

Die Aufgaben der PR

Die vielschichtigen Beziehungen zwischen einer Organisation und ihren Öffentlichkeiten erfordern ein umfangreiches, sehr differenziertes Instrumentarium. Ein Überblick über einige wichtige Arbeitsfelder verdeutlicht die Vielseitigkeit der PR.

Internal Relations

"PR begin at home". Die innerbetriebliche Kommunikation ist eine zentrale Aufgabe. Die internen PR gestalten die Beziehungen innerhalb der Organisation und pflegen den den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und mit Personen aus ihrem Umfeld.

Hauptzielgruppen: Kader, Mitarbeiter, Lehrlinge, Rentner, Familienangehörige.

Corporate Identity

Corporate Identity ist ein Konzept, das die Einheit und Übereinstimmung vom äusseren Erscheinungsbild, der Kommunikation und dem Verhalten einer Organisation mit ihrem Selbstverständnis zum Ziel hat. Corporate Identity bewirkt eine klare Profilierung der Organisation und bringt Wettbewerbsvorteile sowie ein stabiles Betriebsklima innerhalb der Organisation.

Media Relations

Medienarbeit bildet in vielen Organisationen den Schwerpunkt der PR-Aktivitäten. Sie hat zum Ziel, die Print-, elektronischen und auch Online-Medien mit unternehmensrelevanten Informationen zu bedienen und sie als Mittler zu den Zielgruppen zu nutzen.

Hauptzielgruppen: Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Radio Fernsehen

Community Relations

Community Relations richten sich an die Standortbevölkerung und das nachbarschaftliche Umfeld der Organisation.

Hauptzielgruppen: Bevölkerung und Behörden am Standort

Public Affairs

Public Affairs sind darauf ausgerichtet, die Interessen einer Organisation im politischen Entscheidungsprozess zu vertreten und die Realisierung ihrer Zielsetzungen sicherzustellen.

Hauptzielgruppen: Regierung, Parlamente, Parteien, Parteien, Politiker.

Issues Management

Issues Management ist sozusagen "PR im Vorfeld der Meinungsbildung" und bezeichnet die Bemühungen einer Organisation, sie betreffende Themen öffentlichen Interesses früh zu identifizieren, zu thematisieren und auf den Meinungsbildungsprozess einzuwirken.

Financial & Investor Relations

Financial & Investor Relations stellen die kommunikativen Beziehungen des Unternehmens im Kapital- und Finanzmarkt sicher. Sie sind die direkte Kontaktpflege einer Firma mit ihren bestehenden und potenziellen Investoren.

Hauptzielgruppen: Aktionäre, Investoren, Finanzanalysten, Banken, Broker.

Product Publicity

PR können die klassische Werbung und Marketingkommunikation sinnvoll ergänzen.

Product Publicity ist marktorientierte PR im Zusammenhang mit Produkten und Dienstleistungen.

Hauptzielgruppen: Konsumenten, Zwischenhandel, Grossisten.

Crisis Management

Keine Organisation ist gegen Vertrauens-, Führungs- oder Finanzkrisen, Skandale oder Katastrophen gefeit. Crisis Management bezeichnet die Konzeption von PR-Strategien und -Massnahmen zur raschen und kohärenten Lösung von Kommunikationsproblemen in Krisensituationen.