

Public Relations: Workshop für Maler- und Gipserunternehmer

Text red. **PR ist die Abkürzung für Public Relations und steht für Kommunikation mit der Öffentlichkeit. Auch gewerbliche Unternehmen stehen in Kontakt mit der Öffentlichkeit, seien dies nun Kunden, Behörden oder das breite Publikum. Wie PR funktioniert und worauf konkret zu achten ist, vermitteln vom SMGV organisierte Workshops.**

Kommunikation ist alles, und alles ist Kommunikation. Deshalb möchte der SMGV seinen interessierten Mitgliedern die Welt der öffentlichen Kommunikation näher bringen. Als ersten Schritt bietet er denjenigen Mitgliedern, die das SMGV-Marketingpaket erworben haben, halbtägige, kostenlose PR-Workshops an. Geleitet werden diese von ausgebildeten Fachleuten der Zürcher PR-Agentur Paroli. Durchführungs-ort ist Wallisellen.

PR ist langfristig angelegt

PR soll Bekanntheit und Vertrauen schaffen und kann präventiv helfen, Marketing- und Werbebudget zu sparen. Anders gesagt: Wer es sich in der Öffentlichkeitsarbeit verscherzt hat, dem nützen die besten Produkte, Kampagnen und Werbemassnahmen oft nichts mehr, um seinen Ruf zu retten. Der nachhaltige Nutzen geschickter PR liegt also auf der Hand. Gute PR lohnt sich vom ersten Tag an.

Die heutige Informationsflut birgt Gefahren. Doch richtig eingesetzt, werden Informationen zum Erfolgsfaktor. Ob aktiv in den Medien gestreut oder passiv für den Fall der Fälle vorbereitet – die richtigen Botschaften bewirken in vielen Fällen Wunder. Wer die Medienkanäle geschickt nutzt, steigert und festigt oft mit wenig Aufwand Bekanntheit und Goodwill in der Öffentlichkeit.

Die Bandbreite von PR ist gross. Genau genommen ist jedes Wort, jedes Handeln, das die Öffentlichkeit tan-

Werbung – Marketing – PR

- Wenn er ihr erzählt, was für ein grossartiger Typ er sei, so ist das Werbung.
- Wenn er ihr erzählt, was für eine wundervolle Frau sie sei, dann ist das Marketing.
- Wenn andere ihr erzählen, was für ein grossartiger Kerl er sei, dann ist das PR.

giert, PR-relevant. Und dabei existieren auch Überschneidungen zu den Bereichen Marketing oder Werbung. PR visiert jedoch primär langfristige Ziele an und setzt auf Werte wie Goodwill, Vertrauen, Transparenz usw. Marketing und Werbung hingegen wirken kurz- und mittelfristig und zielen vor allem auf Absatzförderung ab (vgl. auch Kasten).

Inhalt des PR-Workshops

Im Workshop wird zuerst PR-Grundwissen vermittelt. Die Teilnehmer sollen erkennen, welche Bedeutung PR hat und wie sie grundsätzlich funktioniert. Beispielsweise ist es nicht möglich, nicht zu kommunizieren, denn auch wer schweigt, sendet eine Botschaft aus.

Im Weiteren werden konkrete Tipps und Tricks aus der Welt der PR vermittelt. Zum Beispiel gibt es den Grundsatz «intern vor extern»: Bevor Informationen nach aussen getragen werden, müssen interne Dialogpartner wie Mitarbeiter, Auszubildende oder Geschäftspartner in den Informationsprozess eingebunden sein. Anhand konkreter An-



PR ist Wahrnehmungs-Management. Ähnlich wie die berühmten drei Affen hören oder sehen die Menschen nicht das, was wir ihnen sagen oder zeigen. Geschickte PR orientiert sich deshalb am Wahrnehmungsvermögen des Nachrichtenempfängers. (Foto: Marcus Tièschky)

wendungsfälle lernen die Teilnehmer das Wichtigste über PR, z.B. PR anlässlich eines Tags der offenen Tür, PR bei einem Firmenjubiläum oder Krisenkommunikation (z.B. der Umgang mit der «Medienmeute» nach einem Brandfall in der eigenen Werkstatt).

PR-Bedarf steigt

Offenes und transparentes Kommunizieren wird auch von den Medienvertretern geschätzt. Doch nicht jedes Unternehmen oder jede Institution kann sich selbst um seine PR kümmern. Oft werden PR-Tätigkeiten deshalb ausgelagert. Da das Bedürfnis in diesem Be-

reich ständig wächst, werden immer mehr PR-Fachleute ausgebildet. Was früher nebenbei erledigt wurde, ist heute anerkanntes Handwerk, ausgeübt von Profis. Dennoch zahlt es sich für jedermann aus, mehr über PR zu lernen. Die Workshops des SMGV bieten Hand dazu.



Anmeldung

Zutreffendes bitte ankreuzen · Anmeldeschluss ist der 2. Oktober 2006

- Ich bin SMGV-Mitglied, habe das Marketingpaket bereits gekauft und melde mich für den Gratis-PR-Workshop an, den ich unten angekreuzt habe.
- Ich bin SMGV-Mitglied und möchte das Marketingpaket kaufen, damit ich an einem der PR-Workshops teilnehmen kann. Den gewünschten Workshop habe ich unten angekreuzt.
- Ich bin interessiert an einer SMGV-Mitgliedschaft. Bitte senden Sie mir Unterlagen.

Daten der PR-Workshops

Bitte 3 mögliche Daten ankreuzen (die definitive Zuteilung wird bis Mitte Oktober 2006 mitgeteilt)

	VM*	NM*		VM*	NM*		VM*	NM*
Di, 14.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mi, 22.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Di, 5.12.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mi, 15.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Do, 23.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mi, 6.12.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Do, 16.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mi, 29.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Do, 7.12.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Di, 21.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Do, 30.11.06	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

* VM = Vormittag (9–12 Uhr), NM = Nachmittag (14–17 Uhr)

Durchführungsort: SMGV, Grindelstr. 2, 8304 Wallisellen

Bei zu geringer Teilnehmerzahl können einzelne Workshops zusammengelegt werden.

Vorname, Name _____

Firma _____

Adresse _____

PLZ, Ort _____

Tel. _____ Fax _____

E-Mail _____

Bemerkungen _____

Datum _____ Unterschrift _____

Bitte einsenden an SMGV, Peter Seehafer, Postfach 73, 8304 Wallisellen, Fax 043 233 49 61, technik@malergipser.com