

Public Relations

Autor(en): **Brogli, Edith**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **PS-Info : Neues von Pro Senectute Schweiz**

Band (Jahr): - **(2002)**

Heft 3

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-788133>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Public Relations

Public Relations, kurz PR genannt, ist ein viel gehörtes Wort. Was genau darunter zu verstehen ist, wollten wir von Alice Comte, Leiterin des Bereichs Kommunikation bei Pro Senectute Schweiz, wissen.

Die attraktive PR-Fachfrau ist nicht zu übersehen. Ob sie in Eile die Treppe hinauf rennt, französisch parliert oder wild in die Tasten haut, wer mit ihr in Berührung kommt, merkt bald, dass sie nicht lange fackelt. Bei ihr muss etwas laufen. Und das ist auch gut so, denn PR-Arbeit ist immer stressig. Trotzdem nimmt sie sich Zeit und erklärt, was Public Relations eigentlich bedeutet.

«PR als Kommunikationswissenschaft entstand in den USA, wo sich vor dem Zweiten Weltkrieg das Bewusstsein entwickelte, dass Information gezielt eingesetzt werden müsse. Information kann mehr oder weniger bewusst erfolgen. Von PR kann aber erst gesprochen werden, wenn sie bewusst, gezielt und geplant durchgeführt wird. PR bedeutet kontinuierliche und wahrheitsgetreue Kommunikation nach innen und aussen. Bei unserer Stiftung richtet sich die interne PR an Mitarbeitende von Pro Senectute, die Kantonalen Pro-Senectute-Organisationen (PSO) sowie deren übergeordnete Gremien. Externe PR hat andere Zielgruppen: Medien, Politikerinnen, Kunden von Pro Senectute und ihre Angehörigen, kurz: die breite Öffentlichkeit.»

Breite Palette

Pro Senectute ist stark föderalistisch organisiert. Deshalb spielt die interne PR eine grosse Rolle. Alice Comte versteht ihre Arbeit als Dienstleistung für die PSO. Diese erhalten Unterstützung und Beratung in allen Bereichen der Öffentlichkeitsarbeit. Der Bereich Kommunikation stellt eine breite Palette von Informationsmitteln zur Verfügung. Weiter konzipiert und produziert die Kommunikation den schweizerischen Sammlungsprospekt

und bereitet weitere flankierende Massnahmen vor. Auf der Homepage ist ein Spendenportal eingerichtet worden. Den PSO werden Fotos sowie Display- und Ausstellungsmaterial verliehen und eine Reihe von Werbeartikeln angeboten. Mit dem «PS Info» erhalten alle Pro-Senectute-Mitarbeitenden regelmässig wichtige Informationen. Und last but not least wird das Manual Corporate Design herausgegeben, neu sogar auf CD-Rom mit Logos und Schriften zum Herunterladen.

Die externe PR richtet sich an die breite Öffentlichkeit und wird mit Pressearbeit, Plakat-Aktionen, Publikationen, öffentlichen Anlässen wie Tagungen und Ausstellungen sowie durch Mitwirkung in andern Gremien und Werbung erreicht. Diesen Sommer wurde eine Schweizerische Image-Kampagne lanciert, mit Texten, die zum Nachdenken über das Älterwerden anregen.

Langjährige Erfahrung

Im Oktober 2002 kann Alice Comte auf zehn Jahre Pro Senectute zurückschauen: «Seit meinem Stellenantritt hatte ich Gelegenheit, interessante Aufgaben anzupacken. So durfte ich erstmals in der Pro-Senectute-Geschichte ein Corporate Design (einheitliches Erscheinungsbild) einführen. An Positionierungstagungen mit den Kantonalen Geschäftsleitungen haben wir Visionen für die Zukunft von Pro Senectute entwickelt. Eine wichtige Sache war auch die Erarbeitung des Manuals «Kommunikation in Krisensituationen». 1999 übernahm Pro Senectute die Koordination für die Durchführung des Internationalen Jahres der älteren Menschen. Alles Aufgaben, die PR-Arbeit spannend machen.»

Und wie erholt sich Alice Comte vom Berufsstress? «Dank der professionellen Unterstützung durch meine beiden Assistentinnen lässt sich der Stress besser bewältigen. In der Freizeit entspanne ich mich gerne bei klassischer Musik, besuche regelmässig die Oper – und bei einem spannenden Krimi ist der letzte Berufsstress bald verflogen.» *EB*



Das PR-Team von links nach rechts:
Edith Brogli, Alice Comte, Monika Höpolseder