

Standort-PR: Mit Kreativität Wir-Gefühl entwickeln und im Wettbewerb punkten

Sich am Standort gegen größere Konkurrenten zu behaupten, fällt den wenigsten Kleinunternehmen leicht. Pfiffige Aktionen der Standort-PR erweisen sich als wirksames Mittel, ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen und den Kundenstamm zu erweitern. PR-Experten der Kommunikations-Agentur Pilot:Projekt GmbH, Hannover, haben sich darauf spezialisiert, aus kleineren Firmen Local Heroes zu machen.

Für SinnLeffers Leipzig kreierte die Pilot:Projekt GmbH unter anderem ein Stadtquiz und einen sehr speziellen Malwettbewerb für Kinder.

Recherchen vor Ort – auch beim Wettbewerb – sind Basis einer durchdachten Standort-PR. Diese Erscheinungsbilder (links) sind Indikatoren der drohenden Pleite.

Die PR-Berater der Kommunikations-Agentur Pilot:Projekt GmbH, Hannover, haben sich darauf spezialisiert, Instrumente der Standort-PR zu entwickeln, deren Einsatz das Bewusstsein der Standortbevölkerung nachhaltig prägt. Die Maßnahmen sind darauf angelegt, zwischen den relevanten Zielgruppen und dem Auftraggeber ein Wir-Gefühl zu etablieren und aufrecht zu erhalten.

Um dieses Ziel zu erreichen, informieren sich Mitarbeiter der Agentur zunächst sorgfältig über den Standort, dessen aktuelle wirtschaftliche, soziale und kulturelle Situation sowie über die Themen, welche die Standortbevölkerung bewegt. Sie recherchieren vor Ort und nehmen Konkurrenten in Augenschein. All business is local.



John Quelch
*Professor für Business
Administration, Harvard
Business School, Boston.*