



# Strategische Öffentlichkeitsarbeit: Der Weg zum eigenen Konzept

Foto von [Startaê Team](#) auf [Unsplash](#)

# Warum eine Strategie wichtig ist

---



Eure Öffentlichkeitsarbeit findet nicht im luftleeren Raum statt.

- d.h. Öffentlichkeitsarbeit  $\leftrightarrow$  Betriebspolitik + inhaltliche Zielsetzungen
- wichtig: Öffentlichkeitsarbeit planen (wie alles andere auch)

→ Öffentlichkeitsarbeit ist kein „nice to have“

# Der Weg zur Umsetzung

---



- Bestandsaufnahme
- Ziele entwickeln
- Zielgruppen identifizieren
- Medienmix planen
- Zeitschiene festlegen
- Aufgaben teilen

# Bestandsaufnahme | Branche

---



Was ist los in der **Branche**?

z.B. mehr Arbeitsaufwand, komplexere Prozesse

Professionalisierung durch Medialisierung, Internationalisierung,  
Digitalisierung

... und der Arbeitswelt allgemein

Stichworte:

Verdichtung, Beschleunigung, Entgrenzung, Krise

# Bestandsaufnahme | Betrieb

---



## Was ist los im **Betrieb**?

- die wichtigsten Themen identifizieren
- Betriebskultur reflektieren
- Zusammensetzung der Belegschaft, Umgang miteinander, Verhältnis BR und AG, ...
- ...

# Bestandsaufnahme | Gremium

---



Was ist los im **Gremium**?

- Welche Ressourcen haben wir?
- Wie wollen wir wahrgenommen werden?
- Welches Bild hat Belegschaft von uns?
- Erwartungen der Beschäftigten an das Gremium:  
betriebspolitisch und medial  
(Medien prägen unseren Blick auf die Welt)

# Ziele entwickeln

---



Themen priorisieren und Ziele beschreiben,  
das können allgemeine sein wie

→ „Wir wollen unser Image verbessern.“

oder ganz konkrete wie

→ „Wir wollen verhindern, dass die Kantine geschlossen wird.“

Und:

Planen, wie ihr mit den Beschäftigten darüber ins Gespräch kommt

# Zielgruppen

---



... das sind natürlich alle Beschäftigten

- Wen wollen wir (noch besser) erreichen?
- Wen müssen wir noch überzeugen?
- Wer könnten Verbündete sein?



# Medienmix planen

---



- Welche Medien nutzen die Beschäftigten (gerne)?
- Wollen wir auch Medien außerhalb des Betriebs nutzen?
- Sinnvolle Verknüpfungen planen:  
Zeitung, E-Mail, Intranet, Befragungen, Betriebsversammlungen,  
Betriebsbegehungen, ...

**Tipp: Konzeptpapier erstellen**

# Zeitschiene + Arbeitsteilung

---



- Wann wollen wir was über welchen Kanal veröffentlichen?  
**Tipp: Redaktionsplan**
- Arbeitsteilung im Gremium klären
- Rahmenbedingungen schaffen,  
z.B. Qualifikation organisieren
- Regelmäßig den Erfolg prüfen!