

## Public Relations (PR) – positiv im Gespräch bleiben

Alle bekannten Unternehmen haben eigene PR-Abteilungen, deren wichtigste Aufgabe es ist, das Unternehmen bzw. die Marke immer wieder in positiver Weise in Erinnerung zu bringen.

Dies geschieht z.B. über Zeitungsanzeigen, über Sponsoring von Sportvereinen und Veranstaltung, über die Förderung von sozialen oder Umweltprojekten oder auch über Stellungnahmen in Internetblogs.

Warum sollte eure Schülerzeitung nicht auch etwas Ähnliches auf die Beine stellen? - Klar, ihr habt nicht die Mittel, dass der FC Bayern auf dem Trikot für eure Schülerzeitung wirbt. Ist ja auch unnötig, da ja nicht alle FC-Bayern-Zuschauer zu eurer Zielgruppe gehören.

Trotzdem macht es Sinn, eure Schülerzeitung immer wieder ins Gespräch zu bringen und Schritt für Schritt als Marke zu etablieren.

Dies kann z.B. geschehen durch:

- regelmäßige Aktualisierung der Online-Ausgabe der Schülerzeitung
- Hinweise auf Themen der Schülerzeitung in Blogs und sozialen Netzwerken
- Sonderausgaben der Schülerzeitung („Extrablatt“) zu aktuellen, interessanten Themen
- Vorstellung der Schülerzeitung beim Klassensprecherseminar
- Corporate Design von allem, was mit eurer Schülerzeitung zu tun hat (z.B. einheitliches Logo, einheitliche Farben u.a. auf allen Publikationen, wie Plakaten, Flyern und natürlich auf dem Titelblatt)

### Zum Weiterlesen:

Sehr gute Tipps zum Thema Marke, Corporate Identity und vertiefende Informationen zum Thema „Werbung in eigener Sache“ finden sich im [Schülerzeitungshandbuch für junge Medienmacher](#), der Jugendpresse Deutschland