

Tipps für die Öffentlichkeitsarbeit Das Firmenjubiläum

Inhalte

- Chance nutzen
- Professionelle Planung ist das A und O
- Die Festschrift
- Der Festtag
- Der Jubiläumsverkauf
- Tipps für die Arbeit mit dem PR-Fachmann

Chance nutzen

Ein Firmenjubiläum - Last oder Chance? Das fragen sich Unternehmer immer wieder. "Viel zu viel Aufwand", finden einige. „Das lohnt sich für unseren Betrieb nicht“, behaupten andere. Zugegeben, die sorgfältige Planung und Durchführung eines Jubiläumsfestes sind aufwändig und zeitraubend.

Aber: Ein Firmenjubiläum ist Öffentlichkeitsarbeit im Nahbereich und damit auch immer Imagepflege für Ihr Unternehmen. Deshalb gilt es, das Firmenjubiläum nicht als lästige Pflichtübung anzusehen, sondern als große Chance, sein Unternehmen in die Öffentlichkeit zu bringen!

- Ein Firmenjubiläum ist ein willkommener zeitlicher Einschnitt, um eine Standortbestimmung für den Betrieb vorzunehmen. Ihr Unternehmen kann sich in seinem gesellschaftlichen Umfeld präsentieren und eventuell geplante Veränderungen in Erscheinungsbild oder Ausrichtung einleiten.
- Ein Firmenjubiläum ist ein Marketingereignis: Unter allen denkbaren Firmenveranstaltungen bietet es die beste Möglichkeit, eine breite Öffentlichkeitswirkung zu erzielen und den Bekanntheitsgrad der eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu erhöhen. Persönliche Geschäftsbeziehungen können vertieft, die Zusammenarbeit mit Kunden und Lieferanten gepflegt werden.

Deshalb: Nutzen Sie die Gelegenheit, durch ein Betriebsjubiläum Ihre Werbebotschaft unverkrampft und ungezwungen zu vermitteln.

- Ein Firmenjubiläum ist für die Mitarbeiter identitätsstiftend und motivationsfördernd. Die Leistung des Betriebs ist schließlich immer auch die Leistung seiner Mitarbeiter. Ein Jubiläumsfest, das auf die (Erfolgs-) Geschichte eines Unternehmens zurück blickt, vereint die Mitarbeiter im Stolz auf die geleistete Arbeit und stärkt so das 'Wir-Gefühl'.



Planung ist das A und O

Ein Unternehmen, das seinen Geburtstag öffentlich feiert, sollte rechtzeitig planen. Je nach Art und Umfang gilt für den Mittelständler die Faustregel: Bereits ein gutes Jahr vor dem Anlass sollte man sich ausreichend Zeit für die Planung nehmen beziehungsweise ein Konzept erarbeiten. Schließlich sollte ein Jubiläum mehr als nur "Essen und Trinken" sein.

Diese fünf Faustregeln können Ihnen bei der Planung des Jubiläums helfen:

1. Geben Sie Ihrem Jubiläum eine Leitidee

Wofür stehen wir? Was ist die Botschaft unseres Unternehmens? Eine Leitidee als Motto oder Slogan gibt Ihrem Firmenjubiläum ein klares Profil. Wichtig ist, dass sie aus Ihrer eigenen Unternehmensphilosophie stammt. Alle Aktivitäten im Jubiläumsjahr sollten auf die Leitidee zugeschnitten sein, denn sie ist quasi der rote Faden für sämtliche Jubiläumsaussagen und bestimmt den Charakter Ihres Festes.

2. Denken Sie frühzeitig an Ihre Gäste

Wer soll am Jubiläum teilnehmen? Über einer Gästeliste kann man bekanntlich lange brüten. Gute Vorschläge, wen es einzuladen gilt, erhalten Sie meist von den verschiedenen Abteilungen Ihres Unternehmens. Auch die Industrie- und Handelskammer ist bei der Erstellung der Gästeliste ein kenntnisreicher Ansprechpartner. Beim Zusammenstellen Ihrer Gästeliste sollten Sie besonders auf folgende Gruppen achten:

- Mitarbeiter und Betriebsangehörige
- Kunden und Geschäftspartner
- Vertreter von Behörden, Kammern und Verbänden, Politiker
- Lokale Presse, Hörfunk und Fernsehen

Bedenken Sie: Jede dieser Gruppen muss schriftlich und rechtzeitig benachrichtigt werden. Achten Sie auch darauf, Ihre Teilnehmerliste regelmäßig zu aktualisieren.

3. Beteiligen sich Ihre Mitarbeiter

Wer macht was? Bei der Planung des Firmenjubiläums ist zu überlegen, was das Unternehmen alleine schaffen kann und wo eventuell eine PR-Agentur helfen sollte. Wichtig: Beteiligen Sie Ihre Mitarbeiter intensiv an der Festplanung. Das zuständige Projektteam sollte aus Mitarbeitern aller Abteilungen bestehen. Bereits im Vorfeld müssen klar definierte Zuständigkeitsbereiche für die einzelnen Arbeitsgruppen innerhalb des Projektteams abgestimmt werden.

4. Binden Sie die Medien ein

Die lokale Presse ist ein wichtiger Partner für die gelungene Berichterstattung über ein Firmenjubiläum. Die Medien sollten deshalb schon zu Beginn des Jubiläumsjahres über die bevorstehenden Aktivitäten Ihres Unternehmens informiert werden. Geben Sie dazu Veröffentlichungen für Presse und Fachpresse, Hörfunk und gegebenenfalls auch das Fernsehen heraus. Oder bieten Sie Fototermine oder eine Werksbesichtigung an. Eine gute Presseresonanz ist schließlich für Sie und Ihr Unternehmen die beste Werbung - und das kostenlos und mit höchster Leseraufmerksamkeit.

5. Planen Sie mit einem festen Etat

Ein erfolgreiches Firmenjubiläum erfordert eine saubere Kostenkalkulation. Damit Sie während der Vorbereitungsphase finanziell nicht der Schuh drückt, sollten Sie einen festen Etat vorgeben. Stellen Sie darüber hinaus zu Beginn der finanziellen Planung eine Liste der möglichen Kostenfaktoren auf. Bei einem Firmenjubiläum sind dies in der Regel: Bewirtung, Dekoration, Drucksachen, behördliche Gebühren, Geschenke, Honorare, Logistik, Technik, Telekommunikations- und Portokosten, Personalkosten, Unterhaltungsprogramm und Werbemaßnahmen. Schaffen Sie

sich eine eiserne Reserve für unvorhergesehene Ausgaben, indem Sie nur 80 Prozent Ihres Budgets verplanen! Wichtig ist auch, Ihren Etat regelmäßig zu kontrollieren.

Unser Tipp:

Effektiv Kosten sparen können Sie vor allem dann, wenn Sie sich von den entsprechenden Fachabteilungen in Ihrer Firma oder von Ihrem Steuerberater rechtzeitig eine Liste der abzugsfähigen Ausgaben aufstellen lassen.

Die Festschrift

Die Festschrift ist für Ihr Jubiläum von größerer Bedeutung, als Sie vielleicht denken. Ist sie pfiffig und anschaulich aufgemacht, kann Ihr Unternehmen ungezwungen und äußerst effektiv darstellen, wie es entstanden ist und zu heutiger Größe heranwuchs. Deshalb: Lieber keine, als eine schlechte Jubiläumsschrift. Investieren Sie reichlich Zeit – mindestens zehn Monate – in die Erarbeitung Ihrer Broschüre. Und: Planen Sie ruhig eine großzügige Auflage.

Hier einige Tipps aus der Praxis für eine gelungene Festschrift:

- In der Kürze liegt die Würze: Lassen Sie Ihre Jubiläumsschrift keinesfalls zum Wälzer werden: Zwölf bis dreißig Seiten, je nach Bedeutung des Jubiläums sind völlig ausreichend. Es genügt eben falls, den Werdegang Ihres Unternehmens durch einen kurzen „tabellarischen Lebenslauf“ zu skizzieren.
- Ein Bild sagt mehr als tausend Worte. Beleben Sie Ihre Jubiläumsschrift mit alten Dokumenten, Fotos, Graphiken oder auch einem farbigen Organigramm. Das weckt Aufmerksamkeit und lockert den Text auf.
- Denken Sie an Ihre Mitarbeiter: Stellen Sie Ihr Team durch Reportagen oder die Darstellung der einzelnen Produktionsschritte Ihrer Firma vor. Und lassen Sie Ihre Mitarbeiter auch selbst zu Wort kommen. Vor allem langjährige Mitarbeiter kennen den Betrieb und seine Geschichte in- und auswendig.

- Gestalten Sie Form und Layout der Festschrift passend zum Erscheinungsbild Ihres Unternehmens. Ein außergewöhnliches Cover macht neugierig. Sie könnten zum Beispiel die örtliche Zeitung Ihres Gründerjahres als Deckblatt für die Festschrift nutzen.
- Verharren Sie keineswegs nur in Vergangenenem. Die Festschrift sollte durch einen Ausblick auf zukünftige Vorhaben abgerundet werden.

Der Festtag

Sobald die Teilnehmer, der genaue Termin und der Charakter der Jubiläumsveranstaltung feststehen, fällt die Entscheidung über den Ort des Jubiläumsfestes gar nicht mehr schwer. Prinzipiell können Sie von der durch eigene Mitarbeiter dekorierten Werkshalle über das gemietete Festzelt mit gewerblichem Partyservice bis zum romantischen Schloss-Ambiente die Szenerie frei wählen.

Für die Reden des mit anspruchsvoller Musik umrahmten offiziellen Festakts gilt: Nicht zu viele, und vor allem nicht zu lang. Lassen Sie nur solche Gastredner zu Wort kommen, die auch speziell über Ihr Unternehmen etwas zu sagen wissen. Vergessen Sie dabei Ihre Mitarbeiter nicht. Planen Sie für den Festtag eine originelle Jubiläumsaktion ein: Stellen Sie zum Beispiel ein spezielles Jubiläumsprodukt her, gründen Sie eine Stiftung, pflanzen Sie einen Baum oder spenden Sie einfach Geld für einen guten Zweck. Eine Jubiläumsaktion belebt das Programm und ist noch dazu gut für Ihr Firmenimage.

Der Jubiläumsverkauf

Die Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) bringt auch im Bereich des Jubiläumsverkaufes einige Erleichterungen mit sich. Jedes Jubiläum (also auch das erste, zweite, dritte etc.) kann nun in Form einer Sonderaktion bzw. Sonderveranstaltung gefeiert werden. Die alten Regelungen (nur alle 25 Jahre für die Dauer von 12 Werktagen) sind entfallen. Nach wie vor wichtig ist jedoch, den Kunden im Rahmen eines Jubiläumsverkaufes entsprechende Preisvorteile einzuräumen. Das erwartet der Kunde, alles andere wäre irreführend. Ebenso muss das angegebene Jubiläum natürlich der Wahrheit entsprechen. Auch daraus entsteht ansonsten eine wettbewerbsrechtlich unzulässige Irreführung, die eine Abmahnung zur Folge haben kann. Wenn Sie sich an diese nunmehr stark vereinfachten Vorgaben halten, wird Ihr Jubiläum auch zu einem finanziellen und rechtlich zulässigen Erfolg.

Tipps für die Arbeit mit dem PR-Fachmann

Wer ist der geeignete Partner für die erfolgreiche Organisation eines Betriebsjubiläums? Sollten Sie sich als Unternehmer für eine PR-Agentur als externen Planungshelfer und Ideenlieferanten entschieden haben, lohnt es sich, bei der Auswahl sorgfältig vorzugehen. Es gibt verschiedene Wege, einen geeigneten PR-Partner zu finden. Neben Ratschlägen und Empfehlungen Ihrer Kollegen, Kunden oder Geschäftspartner gelangen Sie auch über die Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) zu umfassenden Informationen über Berater, Agenturen und deren Arbeitsfelder.

Haben Sie noch Fragen?

Wenden Sie sich an die Ansprechpartner der IHK Nordschwarzwald

Yvonne Dast-Kunadt
Tel.: 07231 201 308
dast-kunadt@pforzheim.ihk.de

Michael Hasch
Tel: 07231 201 307
hasch@pforzheim.ihk.de