

Öffentlichkeitsarbeit = Relations publiques

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association Suisse des Electriciens, de l'Association des Entreprises électriques suisses**

Band (Jahr): **69 (1978)**

Heft 23

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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.

Kollisionen vermeiden!

In der Öffentlichkeitsarbeit ist es ebenso wichtig wie beim Autofahren, Kollisionen aller Art zu vermeiden. Hier soll nur von Terminkollisionen die Rede sein, die den Erfolg einer Pressekonferenz oder einer anderen für die Massenmedien durchgeführten Veranstaltung in Frage stellen können. Denn ein Redaktor oder Berichterstatter, der sich schon zur Teilnahme an einem bereits angekündigten Anlass angemeldet hat, kann natürlich einer später eintreffenden Einladung zu einem anderen Ereignis, das am gleichen Tag (aber vermutlich an einem anderen Ort ...) stattfindet, nicht Folge leisten – bestenfalls wird er einen Stellvertreter delegieren.

Durch frühzeitige Planung lassen sich aber nicht nur unliebsame Terminkollisionen vermeiden, sondern unter Umständen auch vorteilhafte Terminkombinationen arrangieren: Wenn der Weiss-Konzern am Mittwochnachmittag in Ypslikon seine Bilanz-Pressekonferenz durchführt, bestehen gute Chancen dafür, dass die teilnehmenden Wirtschaftsredaktoren Interesse haben, am Vormittag desselben Tages das neue Rot-Werk im nahegelegenen Zettwil zu besichtigen.

Doch wie lässt sich herausfinden, welche Termine günstig oder schon anderweitig besetzt sind? Zunächst ist einmal abzugrenzen, ob die geplante Veranstaltung lokale, regionale oder gesamtschweizerische Bedeutung hat, ob nur die eigentlichen Massenmedien (Tagespresse, Publikumszeitschriften, Radio und Fernsehen) oder auch Fachzeitschriften einzuladen sind, ob das Hauptthema wirtschaftlicher, politischer oder technischer Natur ist usw. Auch in diesem Fall ist es wertvoll, mit einigen Redaktoren persönliche Kontakte zu unterhalten: So ergibt sich die Möglichkeit, mit einigen Telefongesprächen zu sondieren oder festzustellen, ob das vorgesehene Datum noch frei ist.

Für *lokale und regionale Veranstaltungen* genügt meistens eine solche Umfrage; überdies gibt sie oft auch noch Hinweise, ob für irgendwelche aktuelle Zusatzinformationen besonderes Interesse besteht.

Für *gesamtschweizerische Veranstaltungen* ist eine möglichst frühzeitige Erkundigung bei den Stellen nötig, die allgemeine Terminkalender führen:

- «Wirtschaftsförderung», Postfach 502, 8034 Zürich, Tel. 01 / 32 92 56
- Club der Zürcher Wirtschaftsjournalisten, c/o «Weltwoche», Rüdigerstrasse 11, Postfach, 8021 Zürich, Tel. 01 / 202 13 40

Bei der Vorbereitung von Anlässen mit besonderer Bedeutung und grossen Teilnehmerzahlen lohnt es sich, auch folgende Organisationen bzw. Veranstaltungskalender zu konsultieren:

- «Messeplatz Schweiz», c/o Schweiz. Zentrale für Handelsförderung, Stampfenbachstrasse 85, 8035 Zürich, Tel. 01 / 60 22 50
- Arbeitsgemeinschaft der Schweiz. Kongressorte, c/o Kongresshaus Davos, 7270 Davos-Platz, Tel. 083 / 3 58 12
- Schweiz. Fachpresseverband, c/o Techn. Mitt. PTT, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern, Tel. 031 / 62 31 37
- Schweiz. Bauzeitung, Staffelstrasse 12, 8021 Zürich, Tel. 01 / 201 55 36

Wer als erster einen Termin belegt und dies auch schriftlich bestätigt, hat dafür Priorität. Die Terminreservation allein gewährleistet allerdings den Erfolg einer Presseorientierung noch nicht – wichtig ist auch die ganze Programmgestaltung, die persönliche Betreuung der Teilnehmer, die Vorbereitung der nötigen Unterlagen, die allfällige Festsetzung von Sperrfristen, um nur einige Punkte zu nennen. Weitere praktische Ratschläge sind enthalten im «Leitfaden für die Öffentlichkeitsarbeit des Elektrizitätswerkes», den der VSE herausgegeben hat.

Ch. Inwyler, VSE-Informationsstelle

Eviter les collisions!

Dans le domaine des relations publiques, on a tout autant intérêt à éviter toute collision que dans la circulation automobile. On pense ici aux collisions entre des dates de manifestations, risquant de nuire au succès d'une conférence de presse ou de toute autre manifestation destinée aux médias. Un rédacteur ou un journaliste qui a par exemple déjà annoncé sa participation à une réunion ne pourra en effet pas accepter une invitation ultérieure à une autre manifestation devant avoir lieu le même jour (mais probablement ailleurs ...). Tout au plus pourra-t-il déléguer un remplaçant.

Une planification de bonne heure permet non seulement d'éviter une collision de dates, mais éventuellement même de combiner judicieusement des dates. Ainsi, si le groupe Dupont tient une conférence de presse le mercredi après-midi à X pour présenter son bilan, il y a de fortes chances que les journalistes économiques qui y participeront trouvent commode de pouvoir visiter dans la matinée du même jour la nouvelle station électrique à Y non loin de là.

Mais comment peut-on savoir quelles dates sont favorables ou déjà prises? Il convient d'abord de se rendre compte si la manifestation prévue est de portée locale, régionale ou nationale, s'il y a lieu d'inviter les seuls médias (presse quotidienne, magazines pour le public, radio et télévision) ou également les rédactions de revues spécialisées, si le thème est essentiellement de caractère économique, politique ou technique, etc. Si l'on entretient des contacts personnels avec des journalistes – ce qui vaut surtout pour certaines entreprises – cela a l'avantage de pouvoir les consulter préalablement par téléphone ou leur demander s'ils ont déjà retenu quelque chose pour la date prévue.

Pour les *manifestations locales et régionales*, un tel sondage suffit dans la plupart des cas. On peut d'ailleurs en profiter pour se renseigner sur l'opportunité de fournir éventuellement des informations complémentaires de haute actualité.

Lorsqu'il s'agit de *manifestations sur le plan national*, il convient de consulter le plus tôt possible les organes qui tiennent des calendriers pour toute la Suisse, à savoir:

- Société pour le développement de l'économie suisse (Wirtschaftsförderung), case postale 502, 8034 Zurich, tél. 01 / 32 92 56
- Club der Zürcher Wirtschaftsjournalisten, c/o «Weltwoche», Rüdigerstrasse 11, Postfach, 8021 Zürich, tél. 01 / 202 13 40

Pour la préparation de manifestations d'une importance particulière et réunissant un grand nombre de participants, il est utile de consulter également les institutions ou calendriers suivants:

- «La Suisse, place de foires», c/o Office suisse d'expansion commerciale, Stampfenbachstrasse 85, 8035 Zurich, tél. 01 / 60 22 50
- Communauté de travail des villes suisses de congrès, c/o Kongresshaus Davos, 7270 Davos-Platz, tél. 083 / 33 58 12
- Union suisse de la presse technique et professionnelle, c/o Bull. techn. PTT, Viktoriastrasse 21, 3030 Berne, tél. 031 / 62 31 37
- «La Revue Polytechnique», chemin de la Caroline 22, 1213 Petit-Lancy GE, tél. 022 / 92 10 27

Celui qui réserve une date en premier et la confirme également par écrit, aura la priorité. Le seul fait de réserver une date ne garantit certes encore pas le succès à une manifestation pour la presse. D'autres points ont aussi beaucoup d'importance, tels que la conception du programme, l'accueil des participants (qui devrait être personnel), la préparation des documents nécessaires, la fixation éventuelle d'un embargo, pour n'en citer que quelques-uns. On trouvera d'autres suggestions dans le «Petit guide pratique pour les relations publiques de l'entreprise d'électricité, publié par l'UCS. Ch. Inwyler, UCS, Service de l'information