

## PR-CONTROLLING

PR-Controlling hilft einer Kommunikationsabteilung auf einer strategischen Ebene, den Wertbeitrag für das Unternehmen sichtbar zu machen (Fragen der Sinnhaftigkeit) und auf einer operativen Ebene, die Kommunikationsarbeit zu planen, durchzuführen, zu messen und damit zu steuern (Fragen der Effektivität und Effizienz). Im Zentrum steht dabei der Wertbeitrag, den die Kommunikation für das Unternehmen leistet.

### PROGRAMM

Im Workshop PR-Controlling werden sowohl die strategische als auch die operative Ebene des PR-Controllings anhand von Beispielen erarbeitet und „durchgespielt“:

1. Als Basis für die Etablierung eines Kommunikations-Controllings werden Communication Value Maps (CVM) für das Unternehmen erstellt (**PR-Controlling auf strategischer Ebene**).
2. Ausgehend von den CVM können in der **Planungsphase des PR-Controllings** jene Kommunikationsziele auf den Ebenen von Verhalten, Einstellungen, Wissen, Wahrnehmung, mediale Berichterstattung und Input erarbeitet werden, die notwendig sind, um das Unternehmensziel zu erreichen. Hier zeigt sich nicht nur, welche kommunikativen Ebenen für die Zielerreichung nötig sind, es ist daraus auch ableitbar, welche Ressourcen für die Erreichung der notwendigen Ziele notwendig sind und welche Budgets damit zur Verfügung gestellt werden müssen.  
Nach der Planungsphase des PR-Controllings folgt auf PR-Seite die Durchführung und Umsetzung der Maßnahmen, die zur Zielerreichung notwendig sind.
3. Für die Messung und Steuerung der Kommunikationsaktivitäten ist es in der **Evaluationsphase des PR-Controllings** wichtig, für allen oben genannten Ebenen Messinstrumente und Messgrößen zu benennen, um kommunikative Erfolge - auch graduelle – (Erreichung der Ziele) oder Misserfolge (Verfehlung der Ziele) zu eruieren.
4. An die Phase der Evaluation (mit Messung und Bewertung der Messergebnisse) schließt die Phase der Steuerung an, in der die PR-Aktivitäten verbessert und optimiert werden sollen, indem aus den bewerteten Messergebnissen gelernt wird. Auch eine Neudefinition oder Überarbeitung der Kommunikationsziele kann notwendig werden.

### REFERENTIN

#### Priv.-Doz. DDr. Julia Wippersberg

ist Universitätslehrerin an der Universität Wien. Sie wurde mit einer Arbeit zu Zielen, Qualität und Evaluation von Auftragskommunikation habilitiert und erarbeitet nun praxistaugliche Evaluationskonzepte. 2011 bis 2014 hatte sie die Geschäftsführung der MediaWatch – Institut für Medienanalysen GmbH inne. Seit 2015 ist sie zuständig für “Corporate Science & Research” in der Austria Presse Agentur.

<b>Teilnehmeranzahl:</b>	bis zu 12 Personen
<b>Ort:</b>	APA – Austria Presse Agentur, Laimgrubengasse 10, 1060 Wien
<b>Dauer:</b>	15:00 bis 18:00 Uhr
<b>Termine:</b>	<a href="http://www.apa-campus.at">www.apa-campus.at</a> bzw. auf Anfrage
<b>Kosten:</b>	EUR 310,- exkl. USt. pro Person EUR 200,- exkl. USt. pro Person für PRVA-Mitglieder
<b>Kontakt:</b>	Mag. Christa Gruber, Juliane Deisenhammer, MA Tel.: +43 1 36060 5313, Fax: +43 1 36060 5399, <a href="mailto:campus@apa.at">campus@apa.at</a>