

## **Proseminar: Wie macht man Werbung?**

Ingo K. Thielen, M.A. [thielen@tazlthielen.de](mailto:thielen@tazlthielen.de)

Universität Duisburg/Essen,

Inst. für Kommunikationswissenschaft, Prof. H.W. Schmitz, SoSe 2006

Briefing: Fallbeispiel 2

### **Interessenverband Chemie**

#### **Zusammenschluss deutscher Chemieunternehmen**

Mitglieder sind Unternehmen aus dem Bereich

- Pharma
- Industrie
- Chemie
- Düngemittel
- Umweltlabors
- Zulieferer der chemischen Industrie (Kunststoff, Erdölverarbeitung etc.)

**Branche:** Chemie

#### **Leistungen/Portfolio:**

- 1) Interessenvertretung
- 2) „Sprachrohr“ der Branche

#### **Agenturbriefing:**

- Imagekampagne / Schaffung einer positiven Wahrnehmung
  - o Chemie ist wichtig
  - o Chemie ist umweltfreundlich
  - o Chemie ist Standortvorteil für Deutschland

#### **Zielgruppen:**

- Öffentlichkeit
- Entscheider in der Industrie

#### **Budget:**

300.000 EUR in 2006 / 150.000 EUR in 2007