

na•news aktuell

Ein Unternehmen der sda-Gruppe

Neue Impulse für PR-Konzepte - news aktuell im Gespräch mit PR- Expertin Kathrin Behrens

19.08.2010 - 09:30 Uhr, news aktuell (Schweiz) AG

Zürich (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial steht zum kostenlosen Download bereit unter: <http://www.presseportal.ch/de/pm/10000003> -

PR-Konzepte sind methodische Anleitungen für die es allgemeine Vorgaben gibt. Darüber hinaus hat man jedoch viele Freiheiten, was die Ausgestaltung von Konzepten angeht. Die SDA-Tochter news aktuell sprach mit der Expertin Kathrin Behrens über die dos and don'ts bei der Konzepterstellung. Sie ist zudem Referentin des media workshops "PR-Konzepte für Fortgeschrittene", den news aktuell am 14. und 15. Oktober in Zürich 2010 anbietet.

Weitere Informationen zum Seminar unter: www.media-workshop.ch/workshop/1273

news aktuell: Oft halten Unternehmen an bewährten PR-Konzepten fest. Warum ist es sinnvoll, sich neue Impulse zu holen?

Behrens: Ein Konzept spart Budget - denn nur wer seine Kommunikation stramm plant und die Aktivitäten unter einen übergeordneten Handlungsplan stellt, gibt sein Geld sinnvoll aus. Zudem ist ein Konzept für den Erfolg der PR enorm wichtig, denn es zeigt dort neue Wege auf, wo die alten in Sackgassen führten. Nicht zuletzt unterstützt es dabei, aktiv anstatt reaktiv zu agieren.

news aktuell: Welche Möglichkeiten gibt es, an diese neuen, kreativen Impulse heranzukommen?

Behrens: Kreative Impulse finden sich fast überall: Eigentlich braucht man nur die Augen offen zu halten und eine gewisse Lust auf neue Trends, Events und Einstellungen mitzubringen. Oftmals ist auch ein Besuch einer Metropole, Ausstellung oder Messe ein Auslöser für neue Ideen. Ich persönlich beschäftige mich sehr viel mit Trendforschung. Hier habe ich schon so manchen kreativen Ansatz für eine Strategie gefunden, mit der ich meine Kunden begeistern konnte.

news aktuell: Erkennen Sie neue Tendenzen, die man bei der Konzeption beachten sollte?

Behrens: Es gibt viele neue Tendenzen bei Konzepten: Heutzutage hat keiner mehr Zeit, sich durch überfüllte Charts zu arbeiten, hier gilt "complexity kills". Wer hingegen die Inhalte pointiert darstellt, liegt richtig. Darüber hinaus geht es immer mehr darum, mit einem Konzept zu begeistern. Hier sind vor allem die Ansprüche an die Dramaturgie gewachsen: Ein Konzept braucht einen roten Faden und erkennbare Höhepunkte.

news aktuell: Welchen Trends sollte man Ihrer Meinung nach folgen, welchen nicht?

Behrens: Vor allem der Informationsüberfluss in unserer heutigen Welt bringt wichtige Trends mit sich: Wir brauchen griffige Konzepte - inhaltlich tiefgründig, jedoch schnell vermittelbar. Auch bei den Botschaften ist weniger mehr: Ein bis zwei sorgfältig ausgearbeitete Kernbotschaften sind effektiver als zu viele. Dies hat uns nicht zuletzt Barack Obama in seinem Wahlkampf mit "Change" und "Yes, we can!" vorgemacht. Seine Kernbotschaften bringen auf den Punkt, für was seine Politik steht. Mehr brauchte es nicht.

Was mich nicht überzeugt, ist der allgemeine Trend in Unternehmen, messbare Ziele zu formulieren. In der Realität sind die Budgets häufig so knapp, dass es mehr Sinn macht, das Geld in neue Aktivitäten zu stecken, als in teure Marktforschung oder aufwendige qualitative Medienanalysen.

news aktuell: Können Sie aus Ihrer Erfahrung sagen, wo es bei den meisten PR-Konzepten am letzten Schliff fehlt?

Behrens: Viele Konzepte fangen einfach nur mit Fleissarbeit an: Sie listen detailliert die Aspekte der Ausgangssituation auf und führen dann munter mit bunten Massnahmen fort. Das bringt gar nichts. Ein Konzept braucht Strategie und den Mut zur Analyse. Wichtig ist es, die Tatsachen intelligent zu bewerten und konsequente Schlüsse zu ziehen. Denn erst wenn wir wissen, welche Hürden uns im Wege stehen, können wir diese clever überwinden.

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 im Hinblick auf ihre strategische Ausrichtung und Ausgangsposition für einen erfolgreichen Auftritt in der Öffentlichkeit.

Allgemeines zum Weiterbildungsangebot von news aktuell: Seit dem Jahr 2001 haben über 9'000 Kommunikationsfachleute und Führungskräfte an den Seminaren von news aktuell in der Schweiz und in Deutschland teilgenommen. Die media workshops bieten rund 60 Themen zu Public Relations, Marketing und persönlichem Erfolgsmanagement. Kleine Seminargruppen und hochkarätige Referenten sichern den Lernerfolg und eine individuelle Betreuung der Teilnehmenden. Alle Themen bietet news aktuell auch als Inhouse- Seminare an.

Das gesamte Programm 2010:

www.newsaktuell.ch/pdf/mediaworkshop_programm2010.pdf

Originaltext: news aktuell (Schweiz) AG

Internet: www.presseportal.ch

Kontakt:

news aktuell (Schweiz) AG

Janine Dobler, Projekt Managerin Marketing

Tel: +41/43/960'68'14

E-Mail: media-workshop@newsaktuell.ch

Originaltext:

news aktuell (Schweiz) AG

Medienmappe:

<http://www.presseportal.ch/de/pm/10000003/news-aktuell-schweiz-ag>

Medienmappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_10000003.rss2