



PR in eigener Sache

Teil 2: Wie's richtig geht

Jürg Wilhelm bringt Ihnen in dieser kleinen Serie näher, was „gute PR“ wirklich aus macht. In dieser Folge nimmt er das Thema „Glaubwürdigkeit“ von PR unter die Lupe.

Der erste Artikel beinhaltete einige Gedanken und Anregungen zu den PR-Themen „Botschaft“ und „Zielgruppe“ des PR-Erfolgsrezepts und versuchte dabei Kieser's PR-Ansatz als Modell zu vermitteln bzw. zu beleuchten. Im zweiten Teil geht es nun um die Punkte drei und vier des Erfolgsrezepts. Im Folgenden das Erfolgsrezept noch mal zur Erinnerung:

Erfolgsrezepte für Öffentlichkeitsarbeit

Erfolgreiche PR braucht:

1. eine einfache Botschaft für die Empfänger und mehrmalige Wiederholung,
2. eine definierte Zielgruppe für die Botschaft,
3. eine hohe Glaubwürdigkeit des Absenders und seiner Nachricht,
4. eine nachvollziehbare Nutzenbeschreibung für die Zielgruppe,
5. eine kompromisslose Qualität des Produkts,
6. eine faire, bezahlbare Preisgestaltung,
7. eine nachvollziehbare Differenzierung in Produkt und Auftritt gegenüber den Mitbewerbern,
8. konsequente und konstruktive Zusammenarbeit mit den Medien.

Hohe Glaubwürdigkeit ist wichtig

Was halten Sie von einem Arzt, der Ihnen mit nikotinvergifteten Fingern und einem nach Rauch riechendem Atem, das Rauchen abgewöhnen möchte? Was von einem Friedensnobel-Preisträger, der sein Aktien-

portfolio mit Werten von Waffenfirmen bestückt? Und was von einem Fitnesstrainer, der mit schlaffen Muskeln und Hängebauch sein Training im Wesentlichen auf das Heben eines Bierkrugs reduziert? Eben!

Nehmen wir wieder das Beispiel Werner Kieser: Er ist mit seinen 66 Jahren und seinem nach wir vor durchtrainierten Körper schlicht und einfach die Inkarnation seiner eigenen Idee. Er lebt sie vor. Wer ein Produkt verkaufen möchte, das mit einem klaren Vorteil für Schönheit und Gesundheit wirbt, muss diese Werbeversprechen auch selbst verkörpern.

Und Sie? Womit unterstreichen Sie Ihre Glaubwürdigkeit? Schreiben Sie Ihre drei stärksten Glaubwürdigkeitsmerkmale auf, die Sie zu einem Vorbild für Ihre Botschaft machen, die Sie kommunizieren wollen (siehe letzter Artikel). Und kommunizieren Sie diese immer und immer wieder.

Nachvollziehbarer Nutzen

Für die Erhaltung der Leistungsfähigkeit und der körperlichen Fitness wird den Menschen zweimal in der Woche ein Fitnesstraining empfohlen. Die Nutzenversprechen sind vielfältig – aber tritt der Nutzen auch zuverlässig ein? Hier einige wissenschaftlich geprüfte Fakten über den Nutzen bei unterschiedliche Gesundheitsstörungen respektive Lebensbereiche bei einem Bewegungstraining von dreimal 45 Minuten pro Woche:

- Das Schlafverhalten verbessert sich bei Frauen im Alter zwischen 50 und 75 Jahren um 70%.

- Die Gehirnfunktion in Bezug auf das Entscheidungsverhalten bei älteren Erwachsenen zwischen 58 und 78 Jahren verbessert sich um 11%.

- 64% aller Trainierenden, die an Rückenschmerzen leiden, sind nach regelmässigem Krafttraining beschwerdefrei.

- Der Schutz vor Gesundheitsrisiken wie Herzinfarkt, Darmkrebs, Diabetes II und körperlichen Behinderungen beträgt im Durchschnitt mit gezieltem Krafttraining über 80 Prozent.

Und welchen weiteren Nutzen können Sie ergänzen? Stellen Sie ein Liste zusammen und visualisieren Sie dieses im Center. Schreiben Sie einen Artikel über den Nutzen von Fitnesstraining und schicken Sie diesen an die lokale Presse. Recherchieren Sie Vereine, Firmen und Plattformen in Ihrer Gegend, welche „Ihre“ Zielgruppe mit den für diese relevanten Fakten ansprechen können. Halten Sie Vorträge zu Schwerpunktthemen in Ihrem Center und bringen Sie so Leute in Ihr Center. Sie können bestehende Mustervorträge bei Qualitop anfordern und sich damit ins Gespräch bringen. Und denken Sie daran: Zwischen Wissen und Tun liegen Ozeane. So gibt es nichts Gutes, ausser man tut es!

Übrigens: Wenn Sie wollen, dass andere kostenfreie PR für Sie machen, wie wir das hier für Kieser schon wieder tun, müssen Sie zuerst in Vorleistung treten und sich einen Namen in der Branche erarbeiten. Wenn Sie das schon gemacht haben und PR von uns für sich verdienen, so melden Sie sich bei uns, damit wir nächstes Mal Ihr Bild abbilden können.

Wettbewerb

Wir suchen die drei besten Botschaften, mit denen sich Menschen für ein gesundheitsorientiertes Training gewinnen lassen. Senden Sie Ihre Botschaft ein und gewinnen Sie einen, der drei attraktiven Preise und eine Preise PR für sich in eigener Sache.

Schicken Sie Ihre Botschaft an:

Qualitop
Aepplistrasse 13
9008 St. Gallen

Die Gewinner werden von Qualitop ausgelost und schriftlich benachrichtigt sowie im nächsten Artikel bekanntgegeben. Es wird keine Korrespondenz über den Wettbewerb geführt.



Jürg Wilhelm ist Gründer und Inhaber des institute for excellence. Er hat langjährige Erfahrung als Coach, NLP-Trainer und Prozessberater und arbeitet für nationale und internationale Firmen in der Schweiz, in Europa und in den USA.