

(B)Kom...  
PR+Kommunikation

Agentur für

Kommunikation

und

Public Relations



### Theoretisch-strategische Ebene

## Beratung und Konzepte

BKom offeriert Analysen, Strategien, Konzepte, Massnahmenpläne – kurz: durchdachte Lösungen für Ihre kommunikativen Aufgaben.

Am Anfang einer Beratung steht häufig das Kommunikationskonzept (Details siehe letzte Seite). In enger Zusammenarbeit mit den Auftraggebern werden die kommunikativen Grundlagen erarbeitet. Der Massnahmenplan bildet den Abschluss dieser Arbeiten.

Mit dem Entscheid zur Umsetzung der Massnah-

men, verlässt man die theoretische Ebene. Die Umsetzung findet auf der operativen Ebene statt.

Steht nur die Realisierung einer einzelnen Kommunikationsmassnahme an, so genügt an Stelle eines Kommunikationskonzepts eine konzeptionelle Vorphase.

Kommunikationsarbeit umfasst mehr als die nebenan erwähnten Massnahmen Drucksachen, Anlässe, Ausstellungen und Websites.

- Corporate Identity-Programme (CI) inklusive Corporate Design (CD)
- Grafische Arbeiten
- Geschäftsberichte
- Kundenmagazine, Newsletter
- Interne Kommunikation
- Hauszeitschrift

- Medienarbeit, Medienkonferenzen
- Ghost Writing
- Give-Aways, Geschenkartikel
- Filme, Videos
- Marketingkommunikation
- Produkt-PR
- Sponsoring
- Lobbying
- Krisen-PR

Auch auf all diesen Gebieten ist Ihnen BKom ein verlässlicher Partner.

### Operativ-praktische Ebene . . . . .

## Drucksachen und Redaktion

Die altbewährten Drucksachen sind noch immer ein Grundpfeiler für die meisten Kommunikationsaufgaben.

Sie lassen sich gut versenden oder mitnehmen und irgendwo in aller Ruhe studieren. Mit Bild und Text wirken sie attraktiv. Der Inhalt bringt auf den Punkt, was die Leserinnen und Leser wissen müssen.

BKom bietet von der Konzeption übers Texten und Gestalten bis hin zum Gang zur Druckerei alle Produktionsschritte an. Oder aber nur diejenigen, welche Sie nicht selber übernehmen möchten.

Speziell erwähnt seien mehrsprachige (d, e, f, i) oder fachtechnisch anspruchsvolle Werke (von Wirtschaft bis zu Sozialem, von Technik über Bau, Verkehr, Umwelt bis zu Bildung und Gesundheit).

Realisiert werden ein-, zwei- oder vierfarbige Werke auf zielgruppenorientiertem Papier in jeglicher Grösse und Auflage.



kann nicht nicht kommunizieren.“  
Watzlawick



## Anlässe, Ausstellungen

Mit einem Anlass verwöhnen Sie Ihre Zielgruppen. Mit einer Ausstellung schaffen Sie eine ungewöhnliche Atmosphäre.

Anlässe sorgen für eine willkommene Abwechslung im gewohnten Geschäftsalltag. Sie haben etwas Festliches an sich.

Wenn Sie sich sorgfältig auf den formellen Teil vorbereiten, wissen das die Teilnehmenden zu schätzen. Und beim informellen Teil, einem Apéro beispielsweise, lassen sich gewisse Dinge besser besprechen als am Telefon oder im gewohnten Sitzungsrahmen.

Beispiele:

- Medienanlass
- Tag der offenen Tür
- Betriebsbesichtigung
- Mitarbeitendenanlass
- Generalversammlung
- Betriebsjubiläum
- Produkteinführung

Mit einem Anlass erfreuen Sie Ihre Kunden oder Zielgruppen.

Auch Ausstellungen stellen eine andere als die gewohnte Erlebnisswelt dar. Die Menschen können sich darin bewegen. Sie können Ihre Organisation dreidimensional darstellen und mehrere Sinne gleichzeitig ansprechen. Damit bleiben die Eindrücke besser im Gedächtnis der Erlebenden haften.

Je nach Ihren Bedürfnissen reicht eine Ausstellung von einem 3x3m-Plakat mit Theke und Drucksachen bis zu einem ausgewachsenen Messestand oder Informationspavillon.



## Internetauftritte, Websites

Das Internet ersetzt zwar nicht alles Bisherige. Aber das „digitale Publizieren“ zeigt doch auch unerwartete Stärken.

- Keine Verteilkosten
- Tiefe Publikationskosten
- Erreichbarkeit 7x24h
- Weltweite Präsenz
- Direkte Interaktion
- Einfache Aktualisierung
- Strukturierter Auftritt

Auf einen Teil an gedruckter Information kann verzichtet werden. Der eigene Internetauftritt stellt alles Nötige für den permanenten Zugriff zur Verfügung. Aktualisierungen sind so einfach wie an jedem anderen Dokument am PC.

Als „digitale Firmenbroschüre“ oder als Informationsplattform: Mehr und mehr KMUs, Ämter sowie NGOs und NPOs nutzen die Vorteile eines Webauftritts.

Konzept, Design und Programmierung: BKom offeriert Ihnen alles aus einer Hand! Und stimmt Ihren Internetauftritt im Sinne der Corporate Identity gleich noch auf Ihre anderen Kommunikationsaktivitäten ab.



# Public Relations – methodische Kurzübersicht

Den Begriffen Kommunikationsziel, Zielgruppen und Botschaften begegnet man in der Kommunikationsarbeit (oder PR) ständig. Auch Kommunikationskonzept und Namen von PR-Spezialgebieten tauchen laufend auf. Diese Seite möchte einen kurzen Überblick vermitteln.

Die Phasen des Kommunikations-Konzepts



- Briefing, Datensammlung
- SWOT-Analyse
- Stärken / Schwächen
- Chancen / Gefahren
- Fazit

- Strategische Stossrichtung
- Kommunikationsziele
- Dialoggruppen
- Botschaften, Positionierung

- Massnahmenplanung
- Termine
- Budget
- Evaluation

Im Kommunikationskonzept wird gemeinsam mit dem Kunden oder der Kundin die Ausgangslage analysiert und daraus eine Strategie abgeleitet. Die für die Zielerreichung nöti-

gen Massnahmen werden zusammengestellt. Nach dem Entscheid zur Umsetzung können die Massnahmen im Rahmen von Terminplanung und Budget realisiert werden.

Um unnötige Streuverluste zu vermeiden, werden in der Kommunikationsarbeit immer die nötigen Zielgruppen definiert. Häufig werden mehrere Zielgruppen aus verschiedenen Lebensbereichen angesprochen. Die in der Grafik erwähnten Zielgruppen können nach unterschiedlichen Kriterien weiter unterteilt und an die Kommunikationsziele angepasst werden.



Auch die Botschaften und schliesslich die Massnahmen werden auf die Zielgruppen ausgerichtet.



Weil Kommunikationsarbeit je nach Branche und Fachbereich sehr unterschiedlich sein kann, haben sich Spezialgebiete herausgebildet. Diese orientieren sich in

erster Linie an den Zielgruppen. Einzig die Krisenkommunikation ist nicht auf einen Fachbereich beschränkt. Krisen mit akutem Kommunikationsbedarf können in fast allen Bereichen auftreten.

**PR oder Kommunikation?**  
 Public Relations (PR) ist im Wesentlichen mit Kommunikationsarbeit identisch. Die Begriffe werden in dieser Broschüre gleichbedeutend gebraucht.