

PR ist wichtig!

Public Relations (PR) ist ein Begriff aus den USA und bedeutet sinngemäß: Beziehungen zur Öffentlichkeit. PR geht also über die Kontakte zur Kundschaft hinaus; sie betrifft ganz allgemein das Ansehen des Unternehmens. Entscheidend dabei ist nicht, was Sie selber, sondern was die Kunden als positiv empfinden. Überprüfen Sie Ihre PR-Methoden mit den beiden folgenden Checklisten, die Reiner Flassig exklusiv für die STEIN-Leser erarbeitet hat.

Grundsätzlich sind drei verschiedene Formen von PR zu unterscheiden:

- das gezielte Verbreiten von Informationen über ein Unternehmen
- das systematische Produzieren von Sympathie
- das Prinzip »Tue Gutes und rede darüber – oder laß darüber reden!«

Letztgenannte ist die wohl effektivste Art der PR. Sie wirkt vor allem dann, wenn Sie einen möglichst angesehenen Dritten dazu bewegen können, sich positiv über Ihr Unternehmen, Ihre Leistungen oder Ihre Produkte zu äußern. Solche Dritten sind beispielsweise:

- Redakteure von Zeitungen oder Zeitschriften
- Autoren von Fachzeitschriften.

Die gute Tat

Was ist »die gute Tat«? Alles was weder vorder- noch hintergründig mit dem Verkauf Ihrer Produkte oder Leistungen in Zusammenhang gebracht werden kann. Verschenkt ein örtlicher Steinmetz zu einem besonderen Anlaß ein steinernes Denkmal, so hat das nichts mit PR zu tun – das ist Werbung! Läßt derselbe Steinmetz im städtischen Friedhof hundert Nistkästen für Singvögel anbringen, dann darf er sich des Beifalls der Öffentlichkeit gewiß sein – das ist PR!

PR kostet Geld und Zeit

Hinter PR-Maßnahmen steckt fast immer ein großer, mit Kosten verbundener Aufwand. Die weitverbreitete Ansicht, PR koste nichts oder nur wenig, trifft sicher nicht zu. Ein weiteres, weitverbreitetes Mißverständnis: Das Verfassen einer Pressemitteilung genüge –

und schon erscheine ein Beitrag in der Zeitung. Falsch! Entscheidend ist immer, daß es sich wirklich um eine bemerkenswerte Mitteilung handelt. Ein wichtiger Gesichtspunkt bei der PR ist dennoch: Wer keine Nachricht hat, der macht sich eine! Anlässe schaffen Öffentlichkeit (siehe dazu **Checkliste 4**)!

Checkliste 4: PR-Aktionen

	durchführen
1. Betriebsjubiläen	
2. Kammer-, Landes-, Bundessiegerehrungen	
3. Preisverleihung bei Wettbewerben	
2. Gemeindefeste	
3. Vereinsfeste	
4. Straßenfeste	
5. Ausstellungsbeteiligungen	
6. Handwerkermärkte	
7. Messebeteiligungen	
8. Hausmessen	
9. Tag der offenen Türe	
10. Betriebsübergabe an Nachfolger	
11. Schaffung neuer Arbeitsplätze	
12. Schaffung von Ausbildungsplätzen	
13. Sponsoring von Sport- oder Kulturvereinen	
14. Karitative Spenden	
15. Inbetriebnahme neuer Werkstätten, Maschinen, Maßnahmen zum Umweltschutz etc.	
Meine PR-Aktivitäten: (hier bitte eintragen)	

Checkliste 5: Pressemitteilung

	abhaken
Pressemitteilungen sollten kurz sein (1 bis 2 Seiten genügen)	
Datum der Pressemitteilung	
Datum der Sperrfrist bis zur Veröffentlichung	
Datum der Veranstaltung	
Verteiler:	
1. Tageszeitungen	
2. lokale Wochenblätter	
3. lokale Anzeigenblätter	
4. lokale Amtsblätter	
5. Gemeindeblätter	
6. lokale Sender	

Zu Ihrem Marketingvorteil Alles auf Diskette

Diese neue STEIN-Serie umfaßt sechs Beiträge, die bis Ende dieses Jahres in STEIN erscheinen werden. Die Themen: Marktanalyse – Public Relations – Werbung – Firmenprofil – Ausstellungsraum und Ausstellung – Firmen-Erscheinungsbild und Verkaufsförderung. Schon jetzt liegt die gesamte Serie auf einer Diskette vor. Sie können also sofort den ganzen Themenkomplex für ihre Marketingaktivitäten durchgehen. Bestellen Sie für DM 98 bei: Callway-Verlag
Tel. (089) 43 60 05-178
(Angela Schratzlseer),
Fax (089) 4 36 11 61.

PR-Aktionen gut vorbereiten

Zur gelungenen PR-Aktion gehört die Ausarbeitung einer Pressemitteilung. Sie sollten sich vorher informieren, welche Zeitungen lokale oder regionale Bedeutung haben. Und beachten Sie bei der Erstellung einer Pressemitteilung immer, daß ein Journalist Mitteilungen von hinten her kürzt. Im ersten Absatz müssen deshalb unbedingt die Informationen zu Wer, Was, Wo, Wie, Wann vorkommen (siehe dazu **Checkliste 5**).

Reiner Flassig

