



**1 zu 1**

**Entwicklungszusammenarbeit auf persönlicher Basis**

# Public Relations

Gabriele Tupy

im**zusammen**spiel kommunikationsmanagement

Gerasdorferstraße 61/22/5, 1210 Wien

M: 0699/100 277 40

[gabriele.tupy@imzusammenspiel.com](mailto:gabriele.tupy@imzusammenspiel.com)

[www.imzusammenspiel.com](http://www.imzusammenspiel.com)

# Definition

- „Public Relations sind Werbung um öffentliches Vertrauen.“ (Carl Hundhausen, 1951)
- „Public Relations sind das bewusste, geplante und dauerhafte Bemühen, gegenseitiges Verständnis und Vertrauen in der Öffentlichkeit aufzubauen und zu pflegen.“ (Albert Oeckl, 1964)
- „Public relations is the management of communications between an organization and its publics.“ (Grunig James/ Hunt Todd, 1984)

# Definition

- „Die wirklich wechselseitig ausgerichtete, mithin die einzige Form einer moralisch und ethisch vertretbaren PR, ist die symmetrische Öffentlichkeitsarbeit.“  
(Armbrecht Wolfgang, 1994)

# Public Relations, weil ...

... „Nichts macht den Menschen  
argwöhnischer, als wenig zu wissen.“  
(Francis Bacon)

# 10 Aufgabengebiete der PR

1. Human Relations
2. Media Relations
3. Public Affairs
4. Financial/Investor Relations
5. Community Relations
6. Product Publicity/Produkt-PR
7. Öko Relations
8. Issues Management
9. Crisis Management
10. Corporate Identity

# Nachhaltigkeit & Pressearbeit

Ergebnisse einer Studie im Auftrag des Umweltministeriums des Landes Nordrhein-Westfalen:

1. Nachhaltigkeit ist in den Medien angekommen und zum Trend geworden
2. Web 2.0 und cross-mediale Ansätze sind die wichtigsten Medien zur Förderung von nachhaltigem Wandel
3. Print-/Online-Medien nutzen den Klimawandel als Türöffner für andere nachhaltige Themen (Beispiel: „Bravo goes green“)

# Nachhaltigkeit & Pressearbeit

5. Das Unterhaltungsfernsehen benutzt Aufhänger, um Themen zu nachhaltigem Lebensstil und Konsum lebensnah zu transportieren
6. Das Unterhaltungsfernsehen konzentriert sich auf praktische Ratschläge für den Alltag
7. In den Medienunternehmen gibt es bisher kaum Nachhaltigkeitsstrategien zur Förderung der „Nachhaltigkeitsleistung“ von JournalistInnen, Verlagen, Sendern oder Produktionsfirmen

# Nachhaltigkeit & Pressearbeit

8. Intermediale Partnerschaften sind entscheidend zur Förderung von Nachhaltigkeit



# Was bedeutet das für 1:1?

Presseartikel sind gut unterzubringen in:

1. Entwicklungspolitischen  
Fachzeitschriften
2. Nachhaltigkeitsmedien
3. Medien mit regionalem Bezug zu den  
jeweiligen Initiativen
4. Online-Medien

Es ist sinnvoll Presseaussendungen an die gesamte Print-Medienlandschaft zu senden. Medienarbeit ist Beziehungsarbeit und langsamer Vertrauensaufbau. Medien brauchen „Geschichten“ für die LeserInnen!

# PR Maßnahmen 1:1?

- Presseaussendungen [www.1zu1.at](http://www.1zu1.at) an:
  - überregionale Medien
  - regionale Medien
  - Nachhaltigkeitsmedien sowie
  - Entwicklungspolitische Fachmedien
- 1:1 „Geschichten“ für Presseaussendungen an Medien schaffen
  - 1:1 online Adventkalender: Wer feiert was und wie? Lieder? Geschenkpakete?
  - 1:1 E-Mail Postkarten für einzelne Projekte

# PR Maßnahmen 1:1?

- 1:1 Aktionswoche „Die Kunst der globalen Verantwortung“ mit Kunstprojekten zur Präsentation der einzelnen Initiativen im ganzen Land
- 1:1 Benefiz-Lauf regional und überregional
- 1:1 Projektebus on Tour
- „Tag der globalen Verantwortung“ mit 1:1 Info- und Punschständen im ganzen Land (persönliche Werbung um neue MitarbeiterInnen für die einzelnen Initiativen)

# PR Maßnahmen 1:1?

- Schulklassen gestalten 1:1  
Weihnachtsbäume im öffentlichen Raum, SOL stellt alle Bäume in einer Internetpräsenz vor
- Event: Kochen mit dem Solarkocher

Nur „**Geschichten**“ sind medial kommunizierbar! 1:1 kann die Klammer bilden, den starken Rahmen für Ihre individuellen und vielfältigen Geschichten schaffen. Teil eines großen 1:1 Ganzen zu sein, hat eine viel stärkere mediale Kraft, als eine kleine Initiative allein!

# Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte!



# Ihre Unterstützung

- PR-Workshops
- Fundraising-Workshops

**Danke für Ihre  
Aufmerksamkeit!**