

21.03.2018 – 10:07 Uhr

Campaigning ist gut

Dietikon (ots) -

business campaigning GmbH wehrt sich gegen die Negativdarstellungen des Begriffs Campaigning, die aktuell durch die Medien und sozialen Medien geistern. «Campaigning ist einfach nur die Kunst, Menschen dazu zu bewegen, ihr Verhalten, Denken oder ihre Einstellungen zu ändern und einem dabei zu helfen, ein bestimmtes Ziel zu erreichen. Campaigning bewegt sich in der Regel innerhalb legaler und ethischer Grenzen. Ausnahmen davon sollten nicht verallgemeinert werden», so Inhaber und Campaigning-Pionier Peter Metzinger, der auch einmal im Jahr den Campaigning Summit Switzerland organisiert.

Der Begriff Campaigning stammt aus dem englisch-sprachigen Raum und geht zurück auf das lateinische Campus, das Feld. NGOs wie Greenpeace nutzen ihn seit Jahrzehnten, um ihre Arbeit zu beschreiben, auch in der Schweiz. Dabei geht es in der Regel darum, Menschen zu einer Änderung ihres Verhaltens, ihres Denkens oder ihrer Einstellungen zu bewegen, um ein Ziel zu erreichen.

Mögliche Ziele sind: Entscheidungen, Meinungen über Produkte, Unternehmen oder Verbände, Prävention, Kauf von Produkten, Bekanntheit von Produkten oder Dienstleistungen, Verhalten innerhalb einer Organisation, Wahl- oder Abstimmungsverhalten, Kulturwandel innerhalb einer Organisation, Akzeptanz von Änderungen bei Prozessen innerhalb einer Organisation, usw. Die Einsatzgebiete sind vielfältig.

business campaigning GmbH bietet seit mehr als 20 Jahren in der Schweiz Campaigning an und ist dabei tätig in den Bereichen Marketing, Kommunikation, Branding, Public Relations, Public Affairs, Krisenkommunikation, Social Media Marketing, Content Marketing usw., für NGOs, Behörden und Verbände, Startups, KMU und globale Konzerne. Seit dem Sommer setzt die Agentur dabei auch Künstliche Intelligenz ein.

Eine der Eigenschaften, die Campaigning von anderen Disziplinen unterscheidet, ist die echte Zielgruppenorientierung. Denn wer sorgsam mit seinem Budget umgehen will, kann es sich nicht leisten, an der Zielgruppe vorbei zu kommunizieren. Die Agentur lässt in so genannten Target Community Labs die Zielgruppe das Kampagnenkonzept für sich selbst entwickeln, um sicherzustellen, dass die Kampagne nachher auch richtig ankommt, zum Beispiel für den Film «Mein Name ist Eugen». «Es ist diese Eigenschaft, die gewisse Agenturen dazu verleitet (hat), sich auf unredliche Art und Weise Daten über Zielgruppen zu beschaffen und den aktuellen Skandal loszutreten. Illegales oder unethisches Verhalten stellen jedoch absolute Ausnahmen dar. Campaigning ist gut, wenn man es neutral betrachtet, als eine ressourceneffiziente und wirksame Methode, um Veränderungen zu bewirken», so Peter Metzinger. Um Campaigning bekannter zu machen und sich darüber auszutauschen, organisiert business campaigning GmbH seit 2013 den Campaigning Summit Switzerland. Der letzte fand am Freitag statt, der nächste am 5. April 2019.

Weitere Informationen:

www.campaigning.swiss
www.businesscampaigning.com

Kontakt:

Peter Metzinger
Telefon +41 79 628 61 26
E-Mail peter@businesscampaigning.com
Twitter @campaigning