

## Checkliste Informationskampagne

1. Welche Ziele werden verfolgt und welche nicht: Wie werden Streuverluste vermieden?
2. Welche Responsemöglichkeiten können im voraus bestimmt werden?
3. Welche zeitlichen bzw. saisonalen Aspekte müssen bei der Konzeption von Informationskampagnen berücksichtigt werden?
4. Wie hoch darf der Einzelpreis für die erzielten Kontakte sein?
5. Gibt es mögliche Partner (Verbände, Berufsorganisationen, Interessengemeinschaften usw.), welche sich aktiv in die Informationskampagne einbinden lassen?
6. Welche Medienkategorien können die Informationskampagne in welchem Umfang redaktionell mittragen bzw. unterstützen?
7. Welche Medien mit ausgeprägter Breitenwirkung (z. B. TV, Plakate, Tagespresse mit kombinierten Reichweiten, Verbandspublikationen usw.) eignen sich für die Informationskampagne am besten?
8. Wie kann ich den Erfolg der Informationskampagne periodisch kontrollieren?
9. Wie lässt sich eine Informationskampagne auf zwei, drei oder mehrere Jahre und ohne wesentlichen Mehraufwand erfolgreich ausweiten?
10. Auf welche Art und wie oft informiere ich meine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, damit diese zu einem integrierenden Bestandteil der Informationskampagne werden?