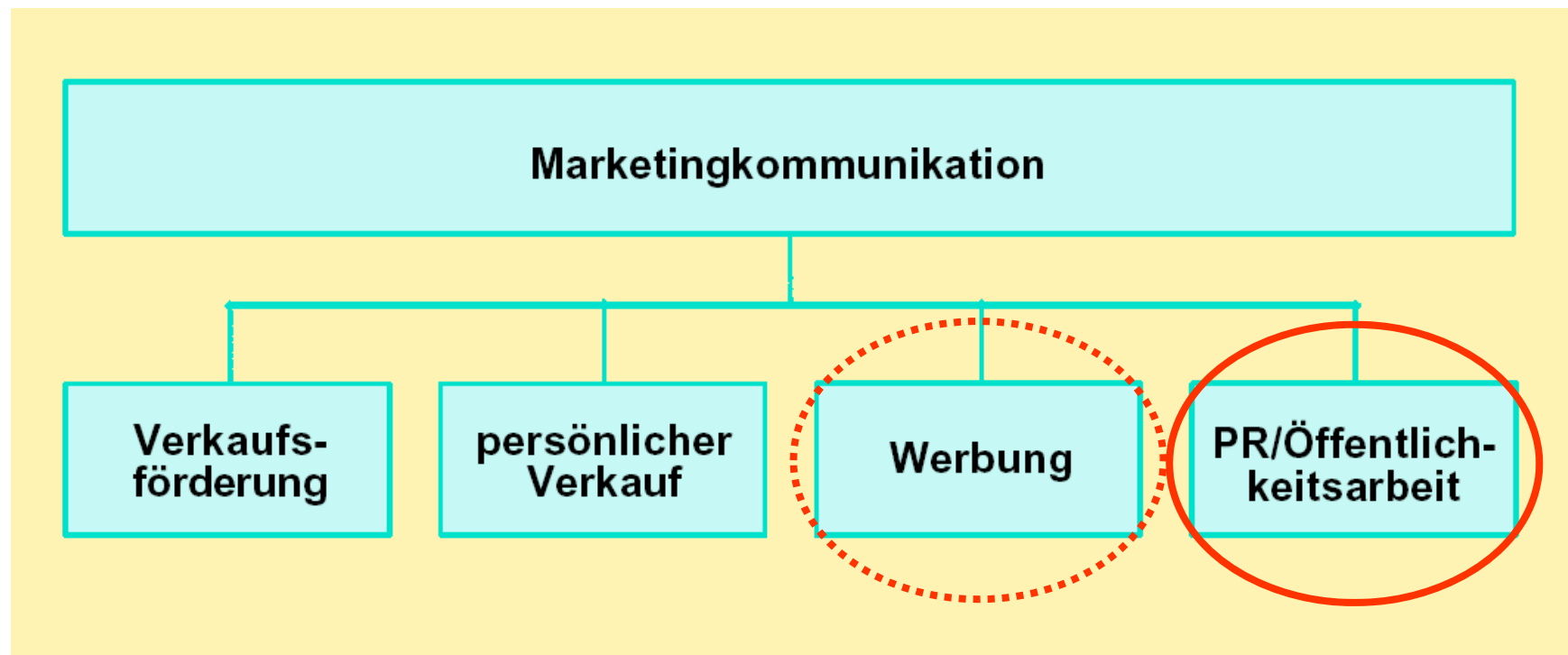


Professionelle PR-Services



**Ein Angebot der
Brevis GmbH
Marketing und Kommunikation
Paderborn**

PR/ÖA als Bestandteil der Marketingkomm.



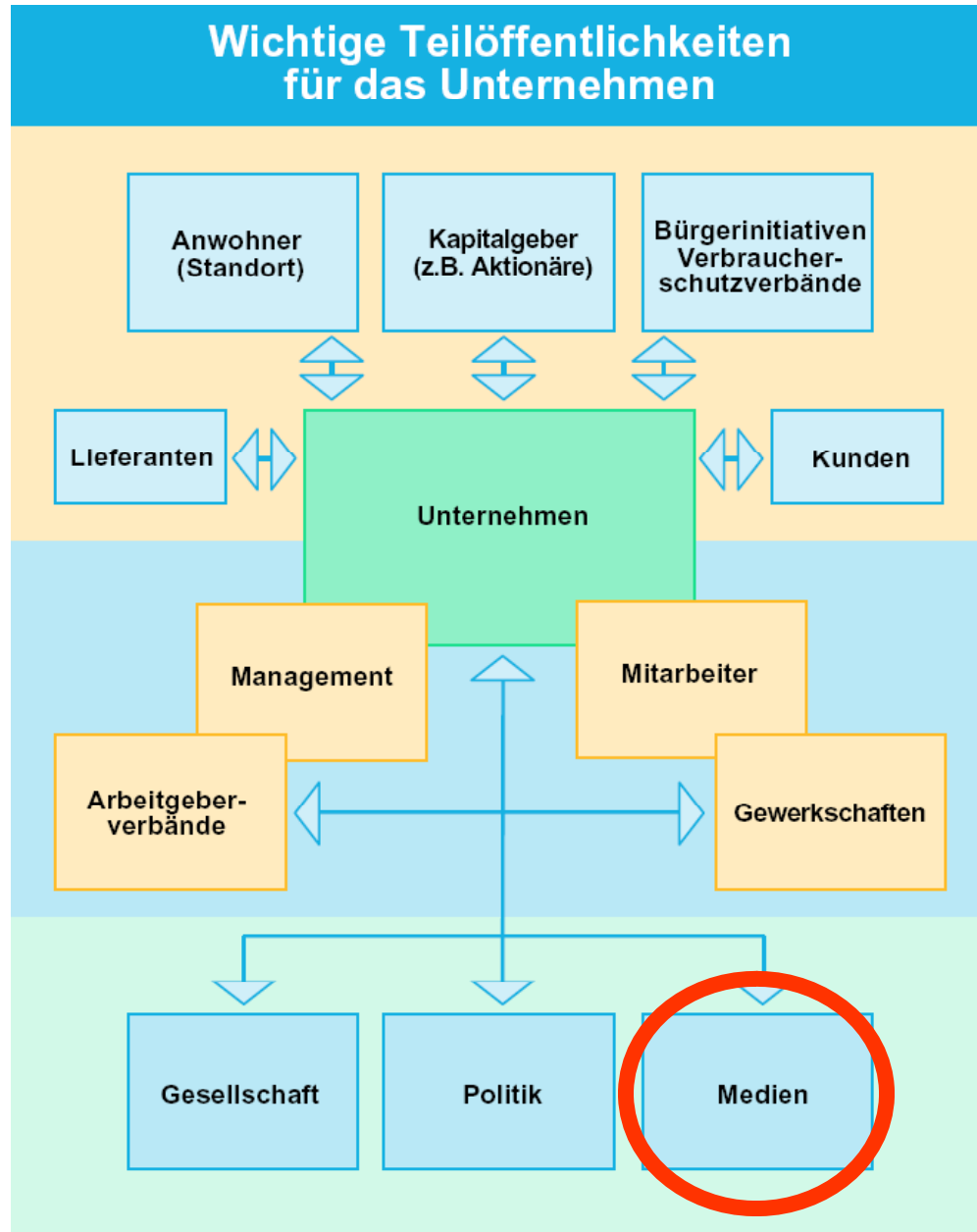
Ziel der PR/Öffentlichkeitsarbeit

Das **Unternehmen** und seine **Produkte**
langfristig und **glaubwürdig**
in der **Öffentlichkeit** darstellen, um ein
positives Grundimage zu erzeugen
und zu **festigen**

Chancen der PR/Öffentlichkeitsarbeit

- Mit relativ **kleinen Budgets** (gegenüber z. B. Anzeigenwerbung) eine **große Zahl von Zielpersonen** erreichen
- PR ermöglicht **soliden Imageaufbau** in einer **breiten Öffentlichkeit** durch langfristige Perspektive
- **Persönliche Beziehungen zu Medienvertretern** schaffen wertvolles „**Good-Will-Polster**“ in **Krisensituationen**
- Gutes Image **verbessert die Wettbewerbssituation** und steigert so langfristig **Umsätze und Erträge**
- Gute Sympathiewerte in der Öffentlichkeit **öffnen Kapitalmärkte** (können z. B. auch **Zinsen senken**)

PR/ÖA-Umfeld



- Beachtung der komplexen Unternehmensbeziehungen
- Befriedigung der Informationsanforderungen möglichst aller Teilöffentlichkeiten

Instrumente der PR/ÖA

- **Presse-/Medienarbeit** (Aufbau und Pflege der Beziehungen zu Medienvertretern), um das Unternehmen und seine Produkte in der Öffentlichkeit glaubwürdig positiv darzustellen; => langfristige Wirkung)
 - **Presseverteiler** (Aufbau und Pflege einer Liste/Datei mit den Vertretern von Presse, Hörfunk und Fernsehen = Adressaten der Pressearbeit) **als eines der wichtigsten Instrumente**
 - **Medien-/Pressemitteilung** (Versand von Informationen zu aktuellen Themen)
 - **Pressekonferenz** (nur für sehr wichtige oder komplexe Informationen)
 - **Pressegespräch/“Kamingespräch“** (mit aus Unternehmenssicht besonders wichtigen Medienvertretern, um Hintergrundinformationen weiterzugeben)
 - **Bereitstellung von Standard-Unternehmensinformationen** (Logos, „Boilerplate“, Historie, Management-Vitae, Personal-/Produkt-Fotos etc.)
 - **Ständige Beobachtung der Medien und ihrer Inhalte unter dem Aspekt der Unternehmensinteressen** (Darstellung des Unternehmens, der Konkurrenten, Entwicklungen in der Branche usw.), **Aufbereitung und Archivierung** für die Unternehmens-Entscheider
 - **Gegendarstellung** (als allerletztes Mittel)
-

Instrumente der PR/ÖA (2)

- **PR-Zeitschriften/Newsletter** (Kunden/Mitarbeiter)
- **PR-Anzeigen** (fließende Grenzen zu Werbeanzeigen)
- **Geschäftsbericht oder Lagebericht als Rechenschaftsbericht des Unternehmens**
- **Produkt-PR** (Erzeugung von positiven Einstellungen zu einem Produkt durch Verbreitung von ergänzenden Hintergrundinformationen, z. B. zu Themen wie Umwelt, Gesundheit, Ressourcenschonung, ...)
- **Product Placement** (Darstellung von Produkten in Film und Fernsehen)
- **Krisen-PR** (Im Ernstfall richtig kommunizieren)
- **Wirkungsanalysen/Evaluation** (Markt- und Meinungsforschung, Inhaltsanalysen)

Kommunikationsmittel der PR/ÖA

- **Aktionen** (z. B. Verlosungen, Wettbewerbe, Info-Mobile)
- **Audiovisuelle Medien** (Funk- und Fernsehbeiträge, Video- und Filmproduktionen, Diashows, Multimedia)
- **Events** (Konferenzen, Seminare, Verbrauchererklärungen, Tage der offenen Tür, Sportfeste, Jubiläen, Kulturveranstaltungen, Festivals)
- **Medienaktivitäten** (Pressedienst, Reportagen, Presseveranstaltungen, Pressemitteilungen, Talk-Shows, Interviews)
- **Printmedien** (Geschäftsberichte, Festschriften, Broschüren, Direct-Mailings, Anzeigen, Plakate)
- **Training** (Mitarbeiterschulung, Argumentationstraining, Medientraining, Fortbildung)
- **Sonderformen** (Incentives, Sponsoring, Product Placement)

Presse-/Medienverteiler

- **Nachrichtenagenturen, Zeitungen** (lokal, regional, überregional), **Anzeigenblätter, Zeitschriften** (allgemeine, fachbezogene), **Hörfunk** (Lokalsender, Regionalsender, landesweite Sender), **Fernsehen** (landesweit, bundesweit),
- Je Thema/Botschaft muss **Auswahl** daraus getroffen werden,
- **Vollständige und korrekte Namen** (Vor- und Nachname, Titel) der Ansprechpartner auf Medienseite,
- Telefon-/Faxnummern (dienstlich und privat), E-Mail-Adresse der verantwortlichen **Journalisten und der Ressortleiter**,
- **Titel** des Mediums,
- **Themenschwerpunkte**,
- **Erscheinungstermine und Redaktionsschluss**,
- **Technische Daten** für die Aufbereitung des Manuskripts,
- U. U. weitere wichtige Daten (z. B. Geburtstage, Jubiläen)

Presse-/Medienmitteilung

- **Unbedingt inhaltliche und formale Regeln beachten (Checklisten)**
- **Anlässe für Medienmitteilungen (Beispiele)**
 - Wichtige **Personalnachrichten** (z. B. Wechsel in der Geschäftsführung, Jubiläen, Todesfälle)
 - **Kauf eines Grundstücks, Bau/Einweihung eines neuen Gebäudes**
 - **Aktivitäten auf neuen Märkten**, regional und produktbezogen
 - Wichtige **Änderungen in der Unternehmensstruktur** (Neuorganisation, Fusionen)
 - **Ortswechsel** des Unternehmens
 - Entwicklung und Vermarktung eines **neuen Produktes**
 - Herausgabe des **Jahres- oder Geschäftsberichtes**
 - **Änderung der Rechtsform oder des Namens** des Unternehmens
 - **Gegendarstellungen** nach Veröffentlichung falscher Meldungen über das Unternehmen

Typische Fehler in der Öffentlichkeitsarbeit

- **Keine oder nur wenig Öffentlichkeitsarbeit:**
 - Überlässt das Feld anderen, die über das betreffende Unternehmen berichten - und zwar nicht unbedingt in dessen Sinn
- **Zu werbliche Information** ("Wir sind die Besten, Größten und Schönsten"):
 - Wirkt unglaubwürdig
- **Schönung bestimmter Tatbestände** (die Öffentlichkeit belügen):
 - Führt meist zu langfristigen Schäden des Images
- **Fehlende oder zu schwache interne Kommunikation:**
 - Die eigenen Mitarbeiter fallen als Meinungsmultiplikatoren aus, das eigene Image in der Öffentlichkeit ist nicht bekannt, klare Zielvorstellungen in der Öffentlichkeitsarbeit fehlen
- **Herausgabe von Presseinformationen ohne wirklichen Nachrichtenwert:**
 - Zukünftige wichtige Informationen werden nicht mehr (richtig) zur Kenntnis genommen/weitergegeben

Aufgaben und Ziele des PR-Dienstleisters

- **Aufgaben:**
 - Beratung in Sachen Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation
 - Konzeptions-,
 - Gestaltungs-,
 - Vermittlungs- und
 - Realisierungsleistungen
- **mit dem Ziel der Pflege und Förderung der Beziehungen zur inner- und außerbetrieblichen Öffentlichkeit**

Unser Angebot für Sie

- **Entwicklung von PR-Konzeptionen**
Nach dem Baukastenprinzip – Sie bekommen genau das, was Sie benötigen
- **Recherche Ihres persönlichen Presseverteilers** (Medien u. Journalisten)
aus Medien-Datenbank mit rund 100.000 Personenadressen von Medienvertretern
- **Erstellung und Lektorat von Texten für Medienmitteilungen, Fachpresseartikel, Newsletter, PR-Mailings, Geschäftsbericht, Ansprachen etc.**
Ihre Botschaften in gefälliger Sprache, geeignet zum sofortigen Abdruck
- **Personalisierter Post- und Faxversand an Presseverteiler**
Damit Ihre Informationen dort ankommen, wo sie wirken
- **Personalisierter E-Mail Versand an Presseverteiler**
Geben Sie anderen die Möglichkeit, Ihre Texte gleich 1:1 zu übernehmen
- **Erstellung kompletter Pressemappen (z. B. für Messen, PKs)**
Kreation aller Bestandteile (Medienmitteilung(en), Fotos, CD-ROM, Mappe, ...),
Produktion, Konfektionierung

Unser Angebot für Sie

- **Planung und Durchführung von Pressekonferenzen, Redaktionsbesuchen, Pressefahrten und Kamingesprächen**
Sie selbst bringen Ihre Informationen auf dem direkten Weg in die Öffentlichkeit
- **Clipping Service (Erfolgskontrolle und Branchenbeobachtung)**
Wir beobachten die für Sie relevanten Medien, schneiden interessante Meldungen aus und faxen sie Ihnen tagesaktuell zu. Nebenbei entsteht ein **unschätzbares Archiv** für spätere Recherchen. Auf Wunsch verfassen wir für Sie **regelmäßige Zusammenfassungen über Märkte, Produkte, Mitbewerber und Branchentrends**
- **Erstellung kompletter Newsletter** für Kunden oder Mitarbeiter
Recherche, Text, Gestaltung; Print-Produktion oder E-Mail; Versandservice
- **Einrichtung virtueller Pressezentren**
Journalisten bedienen sich auf einer Webseite selbst (Ihr Logo, Lebensläufe Ihrer Geschäftsleitung, Fotos, Produkt- / Personalfotos, Geschäftsberichte etc.)
- **Durchführung von Bekanntheits- und Imageanalysen**
Was macht Ihr Wettbewerb, und wie sind Sie oder Ihre Produkte platziert?

Die Vorteile für Sie

- Eine externe Agentur gewährleistet eine **objektivere Beurteilung** der Kommunikationssituation
 - **Projekte und Ideen** können mit externen Beratern **gemeinsam neu interpretiert und realisiert** werden
 - Die Zusammenarbeit beugt der '**Betriebsblindheit**' vor und gibt so den Weg frei für mögliche **innovative Lösungen**
 - Sie erhalten einen hohen Grad an **Professionalität** (Agenturen müssen ihre Professionalität ständig beweisen, da der Vertrag ansonsten gekündigt wird)
 - Sie haben das volle **Know-how und die Erfahrung von Kommunikations-Fachleuten** jederzeit auf Abruf zur Verfügung
 - Sie **sparen Ressourcen und Kommunikationsspezialisten** im eigenen Hause, durch die Zusammenarbeit entstehen **keine langfristigen Fixkosten** (Räumlichkeiten, technische Hilfsmittel, Personalkosten)
 - Sie erhalten **erstklassige Beratungs-, Konzeptions- und Textqualität**
 - Ihr **Aufwand für Ihre optimale Unternehmenskommunikation wird minimiert**
 - Sie bleiben **frei für strategische Aufgaben**
-

Unsere Kunden (Auszug)



Ihr Ansprechpartner



- Ralf Bäumer** (1955), Dipl.-Kfm. (1982), Gründer und Inhaber der Brevis GmbH Marketing und Kommunikation
- ◆ Nixdorf Computer AG (1982 - 1990), diverse Positionen in Großkundenvertrieb, Presse, Verkaufsförderung, Werbung
 - ◆ Siemens Nixdorf Informationssysteme AG (bis 29. 2. 96), verschiedene Stationen in Vertriebsmarketing, Unternehmenskommunikation (Werbeleiter unter anderem für Plattformprodukte und Industrie / Handel / Dienste)
 - ◆ Zuletzt Werbeleiter (weltweit) der Midrange Systems Unit (UNIX Serverfamilie) mit Jahresumsatz über 1 Mrd. DM
 - ◆ Am 1. April 1996 Gründung der Brevis GmbH

So finden Sie uns



Brevis GmbH
Marketing und Kommunikation
Bielefelder Straße 4
D-33104 Paderborn-Schloß Neuhaus

Mail: baeumer@brevis.de

Internet: www.brevis.de

Tel.: + 49 (0) 52 54 - 80 25 36

Fax: + 49 (0) 52 54 - 80 26 47

Mob.: + 49 (0) 1 71 - 4 58 18 43