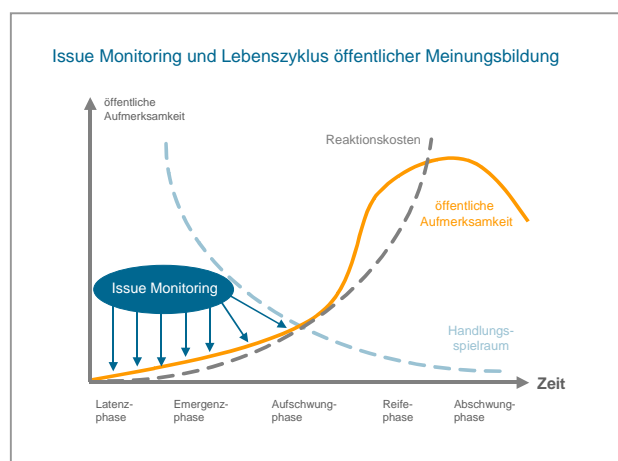


## imug Kompetenzen

### Issue-Monitoring als Element strategischer Früherkennung

Issue-Monitoring bezeichnet die regelmäßige Beobachtung, Analyse und Interpretation gesellschaftlicher Meinungsbildungsprozesse zu strategisch relevanten sozialen und ökologischen Themenstellungen zu verstehen. Ziel des Issue-Monitoring ist es dabei, Risikopotentiale, die durch eine Veränderung der Umfeldbedingungen entstehen und aus denen Konflikte erwachsen können, bereits in einem frühen Stadium zu erkennen und die Unternehmen in die Lage zu versetzen, durch eine auf den



Konflikttyp zugeschnittene Strategie eine Verschärfung oder gar Eskalation zu verhindern. Gleichzeitig ermöglicht Issue-Monitoring die regelmäßige Pflege der Beziehungen der Unternehmen zu den relevanten Teilöffentlichkeiten des Umfeldes. Das Issue-Monitoring soll neben der Kenntnis aktueller Ausformungen der Meinungslandschaften auch Ansatzpunkte zur Gestaltung von Maßnahmen vermitteln, um ein zielgruppenorientiertes Eingehen auf die gesellschaftliche Meinungsbildung zu ermöglichen.

## imug-Leistungen

### 360° Umfeldbeobachtung

Für ein effizientes Issue Monitoring ist es notwendig, alle Parameter des unternehmerischen Umfeldes einer gezielten Beobachtung zu unterziehen. Dies impliziert die Analyse gesellschaftlicher Meinungsbildungsprozesse, des Verbraucherverhaltens, Experten-Knowhows sowie von Wettbewerbsentwicklungen.

Internationales Issue Scanning	Medien Screening und kommunikative Umsetzung in: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datenbanken/ Intranet</li> <li>• Issue Barometern</li> <li>• Monitoring Reports</li> <li>• Politischen Newslettern</li> </ul>
Analyse Einstellungen/ Verhalten Bürger und Verbraucher	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigenbefragungen/ Marktforschung</li> <li>• Auswertung nationaler/ internationaler Sekundärstudien</li> </ul>
Analyse von Expertenmeinungen/ Trendforschung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• schriftliche Befragungen</li> <li>• Experteninterviews</li> <li>• Expertenpanel (Delphi-Studien)</li> </ul>
Analyse von Wettbewerbern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benchmarkstudien</li> <li>• Kommunikationsanalysen</li> <li>• Branchen Reports</li> </ul>

### **Global Supply Chain Monitoring**

Im Bereich der Ausgestaltung unternehmerischer Lieferanten- und Standortbeziehungen bestehen weitreichende gesellschaftliche Erwartungen an die globale sozial-ökologische Performance von Unternehmen. In diesem Themenfeld haben sich mittlerweile diverse Stakeholdergruppen zu einem System aus „Checks and Balances“ positioniert, das die globalen Unternehmenstätigkeiten „überwacht“. Im Rahmen des imug Global Supply Chain Monitoring gilt es, regionsspezifische Unternehmensanforderungen abzubilden, relevante Stakeholdergruppen vor Ort zu identifizieren und spezifische Trends und Entwicklungen in sozial-ökologischen Zusammenhängen aufzuzeigen.

#### „Watching the Watchdogs“

Beobachtung internationaler Staaten- und Unternehmens-Watchdogs zur frühzeitigen Identifizierung potentieller Probleme im Bereich der sozial-ökologischen Unternehmensperformance mit Ergebnisdokumentation in Form von:

- Newstickern

#### Identifikation strategisch relevanter Stakeholdern/ Stakeholder Mapping

Internationales Medien-/ Internet-Screening mit Ergebnisdokumentation in Form von:

- Stakeholder Maps
- Stakeholder Reports

- |  |  |
|--|--|
| <p>Identifikation strategisch relevanter Issues/ Issue Mapping</p> | <p>Internationales Medien-/ Internet-Screening mit Ergebnisdokumentation in Form von:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Global Issue Maps</li> <li>• Issue Reports</li> <li>• Regionen Reports</li> </ul> |
|--|--|

### **Global Region Monitoring**

Die Anforderungen an Unternehmen hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme im Rahmen der Globalisierung können von Region zu Region differieren (Indien, China, Brasilien, Russland). Ein spezifisches Global Region Monitoring ermöglicht einen differenzierten Blick auf die konkreten Gegebenheiten und Entwicklungen vor Ort.

- |  |  |
|--|--|
| <p>Identifikation strategisch relevanter Stakeholdern/ Stakeholder Mapping</p> | <p>Regionales Medien-/ Internet-Screening mit Ergebnisdokumentation in Form von:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stakeholder Maps</li> <li>• Stakeholder Reports</li> </ul> |
|--|--|

- |  |  |
|--|--|
| <p>Identifikation strategisch relevanter Issues/ Issue Mapping</p> | <p>Regionales Medien-/ Internet-Screening mit Ergebnisdokumentation in Form von:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Local Issue Maps</li> <li>• Issue Reports</li> <li>• Regionen Reports</li> </ul> |
|--|--|

### **CSR Image Check**

Ein Image Check im Bereich CSR durch eine qualitative Medienresonanzanalyse erweitert klassische statistische Auswertungen um konkrete inhaltliche Analysen von Medienmeldungen, die Aufschluss über die Einstellung von verschiedenen Medien bzw. Institutionen zum Unternehmen und seinen Wettbewerbern in spezifischen Themengebieten geben. Diese Imageanalyse bietet Hilfestellung für die zukünftige Ausgestaltung unternehmerischer Kommunikationsleistungen im CSR-Bereich.

- |  |  |
|--|--|
| <p>Detaillierte Analyse zum CSR-Image eines Unternehmens in Medien und bei Institutionen</p> | <p>Medien-Monitoring, Inhaltsanalysen, Stakeholdermonitoring mit Ergebnisdokumentation in Form von:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensimageprofilen</li> <li>• Zeitreihenanalysen</li> <li>• Wettbewerbervergleichen</li> <li>• NGO-Imageprofilen</li> <li>• Image-Portfolios</li> <li>• SWOT-Analysen</li> </ul> |
|--|--|