

		nicht evaluiert - nicht nötig	nicht erfüllt 0 Punkte	teilweise erfüllt 1 Punkt	voll erfüllt 2 Punkte
PR-Situationsanalyse	Datenbasis:	Vorhandene Informationen wurden genutzt			
		Eigenrecherche wurde betrieben			
		Mehrere Quellen wurden hinzugezogen			
	Instrumente:	Die genutzten Quellen sind aktuelle Daten, nicht veraltet			
		Für die Situationsanalyse wurden vorhandene Analysen genutzt			
		Für die Situationsanalyse wurden Befragungen durchgeführt			
		Für die Situationsanalyse wurden Inhaltsanalysen durchgeführt			
		Die Situationsanalyse basiert auf Beobachtungen			
	Bewertung der Situation:	Andere Methoden wurden zur Situationsanalyse eingesetzt			
		Die Situation im Umfeld der Wettbewerber wurde beachtet			
		Eine Krisengefahr bzw Risikopotenzial wurde definiert			
		Die genutzten Daten wurden eine anhand von objektiven Daten gewichtet			
			Die formulierte Aufgabe ist logische Konsequenz der Situation		
		Die Aufgabenstellung wurde in einem Satz zusammengefasst			
		PR-Situationsanalyse PUNKTZAHL			
PR-Strategie	Zieldefinition:	Die Wenn-dann-Beziehung zwischen Zielen und Aufgabenstellung ist klar			
		Das Ziel des PR-Programms ist eindeutig beschrieben			
		Der angestrebte Zielwert ist messbar festgelegt			
		Ein Zeitlimit für die angestrebten Ziele ist festgelegt			
		Der Bezug von PR-Zielen zu Unternehmenszielen ist klar			
	Botschaften:	Ziele wurden in interne und externe Ziele unterteilt			
		Die Botschaften haben einen klaren Zielbezug			
	Zielgruppen:	Die Botschaften sind verständlich			
		Zielgruppen wurden in externe und interne geteilt			
		Zielgruppen wurden anhand objektiver Merkmale unterteilt			
	Kernmaßnahmen:	Die Funktion jeder Zielgruppe wurde definiert			
		Die Botschaft wurde für jede Zielgruppe angepasst			
		Die Kernmaßnahme erreicht die Zielgruppen			
Die Kernmaßnahme transportiert die Botschaften					
		Die Kernmaßnahme zeichnet sich durch Originalität aus (z.B. Kreativität, Innovation, Überraschungseffekt)			
		PR-Strategie PUNKTZAHL			
PR-Taktik	Maßnahmen:	Es wurde ein Maßnahmenplan erstellt			
		Die Maßnahmen passen untereinander zusammen			
		Jede Maßnahme transportiert die Botschaft			
		Jede Maßnahme erreicht Zielgruppe			
		Jede Maßnahme hilft bei Aufgabenstellung bzw. Zielerreichung			
		Ziele wurden für jede Maßnahme festgelegt			
		Die Organisation jeder Maßnahme wurde detailliert geplant			
	Zeitplan:	Für jede Maßnahme wurde eine Methode zur Erfolgskontrolle festgelegt			
		Die Gesamtprojektdauer wurde festgelegt			
	Ressourcenplan:	Die Zeitverteilung des gesamten PR-Programms wurde geplant			
		Meilensteine wurden festgelegt: wichtige Zeitpunkte definiert			
	Budgetplan:	Es wurde ein Personalplan mit Zeit- und Aufgabenverteilung erstellt			
		Es existiert ein Informationsplan (z.B. regelmäßige Abteilungssitzungen)			
		Der Bedarf an Technik, Räumen etc. wurde bedacht			
		Eine detaillierte Aufstellung der Kosten wurde vorher angefertigt			
		Ein Kostenverlaufsplan wurde aufgestellt			
		PR-Taktik PUNKTZAHL			
		GESAMT PUNKTZAHL			

NAL Kommunikationsberatung GmbH
 Agentur für PR-Evaluation.
 Carl-von-Ossietzky-Weg 2 b
 D-30823 Garbsen
 Telefon +49 (0) 51 31 / 97 31 12
 Fax +49 (0) 51 31 / 97 31 09
 Internet www.pr-evaluation.de
 Email info@pr-evaluation.de

	absolut	in %
Erreichte Punktzahl		
Maximale Punktzahl		