



Dienstag, 19.01.2010

 RSS  Twitter + [Bookmark](#) [Was ist förderland?](#)

Suchbegriff eintragen



NEWS & STORIES | **WISSEN** | **FACHBEITRÄGE** | **WETTBEWERBE** | **BERATER** | **FORUM**

[Fachbeitragsrubriken](#) [Studien](#) [Übersicht aller Fachbeiträge](#) [Autorenübersicht](#) [Autor werden](#) [RSS-Feed](#)

Navigationspfad: [Startseite](#) >> [Fachbeiträge](#)

Fachbeiträge



[Übersicht](#) | [Marketing & PR](#) | [Presse- & Öffentlichkeitsarbeit](#)

19.07.2006



Erfolgreich in die Öffentlichkeit

Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Neue Produkte, nützliche Dienstleistungen, motivierte Mitarbeiter oder einfach ein professionell geführtes Unternehmen – wer damit aufwarten kann, hat dem Wettbewerb meist schon einiges voraus. Wenn Kunden, Partner, Lieferanten, Aktionäre oder Mitarbeiter Vertrauen entwickeln, sich ernst genommen und gut informiert fühlen, wächst der Vorsprung. Professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit kann dabei eine wesentliche Rolle spielen.

Ein Beitrag von Dr. Perry Reisewitz



Links zum Thema:

[Weitere Fachbeiträge aus dem Bereich "Marketing & PR"](#)

Henry Ford hat einmal gesagt: "Wenn Sie einen Dollar in ihr Unternehmen investieren, sollten Sie einen weiteren Dollar ausgeben, um dies der Welt mitzuteilen." Was er meine ist: Es bringt innovativen Firmen nichts, besonders gut zu sein, wenn die Öffentlichkeit davon nichts weiß. Je komplexer die Dienstleistungen und je komplizierter die Verfahren und Technologien, um so

weniger ist es dabei mit einem neuen Werbespruch getan. Wer erklären muss, wer überzeugen will, wer Argumente liefern möchte, der benötigt Öffentlichkeitsarbeit oder Public Relations (PR).

Mit Berichten und Reportagen in Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Hörfunk und Internet können Neuerungen vorgestellt, das Interesse in der Gesellschaft und bei potenziellen Kunden geweckt und wichtige Geschäftsbeziehungen aufgebaut werden. Das Gute daran: Einer neutralen Berichterstattung in den Medien glaubt man mehr als den verlockenden Sprüchen in der Werbung.

Auf die Titelseite

Doch der Weg in den redaktionellen Teil der Medien oder gar auf die Titelseite ist alles andere als einfach. Wer schon einmal bei einer Zeitung angerufen hat, damit diese über das eigene Unternehmen berichtet, hat die Erfahrung sicher gemacht: Bei Anfragen in Redaktionen ist sehr viel **Fingerspitzengefühl** notwendig, da Journalisten heutzutage mit Informationen überflutet werden und nicht als verlängerter Arm der Werbeabteilung eines Unternehmens gesehen werden möchten. Die Kommunikation von für das Unternehmen wichtigen Themen muss man professionell vorbereiten. Nur gut recherchierte und überzeugende Argumente haben eine Chance, über die Medien verbreitet zu werden.

Um überhaupt wahrgenommen zu werden, muss man verstehen, wie Medien arbeiten. Auch Zeitungen, Fernseh- und Rundfunkanstalten sind Unternehmen. Sie haben bestimmte Produkte und richten sich an **klar definierte Zielgruppen**. Wenn Unternehmen möchten, dass Medien über sie berichten, ist es ganz wichtig, dass man harte Informationen für diese Zielgruppen liefern kann. Deshalb ist es hilfreich, die Fragestellung „Wie komme ich in die Medien“ einfach umzudrehen: Würde uns das Thema als Leser, Zuhörer oder Zuschauer wirklich interessieren? Nur wenn man diese Frage mit „ja“ beantworten kann, hat man etwas, das man einem Redakteur guten Gewissens vorschlagen kann.

Mehrwert durch Information

Eine wesentliche Aufgabe von PR-Spezialisten ist, solche Themen zusammen mit dem Kunden herauszuarbeiten. Erst wenn man glaubt, dass die jeweiligen Medien bei ihrem Publikum einen Mehrwert durch die Informationen erreichen, sollte man diese auch anbieten. Im Wettbewerb der Informationen kommt solch scheinbar theoretischen Fragestellungen nach Zielgruppe und Argument also eine wesentliche Rolle zu. Die Aufgabe einer guten PR-Abteilung oder PR-Agentur ist es, die richtigen Themen zu finden und sie mediengerecht aufzubereiten. Dafür ist allerdings zweierlei wichtig: Langjährige Erfahrung in der Öffentlichkeitsarbeit und möglichst gute Kenntnisse auf der anderen Seite des Schreibtischs als Journalist.

Im PR-Alltag sind viele Qualitäten gefragt

Um Öffentlichkeitsarbeit effizient und effektiv umzusetzen, braucht man viele Qualitäten. Die journalistische Arbeit ist eine der wichtigsten. Dazu gehört es, Berichte, Reportagen oder Features zu schreiben oder auch Firmenmedien zu konzipieren und umzusetzen. Ob Jahresbericht, Imagebroschüre, Produktinformation oder Internetauftritt – journalistisches Know-how wird in vielen Bereichen der Unternehmenskommunikation benötigt.

PR-Strategien richtig einsetzen

Am Anfang der Arbeit steht die Entwicklung einer PR-Strategie. Die Zielgruppen der

Beratungsförderung vom Staat

Suchen Sie hier Ihren Berater vor Ort und nutzen Sie die Beratungsförderung von bis zu 4.500 Euro.

PLZ oder Ort eingeben 20 km

RSS Feed abonnieren

MEISTGELESENE FACHBEITRÄGE

- [GmbH-Gründung statt Limited: dank der Re ...](#)
- [Basiswissen zum Urlaubsanspruch](#)
- [Neues zum Rangrücktritt von Forderungen ...](#)
- [Kleinunternehmer: wann ein Verzicht auf ...](#)
- [Elektronischer Bundesanzeiger: Veröffent ...](#)
- [Die zugezogene UK Limited – Rechnungsleg ...](#)

[Alle Fachbeiträge](#)

FÖRDERLAND-AUTOR WERDEN

Werden Sie Autor bei förderland und präsentieren Sie ihr Fachwissen einem breiten Publikum! [mehr]

Fachbeiträge E-Mail-Feed

Erhalten Sie jeden Morgen alle neuen Fachbeiträge via E-Mail. Kostenlos und aktuell!

E-Mail-Adresse

NEUE AUTOREN

- 24.11.2009 [Guido Ernst Hannig](#)
- 02.11.2009 [Thomas Gebhardt](#)
- 15.10.2009 [Matthias Meyer](#)
- 08.10.2009 [Dr. Volker Baldus](#)
- 01.10.2009 [Jochen Maaß](#)
- 17.09.2009 [Dipl.-Kfm. Axel Utecht](#)

[Alle Autoren](#)

NEUE FACHBEITRÄGE

- [Vier Management-Rollen bestimmen die Bil ...](#)
- [Grundlagen der Online-PR](#)
- [10 Vorteile von Werbefrieden](#)
- [Erben und Steuern](#)
- [Von Anfang an den/die richtigen Mitarbei ...](#)
- [Attraktivität des Standards "IFRS für kl ...](#)

[Alle Fachbeiträge](#)

Der richtige Steuerberater

Steuerberater-Suche

unverbindliche kostenlose Anfrage

Tipp

MARKTPLATZ

- Vorlagen**
Über 5000 professionelle Vorlagen
- Franchise-Ideen**
Franchise-Systeme im Vergleich.
- Hochschulen in Deutschland**
Adressen und Informationen
- Gründungsberater in Ihrer Nähe**
Finden Sie den besten Gründungsberater
- förderland-Buchshop**
Buchempfehlungen, Rezensionen
- Software-Katalog**
Branchensoftware, Standardsoftware



