
Jubiläumsaktivitäten/Öffentlichkeitsarbeit 5 Jahre PHBern

Zielgruppen und Ziele

Primäre Zielgruppen

- breite Öffentlichkeit
- potentielle Studierende und ihre Beeinflusserinnen/Beeinflusser
- Medien

Ziele

- PHBern bekannter machen
- Bedeutung der PHBern deutlich machen
- kantonsweit Präsenz zeigen
- Image einer praxisnahen Hochschule vermitteln

PR-Mittel

Wann	Was
01.09.2010	Brötchen-Verteilaktion zwischen 06.00 und 09.00 Uhr. Über 70 Mitarbeitende und Studierende der PHBern in PHBern-T-Shirts verteilen total 13'000 Brötchen an den Bahnhöfen Bern, Biel, Thun, Burgdorf und Langenthal. Motto: „Die PHBern macht Lehrerinnen und Lehrer fit für die Schule.“
01.09.2010	eBoard Bahnhof Bern während Verteilaktion, 180 Ausstrahlungen, 6.00–9.00 Uhr
01.09.2010	Ganzseitiges Inserat in „20 Minuten“
01.09.–15.09.2010	1286 Hängekartons in öffentlichen Verkehrsbetrieben: Verkehrsbetriebe STI, Regionalverkehr Oberaargau, Biel-Täuffelen-Ins Bahn, Verkehrsbetriebe Biel, PostAuto Aarberg/Seeland, BERNMOBIL, PostAuto Bern, Regionalverkehr Bern-Solothurn RBS, S-Bahn Bern (BLS), Busland Burgdorf, Ortsbus Köniz, PostAuto Laupen, PostAuto Riggisberg
01.09.–15.09.2010	171 Plakate in Bern, Biel, Interlaken, Ittigen, Worblaufen, Münchenbuchsee, Muri, Ostermundigen, Stettlen, Thun, Spiez, Steffisburg, Uetendorf
01.09.–30.09.2010	Cine-Picture in total 22 Kinos in Bern, Biel, Burgdorf, Interlaken, Langenthal, Thun, Worb