

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6344/1611885/wie-viel-pr-brauchen-kleine-und-mittelstaendische-unternehmen-news-aktuell-im-gespraech-mit-pr> abgerufen werden.

news aktuell GmbH

Wie viel PR brauchen kleine und mittelständische Unternehmen?
news aktuell im Gespräch mit PR-Beraterin Kathrin Behrens

11.05.2010 - 10:34 Uhr, news aktuell GmbH

Hamburg (ots) - Auf Kommunikation zu verzichten heißt, Potenziale zu verschenken. Besonders kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) sowie Unternehmensgründern ist oftmals nicht bewusst, dass sie mit überschaubaren Mitteln große Sprünge machen können. Wie PR-Schaffende sich mit kleinen Budgets optimal positionieren, erklärt PR-Beraterin Kathrin Behrens. Sie ist zudem Referentin des media workshops "Grundlagen der PR für KMU und Unternehmensgründer", das die dpa-Tochter news aktuell am 24. und 25. Juni in Hamburg anbietet.

Weitere Informationen zum Seminar unter: www.media-workshop.de/seminare/1364

news aktuell: Kleinen und mittelständischen Unternehmen fehlt oft das Budget für PR. Einige verfügen noch nicht einmal über eine Kommunikationsabteilung. Sind in diesen Fällen tatsächlich mit kleinen Schritten große Sprünge möglich?

Behrens: Ja. Etwas zu sagen ist immer besser, als gänzlich den Mund zu halten. Wer nicht von sich Reden macht, über den wird nicht geredet. Produkte, Unternehmen oder Ideen brauchen Öffentlichkeit für ihren Erfolg. Gerade wer mit seiner Kommunikation ganz vorne anfängt, kann sich mit wenig Aufwand aber einer präzisen Anleitung eine solide Kommunikationsgrundlage schaffen. Was es hier braucht, ist ein Baukasten für Basis-PR. Dieser lässt sich klar definieren.

news aktuell: Was gehört denn in so einen "PR-Baukasten"?

Behrens: Zunächst braucht jedes Unternehmen einen übergeordneten Kommunikations-Plan. Und das ist keine Zauberei: Ziele und Zielgruppen der PR-Arbeit müssen zunächst sauber ausgearbeitet werden. Darüber hinaus bedarf es einer sorgfältig ausgewählten Kernbotschaft - hier geht es darum genau zu reflektieren, welche Message für den Erfolg am wichtigsten ist und sich daher nachhaltig in den Köpfen der Zielgruppe festsetzen sollte. Auf dieser Grundlage lassen sich dann sehr schnell erste PR-Aktionen umsetzen.

news aktuell: Gibt es denn PR-Maßnahmen die alle Unternehmen gleichermaßen machen sollten? Kann man alle so über einen Kamm scheren?

Behrens: Nein und ja. PR sollte sehr individuell auf die Bedürfnisse eines Kunden abgestimmt werden. Wer ein neues Gütesiegel für Bioprodukte auf den Markt bringt, hat andere Hürden zu überwinden, als der Hersteller eines 3D-Fernsehers beim Produktlaunch. Wenn es jedoch um die Aufbau-Arbeit geht, so gibt es gewisse Pflichtkomponenten, um die keiner herum kommt. Hierzu gehören zum Beispiel eine Basis-Ausrüstung für die Presse, der Auftritt im Internet, der auch auf Journalisten ausgerichtet ist, sowie ein Journalistenverteiler mit den wichtigsten 20 Medien - PR-Bausteine, die überschaubar sind.

news aktuell: Würden Sie auch kleinen Unternehmen raten, sich an die Medien zu wenden?

Behrens: Auf jeden Fall sollten auch kleine Unternehmen die Medien als Multiplikatoren nutzen. Viele Journalisten finden die Stories, die Produkte und die Innovationskraft von Newcomern am Markt sogar spannender, als die der großen Player, über die ohnehin jeder schreibt. Entscheidend ist es allerdings, den richtigen Aufhänger zu identifizieren, um einen Redakteur für sich zu gewinnen. Jemand, der hier gänzlich unerfahren ist, tut sich meist schwer, die passenden Themen zu finden. Dabei bedarf es häufig lediglich eines gewissen Grundverständnisses dafür, wie man aus einem vielleicht eher sachlichen Thema eine spannende Story macht, über die man mehr erfahren möchte.

news aktuell: Wie sollten PR-Verantwortliche konkret vorgehen, wenn sie den Kontakt zu den Medien suchen? Einfach anrufen?

Behrens: Berührungängste sind unnötige Hürden. Allerdings sollte ein Anruf in einer Redaktion oder der Versand einer Pressemitteilung gut vorbereitet sein. Das fängt damit an, dass ich den richtigen Journalisten für mein Anliegen kontaktiere. Daher muss ich vorab genau prüfen, in welches Ressort, zum Beispiel Lokales, Wirtschaft, Feuilleton, mein Thema überhaupt passt und wer in der Regel hierüber schreibt. Auch Inhalt und Ziel meiner Aktion sollten klar sein: Will ich den Journalisten zur Einweihungsfeier einladen, ihm meine Produktion zeigen - oder kann ich ihm sogar eine spannende Geschichte oder aktuelle Fakten liefern? Wer sich einmal damit auseinandersetzt, wie Journalisten arbeiten, profitiert hiervon langfristig. Das Seminar "Grundlagen der PR für KMU und Unternehmensgründer" liefert hier pointiert Inhalte, die zu den gewünschten großen Sprüngen befähigen.

Über die Referentin: Kathrin Behrens (Jahrgang 1967) ist Leiterin einer Kommunikationsberatung und verfügt über langjährige Erfahrung in der PR-Branche. Sie leitete die Unternehmenskommunikation der Verlagsgruppe Handelsblatt und war zuvor bei Kohtes Klewes (heute "Ketchum Pleon") unter anderem als Group-Head für den Bereich Presse- und Medienarbeit zuständig. Als freie Mitarbeiterin arbeitete sie bei ARD und ZDF. Seit vielen Jahren vermittelt sie in Seminaren Grundlagen und Strategien für erfolgreiche PR-Konzepte. Zugleich berät sie namhafte Unternehmen in Hinblick auf ihre strategische Ausrichtung und Ausgangsposition für einen erfolgreichen Auftritt in der Öffentlichkeit.

Zu den Fortbildungsseminaren von news aktuell: Kleine Seminargruppen und namhafte Referenten sichern den Lernerfolg und eine exzellente Betreuung aller Teilnehmer. Alle Themen bietet news aktuell auch als Inhouse-Seminar. Seit dem Jahr 2001 haben bereits mehr als 9.000 PR-Fachkräfte an den Fortbildungen der dpa-Tochter in Deutschland und der Schweiz teilgenommen.

Das gesamte Programm 2010:

<http://www.media-workshop.de/programm2010>

Pressekontakt:

news aktuell GmbH
Nicole Hirt
Assistentin media workshop
Tel.: +49(0)40-4113-32795
media-workshop@newsaktuell.de
www.media-workshop.de

Originaltext:

news aktuell GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6344/news-aktuell-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6344.rss2