

# Vorlage Kommunikationskonzept

## Gemeinde Uzwil



### 1. Ausgangslage

Eine Veranstaltung kann inhaltlich hervorragend und noch so gut organisiert sein, wenn niemand weiss, dass sie stattfindet, wird die Veranstaltung wohl trotzdem kein Erfolg werden. Neben der eigentlichen Veranstaltungsplanung gehört die Kommunikation dementsprechend zu den absolut entscheidenden Erfolgsfaktoren.

Nun zum Problem... Wir leben heute in einer Informations- und Kommunikations-Überfluss-Welt. Die Folge daraus ist, dass wir alle relativ starke Abwehrmechanismen gegen die Dauerberieselung mit Werbung, News und anderen Informationen eingerichtet haben und quasi in unserem Schutz-Iglu sitzen und grundsätzlich mal Niemanden reinlassen.

Wollen wir also zu unserem potenziellen Kunden vordringen und unsere Botschaft bei ihm platzieren, genügt es nicht, diese lediglich irgendwo in seiner Umgebung zu platzieren. Vielmehr muss unsere Botschaft für den Iglu-Hocker **erhöhte Relevanz** haben, genau **dort platziert sein wo sich unser Adressat bewegt** und ihn **mehrmals und mit hohem Wiedererkennungswert** erreichen.

Kommunikation ist heute also aufwändiger als früher und die Kosten können bei professionellen Veranstaltungsformaten bis zu einem Drittel des Gesamtbudgets ausmachen. Umso wichtiger ist es, die richtigen Massnahmen, zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort einzusetzen. Um eine möglichst effektive und effiziente Kommunikation zu erreichen, muss deshalb vorab das eigene bzw. Veranstaltungsumfeld, sowie das Umfeld des potenziellen Veranstaltungsbesuchers klar abgesteckt sein.

### 2. Wer bin ich und wer ist mein Kunde

Als Veranstalter sollte die Innensicht reflektiert und die Aussensicht beurteilt werden. Die dazu relevanten Fragen sind:

- Wer sind wir und wofür stehen wir? Was sind unsere Werte?
- Wie kennt uns der Kunde? Was ist unser Image?
- Wie funktioniert die Mechanik unserer Veranstaltung? Bieten wir Sport, Musik, Geselligkeit, Familienzeit, Lerneffekte, etc. an? Was ist der Kern unseres Angebots?
- Durch was unterscheidet sich unsere Veranstaltung vom übrigen Angebot? Wo liegt unsere Einzigartigkeit und unsere Vorteile?
- Habe ich eine durchgängige Strategie, wie ich Veranstaltungen aufsetze, plane und durchführe? Welchen Zielen dienen meine Veranstaltungen?

Und zu guter Letzt: WER IST MEINE ZIELGRUPPE?

Der Kunde, das unbekannte Wesen... Versuchen Sie die folgenden Fragen zu beantworten:

- Welche Themen wecken das Interesse meiner Zielgruppe? Gibt es Nebenzielgruppen?
- Haben wir ausreichend Inhalte zu diesen Themen?
- Welchen Mehrwert hat der Teilnehmer von der Veranstaltung?
- Wo und über welche Medienkanäle kann ich potenzielle Interessenten am besten erreichen?
- Habe ich innerhalb der Organisation spezielle Kommunikationsvorteile?

### 3. Kommunikationskanäle

Es gibt unzählige Möglichkeiten eine Veranstaltung zu bewerben. Je nach Veranstaltungsart und Zielgruppe sind aber nicht alle gleich gut geeignet. Wir unterscheiden die folgenden Kommunikationsbereiche. Die Aufzählung ist nicht abschliessend:

Print & Presse	Online	Out of Home	Radio/TV	Live
Pressearbeit Zeitungsinserat Publireportage Flyerverteilung Flyerbeilage Programmheft etc.	Website Newsletter Soziale Medien etc.	Plakat Flyerauflage öV-Werbung Auto-Aufkleber Strassenbanner etc.	regional-TV regional-Radio online-Radio etc.	Mund zu Mund Promotions-Event Roadshow etc.

Ich empfehle Ihnen, basierend auf der vorhergegangenen Analyse des Veranstaltungsumfeld, so- wie das Umfeld des potenziellen Veranstaltungsbesuchers, maximal drei Hauptkanäle, sowie maxi- mal drei weitere Nebkanäle zu definieren. Dies sollten Sie konkret planen und regelmässig be- spielen. Machen Sie sich dazu einen einfachen Kommunikationsplan wie folgt:

	KW 10	KW 11	KW 12	KW 13	KW 14	KW 15	KW 16	KW 17	Event
Zeitungsinserat		x						x	
Pressemitteilung	x						x		
Flyerversand							x		
Newsletter	x			x			x		
Facebook	x	x	x	x	x	x	x	x	
Plakate	x	x					x	x	
Strassenbanner					x	x	x	x	
Radio-Spots						x	x	x	
Promo-Event							x		

Nachfolgend einige der meist benutzten Kanäle mit Preisen, Links und Kontakten.

### 4. Pressearbeit

Die Medien berichten nur, wenn Sie diese rechtzeitig mit ins Boot holen und in der geeigneten Form mit Informationen bedienen. Verfassen Sie deshalb im Vorfeld der Veranstaltung eine bis zwei Medienmitteilungen, welche Sie dann an den nachfolgenden Medienverteiler versenden. Ver- schicken Sie die erste Medienmitteilung zum Zeitpunkt der Lancierung ihrer Veranstaltung. Dies kann auch schon mehrere Monate vor der Veranstaltung sinnvoll sein, schliesslich suchen Sie auch Helfer, Sponsoren und möchten die Anwohner informieren. Einen Monat vor der Veranstaltung versenden Sie dann eine zweite Medienmitteilung mit den Programmdetails. Auf eine ordentliche Medienmitteilung gehört...

- Mitteilungsüberschrift (max. vier Wörter – kurz und prägnant)
- Lead-Text (kurze Zusammenfassung mit ca. 300 Zeichen)
- Medientext (unterteilen sie ggf. mit Untertitel, max. 1'500 Zeichen)
- Programmdetails
- Vorverkaufsinformationen
- Kontakt für weitere Informationen

In einigen Medien haben Sie zudem die Möglichkeit grössere Reportagen zu platzieren. Gut geeignet für Hintergrundgeschichten, Interviews, etc. sind z.B. das DZM oder Uzwil.24. Schreiben Sie auch hier eine ordentliche Medienmitteilung, welche im Umfang auch etwas länger, bis max. 4000 Zeichen, sein darf. Machen Sie es den Redaktoren leicht und senden Sie auch eine Bildauswahl mit.

**BEI DER PRESSE GILT IMMER:**

Schreiben und schicken Sie nur das, was Sie abgedruckt haben möchten. Keine Textschnipsel und endlose Bildauswahl!

**Medienverteiler:**

Nachfolgend ein regionaler Medienverteiler für die Region Uzwil.

- Wiler Zeitung, Urs Bänziger, [urs.baenziger@wilerzeitung.ch](mailto:urs.baenziger@wilerzeitung.ch)
- DZM - Dorfzitiq Magazin, Guido Raschle, [info@dzm.ch](mailto:info@dzm.ch)
- Uzwiler Blatt, Thomas Stricker, [thomas.stricker@uzwil.ch](mailto:thomas.stricker@uzwil.ch)
- Uzwil 24, Jürg Grau, [redaktion@uzwil24.ch](mailto:redaktion@uzwil24.ch)
- Hallowil, Niklaus Jung, [niklaus.jung@hallowil.ch](mailto:niklaus.jung@hallowil.ch)
- Wiler Nachrichten, Michael Anderegg, [michael.anderegg@wiler-nachrichten.ch](mailto:michael.anderegg@wiler-nachrichten.ch)

## 5. Online

70% der Kommunikation läuft heute online. Und damit erreichen Sie, entgegen manchem Vorurteil, nicht nur die Jungen. Online ist einfach, schnell, flexibel und vor allem günstig. Nutzen Sie also die vorhandenen Möglichkeiten.

**Website:**

Online heisst als Basis mal Website. Heute können Sie ohne grosse Vorkenntnisse und mit minimalen Kosten von ca. 30 bis 50 Franken pro Jahr eine eigene Website betreiben. Überlegen Sie sich also gut, ob es sich lohnen könnte, die Domain [www.meinevent.ch](http://www.meinevent.ch) zu reservieren und mit einer (aus hunderten) Webseiten-Vorlage schnell und einfach den eigenen Internetauftritt zu lancieren. Meines Erachtens ist der beste Anbieter einer solchen All-in-one-Dienstleistung (Domainreservierung, Webseitenerstellung, Hosting) der Anbieter «ONE».

**Newsletter:**

Haben Sie Adressdaten Ihrer Mitglieder oder von Besuchern vergangener Veranstaltungen? Dann aktivieren Sie diese mit dem Versand von einem regelmässigen Newsletter. Auch hier gibt es Online-Anbieter, mit denen Sie schnell und günstig Newsletter versenden können. Hier könnte «MAILCHIMP» für Sie ein sehr geeigneter Anbieter sein.

**Portale / Veranstaltungskalender:**

Erfassen Sie Ihre Veranstaltung als erstes im lokalen Veranstaltungskalender der Gemeinde Uzwil. Diese Agenda ist auch Datenbasis für die Veranstaltungshinweise im Uzwiler Blatt.

Das wichtigste Kalenderportal ist «GUIDLE». Über den Eintrag von Guidle werden anschliessend diverse weitere Portale und Kalender gefüttert, so zum Beispiel der Veranstaltungskalender von Schweiz Tourismus.

Weitere wichtige Kalenderportale der Ostschweiz sind Eventbooster, Thurgaukultur, Saiten und Toggiportal.

Über eine Mitgliedschaft (50 Franken/Jahr) können Sie ausserdem Mitglied bei ThurKultur werden und Ihre Veranstaltung auch auf dieser Online-Agenda erfassen. ThurKultur versendet neben dem Online-Eintrag auch 6 Mal im Jahr einen Veranstaltungsflyer in den 21 Mitgliedsgemeinden.

**Facebook:**

Der Kulturbär hat eine Facebookseite mit über 1000 Fans. Auf dieser Facebookseite werden regelmässig (mehrmals wöchentlich) Veranstaltungstipps aus der Gemeinde Uzwil, sowie den umliegenden Dörfern gepostet. Eine besonders gut funktionierende Massnahme sind auch Verlosungen und Gewinnspiele über diesen Kanal. Dadurch werden Beiträge vermehrt geteilt und erhalten so eine grössere Reichweite. Nehmen Sie bei Interesse Kontakt mit mir auf und schicken Sie mir einen kurzen Text (max. 100 Zeichen) sowie ein Bild (Plakat, Foto von einer vergangenen Veranstaltung, etc.).

Wenn Sie als Veranstalter eine eigene Facebookseite haben, dann bespielen Sie diese regelmässig mit Infos zu Ihrer Veranstaltung. Machen Sie hierzu einen kleinen Redaktionsplan, wann Sie welche Inhalte posten. Die Beiträge sollten immer zwischen 16 und 19 Uhr gepostet werden. In diesem Zeitfenster haben Sie die grösste Reichweite.

**Links:**

- [www.one.com](http://www.one.com)
- [www.mailchimp.com](http://www.mailchimp.com)
- [www.uzwil.ch/agenda](http://www.uzwil.ch/agenda)
- [www.guidle.com](http://www.guidle.com)
- [www.eventbooster.ch](http://www.eventbooster.ch)
- [www.thurgaukultur.ch](http://www.thurgaukultur.ch)
- [www.saiten.ch](http://www.saiten.ch)
- [www.toggiportal.ch](http://www.toggiportal.ch)
- [www.ThurKultur.ch](http://www.ThurKultur.ch)
- [www.facebook.com/kulturbaer](http://www.facebook.com/kulturbaer)

## 6. Plakataushang

Der Plakataushang kann an drei verschiedenen Orten erfolgen:

- Aushang auf privatem Grund
- Aushang auf Gemeindeflächen
- Aushang auf kommerziellen Flächen

**Privater Grund:**

Fragen Sie bei Geschäften, Poststellen, Einkaufszentren, Bäckerei, Metzgerei, etc. nach, ob Sie für Ihre Veranstaltung ein Plakat aufhängen dürfen. Ein bewährtes Modell ist es auch, den Aushangs-orten als Gegenleistung z.B. zwei Freikarten für Ihre Veranstaltung anzubieten.

Neben dem Aushang in Geschäften, sollten Sie auch innerhalb ihrer Organisation Plakate verteilen, damit z.B. Privatpersonen, welche an hochfrequentierten Standorten wohnen, diese an ihren Wohn- bzw. Geschäftshäusern anbringen können.

**Gemeindeflächen:**

Die Gemeinde Uzwil verfügt über sechs mobile Plakatständer im Format A0, welche an verschiedenen Standorten aufgestellt werden können. Die Plakatständer können kostenlos genutzt werden, die Aufwandstunden vom Bauamt für Aufstellen und Aushang sind kostenpflichtig.

Kontakt: Rolf Betschart, Leiter Werkhof, 071 955 44 85, [werkhof.uzwil@bluewin.ch](mailto:werkhof.uzwil@bluewin.ch)

- Ochsen Platz Niederuzwil
- Migros Uzwil
- Algetshausen Bahnunterführung
- weitere auf Anfrage

#### **Kommerzielle Flächen:**

In der Ostschweiz sind hauptsächlich die zwei Anbieter «APG SA» für Grossformat-Plakate, sowie «WS KLEINPLAKATE GMBH» für Kleinformat-Plakate tätig. Ein Grossplakat F12 kostet pro Woche ca. 200 bis 800 Franken je nach Lage, ein Kleinplakat A2 ca. 7 bis 15 Franken pro Woche.

#### **Kosten Plakatdruck:**

- A0 (841x1189mm), 20 Stück, vierfarbig, 150g m<sup>2</sup> = ca. 150 Franken
- A2 (420x594mm), 100 Stück, vierfarbig, 150g m<sup>2</sup> = ca. 130 Franken
- A3 (297x420mm), 200 Stück, vierfarbig, 135g m<sup>2</sup> = ca. 90 Franken

#### **Links:**

- [www.apgsga.ch](http://www.apgsga.ch)
- [www.kleinplakate.ch](http://www.kleinplakate.ch)
- [www.flyerking.ch](http://www.flyerking.ch)
- [www.flyerline.ch](http://www.flyerline.ch)

### **7. Flyer / Beilage / Wurfpostsendung**

Flyer sind nach wie vor eine günstige Variante, um viele potenzielle Kunden zu erreichen. Sie haben die Möglichkeit, die gedruckten Flyer an verschiedenen Standorten aufzulegen (Gemeinde, Geschäfte, Lokale, etc.), unter Mitgliedern oder direkt an Passanten zu verteilen oder diese mit der Post in die Briefkästen liefern zu lassen. Vergessen Sie nicht, den Flyer in digitaler Form (PDF mit max. 1MB) auch an Ihre E-Mail-Verteiler zu versenden.

#### **Kosten Flyerdruck:**

- A5 (148x210mm), 750 Stück, beidseitig bedruckt, vierfarbig, 250g m<sup>2</sup>, ca. 200 Franken
- A5 hoch Wickelfalz, 5'000 Stück, 6-seitig, vierfarbig, 170g m<sup>2</sup>, ca. 600 Franken

#### **Wurfpostsendung:**

Mit der Schweizerischen Post haben Sie die Möglichkeit, Ihre Flyer auch kostengünstig in alle Haushalte, in einem definierten Zielgebiet zu verschicken. Die Kosten für eine Wurfpostsendung mit einem A5 Flyer in 6'500 Haushalte in 12 Ortschaften rund um Uzwil, betragen ca. 1'000 Franken (Briefkasten mit «Keine Werbung» werden nicht befüllt).

Neben der Schweizerischen Post bietet auch der Anbieter FlyerPlus die Dienstleistung der Flyerverteilung in Briefkästen an. Die Kosten für eine Flyerverteilung bei FlyerPlus an ca. 10'000 Haushalte in 12 Ortschaften rund um Uzwil betragen ca. 1'150 Franken.

#### **Links:**

- [www.saxoprint.ch](http://www.saxoprint.ch)
- [www.flyerline.ch](http://www.flyerline.ch)
- [www.post.ch/de/geschaeftlich/werben/maillingversand-inland](http://www.post.ch/de/geschaeftlich/werben/maillingversand-inland)
- [www.flyerplus.ch](http://www.flyerplus.ch)

## 8. Bannerwerbung am Strassenrand

Sicher sind Ihnen schon einmal die Werbebanner an den Ortseingängen aufgefallen. Die meisten dieser Werbebanner stehen auf Privatgrund. Sie brauchen zu Aufstellen deshalb dessen Einverständnis. Für den Aushang benötigen Sie ausserdem eine Bewilligung der Gemeinde Uzwil, sowie der Kantonspolizei. Folgende Standorte haben Aussicht auf Bewilligung:

- von Oberbüren her (Gupfenstrasse)
- von Schwarzenbach her (Dorfeingang Oberuzwil)
- von Flawil her (Rollwies)
- von Henau her (vor Abzweigung Richtung Uzwil)

Die Bewilligung von der Gemeinde und der Kantonspolizei sind zu beantragen bei:

- Gemeinde Uzwil, Francesco Rinaldo, [francesco.rinaldo@uzwil.ch](mailto:francesco.rinaldo@uzwil.ch)
- Kantonspolizei St. Gallen, Thomas Wild, [thomas.wild@kapo.sg.ch](mailto:thomas.wild@kapo.sg.ch)

## 9. Radio / TV

Meines Erachtens macht TV-Werbung für regionale Veranstaltungen keinen Sinn. Ausser natürlich Sie haben ein Thema, welches das Regional-TV dermassen interessiert, dass dieses im redaktionellen Teil darüber berichtet.

Bei der Radio-Werbung kann ich die Schaltung von Radio-Spots ebenfalls nur beschränkt empfehlen. Allenfalls kann die Schaltung der FM1 Eventline (2 Durchsagen inkl. Produktion und Textgestaltung) für 285 Franken kurz vor der Veranstaltung in Betracht gezogen werden.

## 10. Live

Das Wichtigste ist und bleibt die Mund zu Mund Werbung. Verpassen Sie also keine Gelegenheit über Ihre Veranstaltung zu sprechen und Ihr Umfeld darauf aufmerksam zu machen. Lassen Sie es bei Ihren Veranstaltungshinweisen auch nicht bei einer einmaligen Erwähnung bleiben. Denn auch hier gilt...  
steter Tropfen höhlt den Stein ;)

Uzwil, 21.05.2019

### Kulturbär

Christoph Baer  
Gemeinde Uzwil  
Kulturmanagement  
Bahnhofstrasse 115  
CH-9240 Uzwil

Mobile 079 505 50 95  
[kulturbaer@uzwil.ch](mailto:kulturbaer@uzwil.ch)  
[www.kulturbaer.ch](http://www.kulturbaer.ch)