

Checkliste Informationskampagne

- Welche Ziele werden verfolgt und welche nicht: Wie werden Streuverluste vermieden?
- Welche Responsemöglichkeiten können im voraus bestimmt werden?
- Welche zeitlichen bzw. saisonalen Aspekte müssen bei der Konzeption von Informationskampagnen berücksichtigt werden?
- Wie hoch darf der Einzelpreis für die erzielten Kontakte sein?
- Gibt es mögliche Partner (Verbände, Berufsorganisationen, Interessengemeinschaften usw.), welche sich aktiv in die Informationskampagne einbinden lassen?
- Welche Medienkategorien können die Informationskampagne in welchem Umfang redaktionell mittragen bzw. unterstützen?
- Welche Medien mit ausgeprägter Breitenwirkung (z. B. TV, Plakate, Tagespresse mit kombinierten Reichweiten, Verbandspublikationen usw.) eignen sich für die Informationskampagne am besten?
- Wie kann ich den Erfolg der Informationskampagne periodisch kontrollieren?
- Wie lässt sich eine Informationskampagne auf zwei, drei oder mehrere Jahre und ohne wesentlichen Mehraufwand erfolgreich ausweiten?
- Auf welche Art und wie oft informiere ich meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, damit diese zu einem integrierenden Bestandteil der Informationskampagne werden?

Quelle: Peter P. Knobel AG
www.knobel.ch