



PR-Formate für strategische Arbeit

Strategische PR-Arbeit umfaßt grundlegend alle Formate, die auch in der Projektarbeit Anwendung finden. Jedoch ist zu beachten, daß das Ziel der strategischen Arbeit vor allem die Verbesserung der Wahrnehmung auf lange Sicht ist. Deshalb folgt der Arbeitsrhythmus der einfachen Regel: Nie verstummen!

Während die Projektarbeit eine große Spitze beinhaltet, die den Höhepunkt des Projekts in der Außenwirkung markiert (z.B. durch eine umfangreiche Reportage), verläuft strategische Arbeit in unterschiedlich hohen Wellen. Ein bestimmter Pegel wird hierbei nicht unterschritten, die Spitzen sind meist flacher und können je nach Situation plaziert werden.

Muß man in Projekten sowohl das bisherige Auftreten beachten als auch dafür Sorge tragen, daß in nachfolgenden Arbeiten Anknüpfungspunkte gefunden werden können, so befindet man sich bei der strategischen PR in der Situation, dieses grundlegende Auftreten neu aufzubauen. Das erfordert zum einen ein gewisses Maß an Anstrengung, zum anderen bietet es aber die Möglichkeit, schon frühzeitig den Boden für Formate zu bereiten, die mit geringer Mühe hohe Aufmerksamkeit erzeugen.

Besonderes Augenmerk muß in der strategischen Arbeit darauf liegen, daß alle Meldungen konsistent sind, also sowohl die veröffentlichten O-Töne eines Vorstandes als auch die Pressemeldung zum neuen Produkt eine gemeinsame Sprache haben. Diese Form der Corporate Identity, also der Identitätsbildung eines Unternehmens, ist der Faktor, der über Erfolg oder Scheitern einer PR-Strategie entscheidet.

Die strategische PR kann aus einem erweiterten Fundus von Formaten schöpfen, da sie sich weder auf Produkte noch auf Personen oder einzelne Ereignisse beschränkt. Auch Meldungen, die auf den ersten Blick nur Randnotizen sind, können einen großen Einfluß auf die langfristige Wahrnehmung eines Unternehmens haben. Allgemein gilt: Nur das Publikum entscheidet über die Relevanz einer Meldung! Auch mit den besten PR-Instrumenten, den intensivsten Kontakten und der am besten geplanten Informationspolitik können die Faktoren „Zufall“ und „Geschmack des Publikums“ nur auf ein gewisses Maß beschränkt, jedoch nie ganz aus der Rechnung genommen werden.

Zur Aufrechterhaltung des angesprochenen Pegels eignen sich folgende Formate am besten:

- **Interviews**
- **Produktmeldungen**
- **Allgemeine Pressemitteilungen**

Besonderes Vertrauen und Seriosität kann man außerdem dadurch erwerben, daß man mittels Personalien die Strukturen im Unternehmen klar benennt und so für Transparenz und Verlässlichkeit sorgt.

Die Spitzen, die situationsbedingt gesetzt werden, um zum Beispiel Unternehmensreformen zu kommunizieren, neue Produkte oder Serien am Markt zu plazieren oder um große Auftritte auf Messen vorzubereiten, werden am effektivsten mit Reportagen und Dossiers aufgebaut. Bei Bedarf kann mit der Veröffentlichung von Geschäftsabschlüssen oder Geschäftsberichten die Bedeutung des eigenen Unternehmens unterstrichen werden.

Unverzichtbarer Bestandteil einer strategischen PR-Arbeit ist heute das Internetmarketing. Der eigene Webaufttritt muß zwingend den Vorgaben aus dem Gesamtkonzept folgen, sonst drohen Nachteile durch den Anschein von fehlender Organisation und Unprofessionalität.

Bildsprache und Schreibstil aller Veröffentlichungen, sei es in Aussendungen, E-Mail-Aktionen, auf der Unternehmens-Homepage oder in Broschüren, müssen dieser einheitlichen Linie folgen. Nur unter dieser Voraussetzung kann die strategische PR zum gewünschten Erfolg führen.

Wir unterstützen Sie gerne bei der Konzepterstellung strategischer PR. Und wenn wir Sie überzeugen können, kümmern wir uns um alle Details. Nehmen Sie Kontakt mit uns auf und lassen Sie sich beraten:

Fritz gempel marketing works
Höfener Straße 10
90763 Fürth
Telefon: 0911 – 7 66 00 89 – 2
Telefax: 0911 – 7 66 00 89 – 9

<mailto:aydan.aykac@gempel.de>