

## [Kommunikation entscheidet über Erfolg oder Misserfolg!]

„Man kann nicht **NICHT** kommunizieren“.

**Marketing wird als umfassende Betriebskonzeption gesehen.**

**Marketing = Produkt – Preis – Platzierung – Promotion**

1. Marketingziel: **WO** wollen wir hin?
2. Marketingstrategie: **WIE** kommen wir dahin?
3. Marketingmix: **WAS** müssen wir dafür einsetzen?

**PR** steht für Public Relations und meint „*die Kunst, durch das gesprochene oder gedruckte Wort, durch Handlungen oder durch sichtbare Symbole für die eigene Firma, deren Produkt oder Dienstleistung eine günstige öffentliche Meinung zu schaffen.*“

[Die wichtigsten Zutaten der PR:]

- **PR-Ziele:** was will man mit der PR-Kampagne erreichen? Die Ziele der PR genau festlegen; viele Menschen stürmen vorwärts, ohne ihre Ziele zu kennen. Das Ziel sollte in einem Satz zusammenfasst werden können.
- **Nachrichtenwert:** Ein PR-Thema wird grundsätzlich deshalb aufgegriffen, weil es berichtenswert ist. An erster Stelle steht die Emotion.
- **Botschaft:** Gute PR ist die PR, die weite Verbreitung erzielt und eine klare Botschaft übermittelt. Danach wichtige Fakten sammeln – ohne diesen Hintergrund geht es nicht. Ideen sammeln und aufschreiben; man hat ständig Ideen, aber man verliert sie, wenn man sie nicht festhält! Stift und Notizblock immer dabei haben – auf dem PC einen Ideenordner anlegen.

**Zu den Zielen von PR gehört dabei:**

- Erzeugung **positiven** öffentlicher **Meinung; Imagepflege**, -Aufbau, -verbesserung; Erhöhung der **Aufmerksamkeit und Bekanntheit**
- Stärkung des **Vertrauens** in ein Unternehmen und der **Glaubwürdigkeit**
- Erschließung **neuer Märkte** und Zielgruppen; **Mitgliederbindung** und Neumitglieder-Gewinnung

**Der/Die PR-Beauftragte im LV/Verein ist verantwortlich für die Kommunikation zwischen dem LV, dem DMVY und der wichtigen Öffentlichkeit. PR ist ein Bestandteil der Promotion oder Kommunikationspolitik unter dem übergeordneten Dach des Marketings.**

**PR-Kommandozentrale → Arbeitsplatz**

Um effektiv und effizient PR machen zu können benötigen Sie einen Arbeitsplatz; der muss weder ausgefallen noch teuer sein; alles was Sie wirklich benötigen ist ein **Schreibtisch**, ein **Telefon**, ein **Computer/Laptop**, **Internetanschluss**, eine **Kamera**, eine **Kontaktdatenbank**, ein **Wörterbuch**. SKYPE & CLOUD-Zugang.

### [Strukturen, die für eine zielgerichtete PR notwendig sind]

- Die PR-Referenten der LV sind das **Bindeglied zur PR des Verbandes** und den **Vereinen** und kommunizieren mit den Medien im eigenen Bundesland.
- Der Presse-Referent des LV/Vereins ist **Ansprechpartner für die Presse** vor Ort und kommuniziert mit den regionalen **Medien, Institutionen und Personen vor Ort. Bildrechte** bei Events vor Ort sichern!
- Weiterleiten von relevanten Informationen: **Regelmäßiger Infoaustausch**, auf dem eine gemeinsame Pressearbeit aufgebaut werden kann.
- Eine optimale PR-Arbeit ist nur auf der Grundlage eines **regelmäßigen, gegenseitigen Informationsaustauschs** möglich. Deshalb ist das **Weiterleiten von Inhalten an die PR, die für Veröffentlichungen relevant sind** (Termine, Hintergrundinformationen zu Veranstaltungen, Botschaften und Themen allgemein), wichtig.

### [Zielmedien und Zielpublikum]

- Sprechen Sie ein **Gefühl** an: wenn Sie die Presse/den Leser zum Lachen oder Weinen bringen, oder auch wütend machen können, wird Ihre PR meistens Ergebnisse erzielen.
- Die PR sollte in andere **Marketingmaßnahmen integriert** sein, z. B. wenn ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung eingeführt wird.
- Die PR sollte **immer auf dem Laufenden** sein. Es ist von zentraler Bedeutung, dass ein PR-Fachmann während strategischen Brainstormings mit dabei ist.
- Die PR sollte mit anderen Komponenten des Marketingmixes **bei jeder Gelegenheit eingesetzt** werden.

### [Informierende Medienarbeit]

#### Wann ist eine Nachricht eine Nachricht?

Wenn sie **NEU / AKTUELL / WICHTIG / INTERESSANT** ist!

Für jede Nachricht gilt: das Wichtigste an den Anfang und die sieben W-Fragen der Sachebene müssen beantwortet werden:

**WER? WANN? WO? WAS? WIE? WARUM? WOHER ? (Quelle)**

#### Zusammenfassende K-Formel:

**Konkret:** Schreibe Sie nicht Pflanze, wenn eine Rose in der Vase steht.

**Klar:** Viele Verben, wenig Substantive.

**Knapp:** Nicht mehr Wörter als nötig, ohne nur kurze Sätze zu schreiben.

**Kurzweilig:** Etwas Neues in jedem Satz, eine Prise Überraschung.

**„Kommunikation ist alles. Oder: ALLES ist Kommunikation!“**