigt, wie das Medienbild einer Organisation innerhalb des eigenen Branchenumfelds zu bewerten ist und ob das Medienimage die Größe, Bedeutung oder Marktposition einer Organisation widerspiegelt.

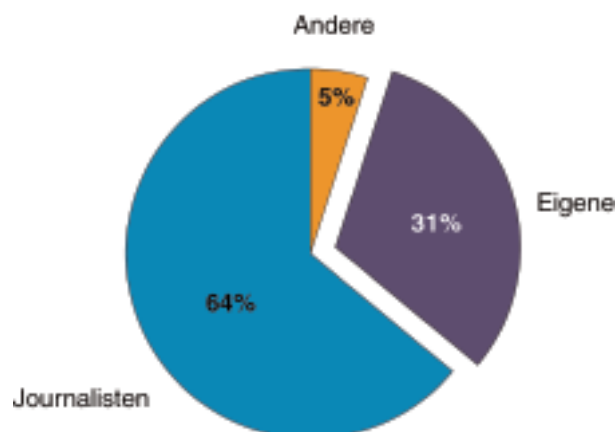
Imagebenchmark - sind wir besser?



### ERFOLGSKONTROLLE

Die Gegenüberstellung von Kommunikationsarbeit (Input) und tatsächlicher Berichterstattung (Output) in einer Resonanzanalyse ist ein erfolgreiches Instrument zur Qualitätssicherung und Verbesserung der Pressearbeit. Die Verbindung von Resonanzanalysen und Umfragedaten (z.B. Journalistenbefragungen) kann Agenda Setting Effekte offen legen und Wirkungen Ihrer Kommunikation aufzeigen.

Share of Voice - werden wir gehört und wer bestimmt die Inhalte?



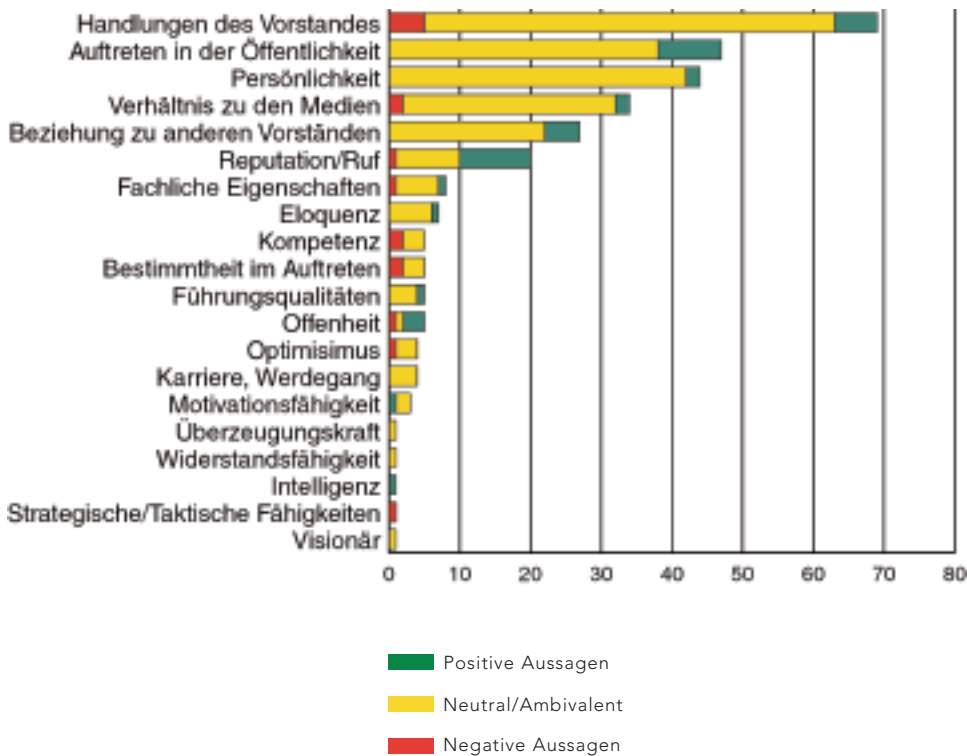
# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

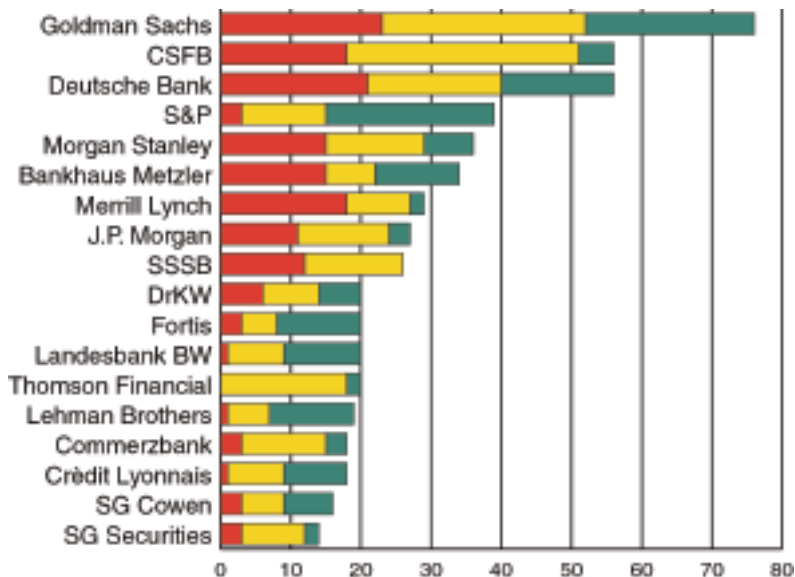
### KOMMUNIKATION OPTIMIEREN

Die Stärke der Medienresonanzanalyse liegt aber nicht nur als Messinstrument am Ende einer Prozesskette, sondern unterstützt die Analyse des Ist-Zustands auch am Anfang jeder Kommunikationsplanung. Das Wissen über das eigene Medienbild stellt die Unterschiede zwischen Selbstbild und Außenwahrnehmung heraus und ist Grundlage für die effektive Planung von Kommunikationsmaßnahmen.

Der Vorstand – Sanierer, Strategie oder Visionär?



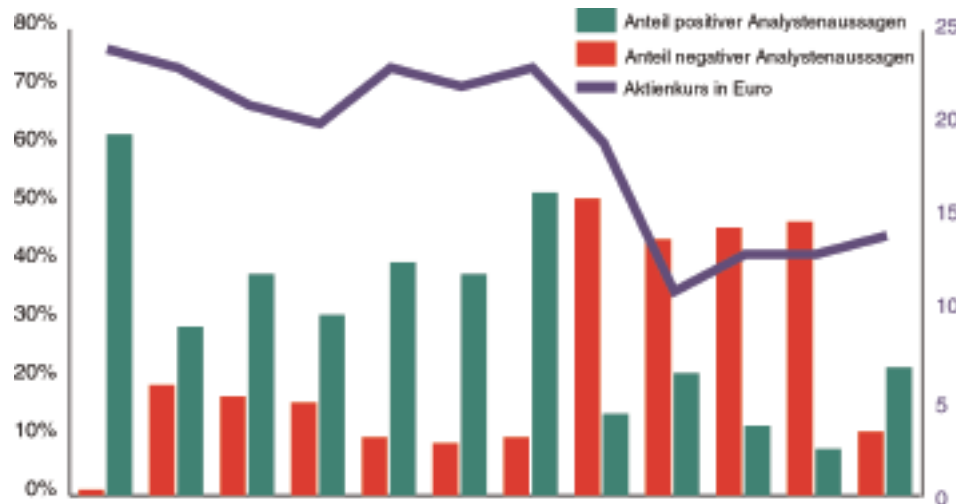
Analystenaussagen - ist unsere Finanzkommunikation erfolgreich?



# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

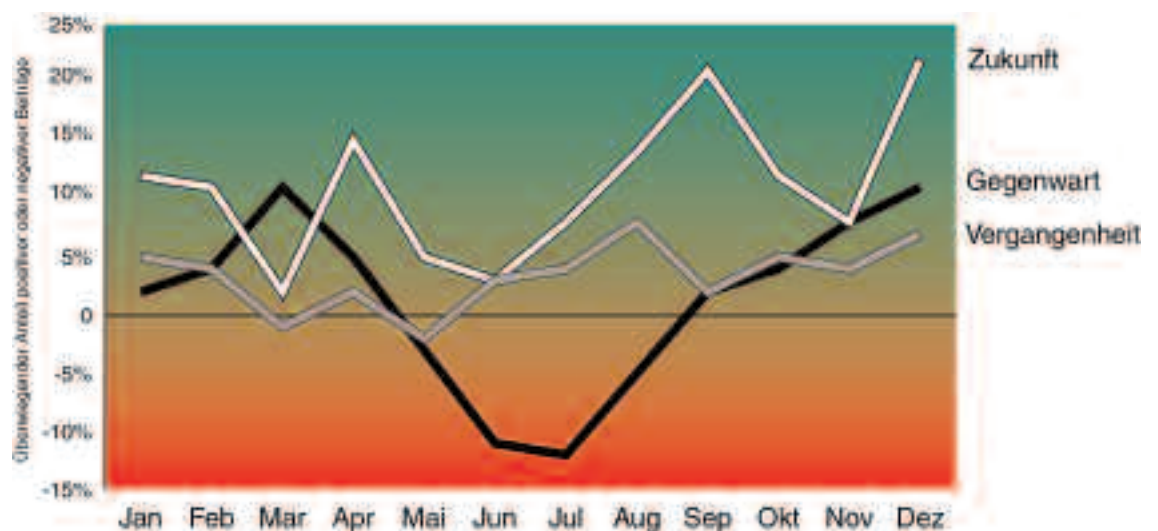
Wahrnehmungen sind Werttreiber – Börsenwert und Image.



## FRÜHWARNSYSTEM UND STRATEGISCHE PLANUNG

Stärken und Schwächen in der Außenwahrnehmung werden ebenso deutlich wie Chancen und Gefahren für die Unternehmensreputation. Die Resonanzanalyse ist ein hervorragendes Instrument für ein Frühwarnsystem. Das Ziel unseres Medienanalyseverfahrens ist es nicht nur Medienpräsenz transparent darzustellen. Die Ergebnisse werden zur strategischen Planung und Umsetzung nutzbar gemacht. Die Analyse der Ergebnisse, in Form eines Berichts oder im Rahmen eines Beratungsgesprächs, steht daher immer im Zeichen der praktischen Einordnung dieser Ergebnisse in die Kommunikationsplanung und tägliche Medienarbeit.

Zeitbezüge in der Berichterstattung - Wahrnehmungen strategisch steuern.





# **KLEIN FELD**

## **PERCEPTION MANAGEMENT**

### **PUBLIC RELATIONS**

#### **KOMMUNIKATION IM 21. JAHRHUNDERT**

Die Bedingungen für Kommunikation haben sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend gewandelt. Die Revolutionen in der Informationsverarbeitung und den Kommunikationstechnologien haben die Bedeutung von Public Relations erhöht. Die Anforderungen an Professionalität, Kreativität und Leistungsfähigkeit sind heute sehr viel höher. Nur wer professionell und wirkungsvoll kommuniziert, setzt sich mit seinen Interessen und Standpunkten durch. Wer schweigt, der wird zum Spielball der Interessen anderer Akteure.

#### **BESCHLEUNIGUNG**

Informationen sind heute in Echtzeit verfügbar, sodass de facto keine Reaktionszeiten mehr für Akteure bestehen.

#### **UNÜBERSICHTLICHKEIT**

Die Menge an Informationen, insbesondere an irrelevanten Informationen ist riesig.

#### **Globale Reichweite**

Informationen, Meldungen, Behauptungen und Meinungen stehen global zur Verfügung. Es finden Glokalisierungen statt, d. h. Strukturen und Prozesse mit globaler und lokaler Reichweite existieren zeitgleich.

#### **Interaktivität**

Neue Medien wie das Internet heben klassische Sender-Empfänger Beziehungen weitgehend auf. Das System ist nichtlinear und von Rückkopplungen gekennzeichnet. Jeder kommuniziert mit jedem.

#### **Neue Akteure**

Die Zahl neuer Akteure hat sich explosionsartig erhöht. Dies gilt sowohl für die Medien, die Staatenwelt als auch für Organisationen, Verbände und Einzelpersonen, die kommunizieren.

# **KLEIN FELD**

## **PERCEPTION MANAGEMENT**

### **DURCH DIALOG VERTRAUEN AUFBAUEN**

Kommunikation ist für Unternehmen ein Werttreiber. Mit Public Relations organisieren Unternehmen die Zusammenarbeit mit ihren Stakeholdern und halten sie aufrecht. Public Relations ist dabei mehr als reine Pressearbeit. Es ist eine strategische Managementfunktion.

### **KREATIVE KONZEPTE MIT NACHHALTIGER WIRKUNG**

Wir unterstützen Sie in allen Fragen der Public Relations und helfen Ihnen, den Dialog mit Ihren Stakeholdern effektiv zu führen. Wir erarbeiten Konzepte und Strategien und realisieren diese mit geeigneten Maßnahmen, um Akzeptanz zu erreichen und Vertrauen aufzubauen. Dafür analysieren wir die geeigneten Themen und positionieren Ihr Unternehmen durch proaktive nachhaltige Kommunikation. Wir entwickeln zielgerichtete Botschaften und ein einheitliches individuelles Profil für Ihr Unternehmen.

### **PUBLIC AFFAIRS**

#### **STAAT UND GESELLSCHAFT IM BLICK**

Politik und politische Öffentlichkeit sind für Unternehmen von existenzieller Bedeutung. Gesetzgebungsverfahren auf nationaler und in zunehmendem Maße auch auf europäischer Ebene bestimmen grundlegende Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Handeln. Vorschriften und Verbote können ganze Branchen gefährden oder neue Märkte eröffnen. Politische Debatten zu strittigen Fragen zerren Unternehmen unversehens in das grelle Licht der Medienöffentlichkeit. Public Affairs unterstützen die Kommunikation mit Akteuren aus Staat und Gesellschaft wie Politikern, Parteien, Verbänden und NGOs.

#### **MIT BEWÄHRTEN METHODEN ZIELE ERREICHEN**

Wir stellen Ihnen ein erfolgreich erprobtes Methodenspektrum zur Verfügung, mit dem Sie Ihre Ziele erreichen. Unsere Kompetenzen reichen von Governmental Relations über das Monitoring des politischen und gesellschaftlichen Umfeldes bis hin zum strategischen Issues Management und Kampagnenführung.

# KLEIN FELD

## PERCEPTION MANAGEMENT

### UNTERNEHMENSPROFIL

KLEIN FELD PERCEPTION MANAGEMENT ist eine internationale, unabhängige Agentur mit Büros in Kent und Köln. Wir helfen unseren Kunden, ihre Strategien und Kommunikationsmaßnahmen nachhaltig zu verbessern und damit ihr Image und die Reputation des Unternehmens zu steigern. Das Ziel unserer Arbeit ist die Wertsteigerung Ihres Unternehmens.

Unser Beratungsansatz ist ganzheitlich und basiert auf wissenschaftlichen Methoden. Er umfasst neben der Analyse und der Strategieentwicklung auch die Implementierung der Lösungsansätze. Mit unserer Expertise in den Bereichen Kommunikations-Controlling und Public Relations begleiten wir Sie bei der Umsetzung der Strategien in Konzeptionen und wirksame Maßnahmen. Dies geschieht ausschließlich auf der Basis einer individuellen und persönlichen Beratung mit maßgeschneiderten Lösungsansätzen.

### ANALYSEN

- Imageanalysen
- Kommunikations-Controlling
- Konkurrenzanalysen / Benchmarking
- Produkt- und Markenanalysen

### STRATEGIE-BERATUNG

- SWOT-Analysen
- Positionierungskonzepte
- Issues Management
- Wissensbilanzen

### PUBLIC RELATIONS

- Unternehmenskommunikation
- Public Affairs
- Kommunikationskonzepte
- Kampagnen

**KLEIN FELD**

**PERCEPTION MANAGEMENT**

**KONTAKTIEREN SIE UNS:**

Deutschland  
KLEIN FELD Perception Management Ltd.  
Emil-Hoffmann Str. 1a  
50996 Köln  
Tel.: 49 (0) 2236 870 243  
Fax: 49 (0) 2236 870 244  
mail@klein-feld.com  
www.klein-feld.com

Großbritannien  
KLEIN FELD Perception Management Ltd.  
10 Terrace Road, Elvington  
CT 15 4EJ, Kent U.K.  
Tel.: 44 (0) 1304 831 399  
Fax: 44 (0) 1304 831 399  
m.klein@klein-feld.com  
www.klein-feld.com