

# Der passende PR-Berater für die Markenpflege

## Wie das RKW Baden-Württemberg bei Auswahl und Projektdurchführung unterstützt

**Eine Marke werden, die Marke pflegen: Dafür brauchen viele mittelständische Unternehmen die professionelle Unterstützung durch externe PR- und Marketing-Berater. Das RKW Baden-Württemberg fungiert als Lotse für den Mittelstand – und hilft mit seinem umfangreichen Berater-Netzwerk.**

Ein erfolgreiches Unternehmen behauptet sich im Wettbewerb mit eindeutiger Kundenausrichtung: Wenn Preis und Qualität stimmen, wenn Liefertermine eingehalten werden, hat es eigentlich alles richtig gemacht. Und doch: Es wird immer schwerer, neue Kunden zu gewinnen und Bestandskunden zu halten. Den Unterschied im Wettbewerb macht oft der Bekanntheitsgrad eines Unternehmens – und nicht allein die Qualität der Leistung. Deshalb setzen mittelständische Unternehmen zunehmend auf Public Relations (PR) und Marketing und machen durch kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit auf sich aufmerksam. Ohne externe PR-Berater und Agenturen ist dies allerdings in der Praxis selten leistbar.

Gute Berater halten nicht nur die erforderliche Fachkompetenz vor und können sich mit dem Auftraggeber und seinen Zielen identifizieren. Sie erfüllen auch Anforderungen wie Vertrauen, Flexibilität, Erreichbarkeit – und arbeiten auch deshalb professionell, weil sie ihr Büro in den meisten Fällen in der Nähe des Auftraggebers haben, die Gegebenheiten vor Ort kennen und gut vernetzt sind.

### **Mit Transparenz das Ziel erreichen**

Doch wie findet man den richtigen Marketing-Berater oder die richtige PR-Agentur? Das RKW Baden-Württemberg ist in seiner Rolle als Lotse für den Mittelstand Ansprechpartner für die Durchführung von Beratungsprojekten und sorgt für passende Beratung und Berater. Grundvoraussetzung ist, dass der Ansprechpartner im Unternehmen, in der Regel der Geschäftsführer oder geschäftsführende Gesellschafter, eine genaue Vorstellung von seinen Zielen hat.

Meist hilft hier ein Orientierungsgespräch, in dem die Punkte „Anliegen“, „Kontextklärung“, „Zielklärung“ und „Auftragsgestaltung“ geklärt werden. Transparenz führt zur Zielerreichung, der Berater hat Klarheit über die konkrete Aufgabe, und der Auftraggeber hat sich davon überzeugt, dass der Berater die Branche kennt und sich mit dem Unternehmen identifizieren kann.



Autor:

**Ralph Sieger** ist Unternehmensbetreuer beim RKW Baden-Württemberg. Als gelernter Redakteur ist er in dieser Funktion zuständig für die Printmedien und den Internetauftritt des RKW BW. [sieger@rkw-bw.de](mailto:sieger@rkw-bw.de)

### Referenzen prüfen, Angebote vergleichen

Auch die Prüfung von Referenzen und der Vergleich verschiedener Angebote hilft bei der Auswahl. Das Verhältnis von Preis und Leistung ist dann klarer und der Unternehmer kann sein Budget für dieses Projekt einplanen. Wird das RKW Baden-Württemberg mit der Durchführung betraut und der Berater über das RKW eingesetzt, sorgt es durch seine neutrale Position für die Qualitätssicherung.

### Offen für externe Beratung – das Beispiel „Circle of Dreams“

Davon konnte sich Tobias Zahn, Geschäftsführer und Inhaber von „Circle of Dreams“, überzeugen, als er das Thema PR auf die Agenda setzte. „Circle of Dreams“ ist ein junges Unternehmen in Aalen, das sich mit der Planung und Umsetzung von Veranstaltungen und dem Aufbau von Marken für seine Kunden beschäftigt.

Tobias Zahn ist prinzipiell offen für externe Beratung – auch in Sachen PR: „Der unverstellte Blick von außen hilft. Man bekommt wichtige Impulse, auch für die eigene Meinungsbildung“, betont der Geschäftsführer. „Bei der Beauftragung des RKW ging es mir darum, in der Öffentlichkeit noch besser wahrgenommen zu werden, einen Unterschied zu den Konkurrenten zu machen und diesen zu kommunizieren“, so Tobias Zahn weiter. Seine Erfahrung: Potenzielle Kunden werden überflutet mit Angeboten. Wahrgenommen wird man da nur, wenn man als Marke in positiver Erinnerung ist. „Und das schafft nur professionelle PR.“ Der Bekanntheitsgrad seiner Firma ist zwischenzeitlich gewachsen, „Circle of Dreams“ ist gut im Markt positioniert – dank der Erstellung eines ganzheitlichen PR-Konzeptes und der konsequenten Umsetzung der Maßnahmen. Regelmäßig erscheinende Zeitungsberichte gehören genauso dazu wie konsequentes Suchmaschinenmarketing im Internet. Der Rat von Tobias Zahn:

*„Sich selbst Zeit nehmen und fragen:  
Was brauche ich konkret? Dann findet man auch den  
richtigen Sparringspartner.“*

Anfang der 50er Jahre gegründet

### 3 Leistungs-Bausteine: Beratung, Weiterbildung & Information

Rund 1.700 Unternehmen nutzen jährlich die Leistungen.

Rund **250** Seminare und Workshops werden jährlich veranstaltet.

Breites Themenspektrum: Unternehmensführung, Controlling und Finanzen, Vertriebsmanagement, Personalmanagement, Fertigungsorganisation, Qualitäts- und Umweltmanagement, Einkauf

Firmensitz: **Stuttgart**

## 20 angestellte Mitarbeiter

Circa **400** Berater, Trainer und Referenten im Netzwerk

Ein Meilenstein war das Mittelstandsförderungsgesetz von 1972, in der die geförderte Unternehmensberatung verankert wurde.

Seit 12 Jahren ist das RKW BW mit der Ausrichtung des Zulieferertags Automobil beauftragt und koordiniert seit 2010 das landesweite Netzwerk automotive-bw.