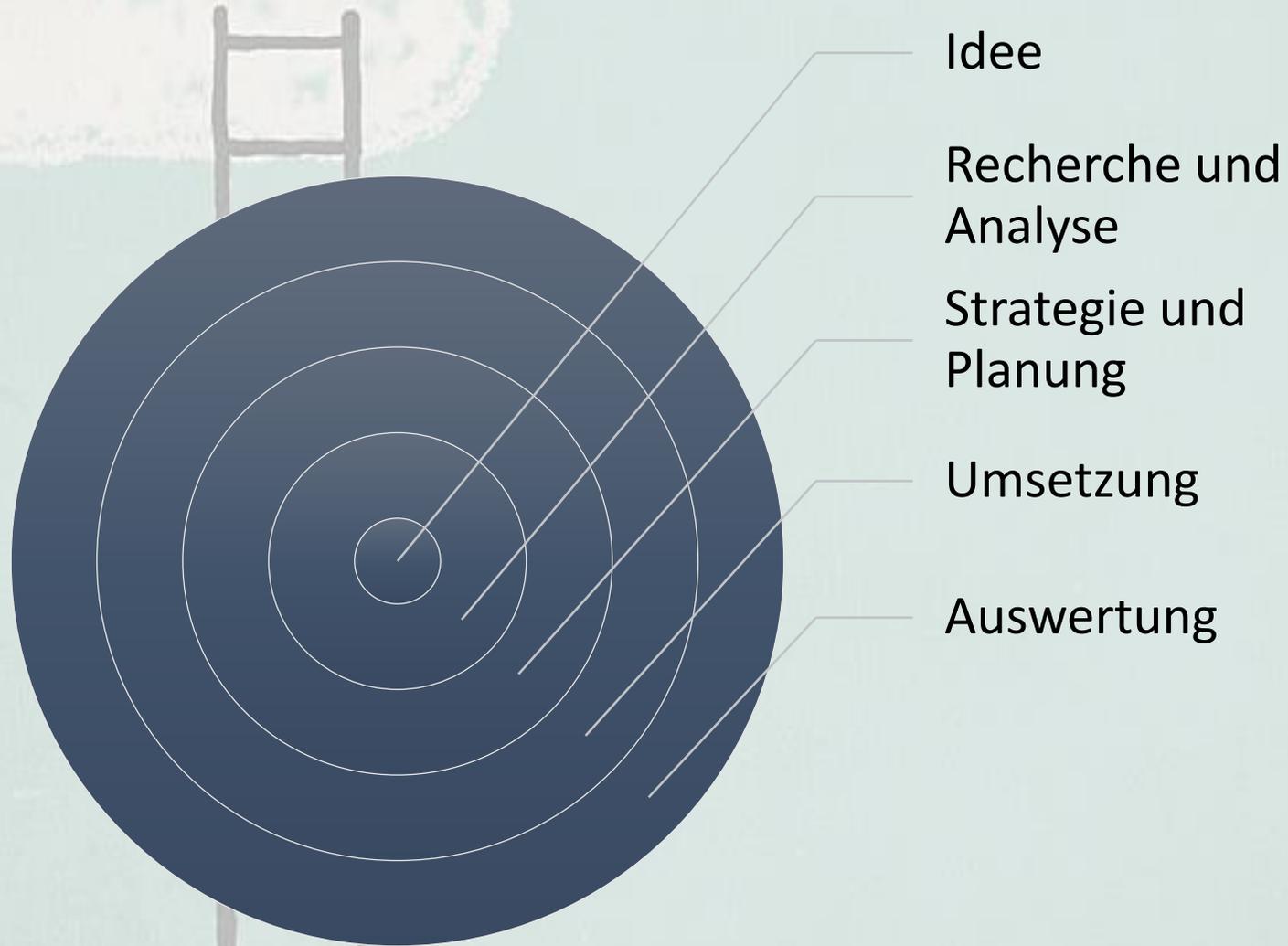
An aerial photograph of a vast green field with a large, dense forest in the center. The forest is shaped like a heart. The trees are dark green, and the surrounding field is a lighter, vibrant green. The perspective is from a high angle, looking down on the landscape.

# PR Kommunikation

Von der Idee zur Umsetzung

Sabine Kühlberg - LABOR 7 Medien GmbH

## Überblick – Von der Idee zur Umsetzung



## Die Idee – Der Beginn einer turbulenten Reise



### Idee

- Was will ich?
- Was ist mir wichtig?
- Selber machen oder machen lassen?
- Briefing – Mission klar formulieren: Was? Wie? Wann? Wo? Wer?



### Analyse und Recherche

- Recherche Kern und Basis aller PR-Aktivitäten
- Zwei Möglichkeiten der Recherche
  - Primär  
Alles aus erster Hand: Fragebögen, Experten-Interviews, telefonische Interviews, Zielgruppen-Befragung etc.
  - Sekundär  
Alles aus zweiter Hand: meint das Sammeln von Informationen aus bereits veröffentlichten Quellen, wie Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Bibliotheken, Internet etc.

### Situationsanalyse

- **Chancen und Risiken** der aktuellen Situation betrachten → Wettbewerber, wichtige Termine, soziokulturelles und politisches Umfeld, Besonderheiten



gettyimages.com

### Strategie und Planung

- Strategie
  - das **Fundament**, auf dem ein taktisches Programm aufgebaut ist
  - theoretische **Festlegung der Vorgehensweise**, wie man aus der aktuellen Situation den gewünschten zukünftigen Zustand erreicht
  - der Mechanismus einer Kampagne aus dem **Einsatz der verschiedenen Taktiken (Werkzeuge) zur Erreichung der Ziele**
- Ziele – Konkrete Ausrichtung in der Planung
  - Zielgruppen (Wen will ich erreichen?)
  - Kommunikationsziele (Was möchte ich sagen und erreichen?)
  - Zielgebiet (Wo erreiche ich meine Zielgruppe? Medien, Orte etc.)
  - Zeitraum (Wann wird was gemacht?)
  - Quantitative und qualitative Ziele (Wie viele Menschen möchte ich erreichen und was erwarte ich?)



pexels.com

### Die Kampagnen-Planung – Das Konzept

- Die Planung beinhaltet die Strategie, den Überblick aller Maßnahmen bzw. Werkzeuge im zeitlichen Ablauf und die Kosten (Budget) bzw. die benötigten Ressourcen (Anzahl der Mitarbeiter, Dienstleister, Media, Reisekosten etc.)
- Das Konzept enthält alle Maßnahmen, die im Idealfall aufeinander einzahlen und dramaturgisch zusammenpassen
- Während des gesamten Prozesses sollten alle Maßnahmen immer wieder in der Zielgruppe getestet und auf ihre Realisierbarkeit überprüft werden
- Man sollte seine eigenen Interessen nicht in den Vordergrund stellen – nicht von sich auf andere schließen
- Erlaubt ist, was den Markenkern widerspiegelt und was der Botschaft den Weg in die breite Masse ebnet
- Kennen Sie ihre Zielgruppe! Begeistern Sie ihre Zielgruppe!

#### Tipps:

Verwenden Sie nur Werkzeuge, die helfen Ihre Ziele zu erreichen.

Kreieren Sie Kommunikationsanlässe!

Die Presse ist immer auf der Suche nach guten Stories!

# Konzeption (Strategie und Werkzeuge)

Kernbotschaften & Zielen

## Basis PR

PM, PK, Interviews, Bild- und Videomaterial

Verteiler, Media Relation, Medienbeobachtung und Auswertung

## Special PR

Events, Influencer Marketing, Social Media (u.a. Blogger Relation), Lobbying, Newsletter, Gewinnspiele/Wettbewerbe, Podcasts, Vidcasts, Websites, Konferenzen

## Umsetzung – Alles im Fluß



Während der Umsetzung sollte immer wieder hinterfragt und kontrolliert werden, ob alles so läuft, wie gewünscht. Maßnahmen können fortlaufend überprüft, angepasst oder sogar verworfen werden.

# Auswertung – Nachher ist man immer schlauer



Sabine Kühlberg

Labor 7

s.kuehlberg@gmail.com

0162-3705000

