



public relations  
marketing-, brand- &  
consumercommunications



Am Messezentrum 6 | 5020 Salzburg | [www.life-like.at](http://www.life-like.at)

**LIFELIKE PR** ist eine PR- und Kommunikationsagentur mit Sitz in Salzburg.

Seit 2008 kommunizieren wir für unsere Kunden aus Österreich und Deutschland.

Wir beginnen beim Menschen und kommen so auch wieder beim Menschen an.

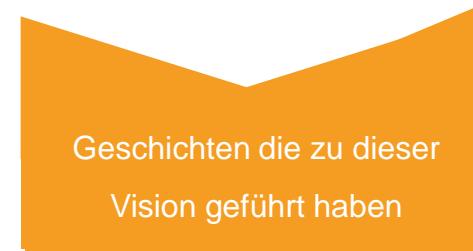
Die Medien mögen's – den Kunden gefällt's



## Der strategische Ansatz unserer Arbeit lautet:

Echtheit der Botschaft filtern:

Markenkern verstehen, Vision erkennen und Potenzial nach außen tragen



Wir beginnen beim Menschen ...

... und kommen so wieder beim Menschen an.

## Was bedeutet dieser strategische Ansatz für unsere Kunden?

**stories**

Wir kreieren PR Stories,  
die Ihre Brand im  
Markenkern definieren,  
die Vision Ihrer Marke  
darstellen  
und das Potential Ihres  
Unternehmens vermitteln

**people**

Mit diesen PR Stories  
machen wir die Marke  
verständlich,  
bauen Vertrauen auf  
und  
aktivieren die Zielgruppe

**brands**

Die Marke wird präsenter  
wahrgenommen  
und wird mit Ihren  
Serviceleistungen  
erleb- und nahbar  
gemacht

## Marken, Menschen und Visionen für die wir u.a. kommunizieren dürfen



Für Kunden & Partner sind wir  
überall dort, wo Menschen miteinander kommunizieren,  
sich austauschen, sich informieren und konsumieren



Online  
Print  
Social Media  
Rundfunk  
Video  
Blog  
Pressekonferenz

&



Offline  
Web  
Digital Detox  
TV  
Foto  
Podcast  
Event



PR Konzeption

PR Strategie

Media Relations

Storytelling

Pressetexte

Corporate Wording

Corporate PR

interne Kommunikation

externe Kommunikation

Employer Branding

Medienkooperationen

PR Events

Monitoring

PR-Controlling & PR-Evaluation

Digital Brand Management

Digitale PR Strategie

Omnichannel Kommunikation

Content Management

Social Media

Influencer Relations

SEO-Texte

OK, UND WIE  
ERREICHT IHR  
DIE  
ZIELGRUPPE?



Kooperationen  
Vorträge  
Speaker



Masterminds und Stakeholder Ihres Unternehmens integrieren wir als Experten und gefragte Speaker in themenrelevante und öffentliche Gesprächsrunden



Sie öffnen sich einer neuen potenziellen Zielgruppe, tragen Ihren Unternehmens-Spirit auf Expertenplattformen nach außen und werden von Medien entsprechend wahrgenommen.



## Sponsoring Incentives Messen



Markenpräsenz, B2B oder B2C?  
Ganz wie Sie möchten!  
Wir binden Ihr Unternehmen in  
imagegetreue Formate ein und  
setzen Ihre Marke vor  
Partnern, Endkunden oder  
Meinungsbildnern der Presse  
gekonnt in Szene.

Sie zeigen qualitative Präsenz  
am Markt und positionieren  
sich medienwirksam als  
Trendsetter in  
zielgruppenorientiertem  
Umfeld.

## Society-Events



Teamgeist ist der Geist der neuen Zeit. Darum mobilisieren wir unsere prominenten Kontakte für Sie und integrieren diese öffentlichkeitswirksam in Ihr gewünschtes Format.

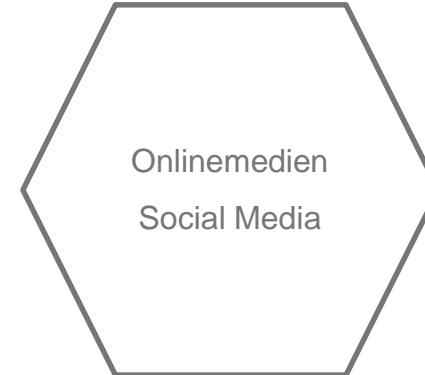
Ihr Unternehmen betont seinen VIP-Charakter. Ihre Zielgruppe wird zum Fan und dank #communitygedanken ein wichtiger Teil Ihres Unternehmens-Spirits.

ALLES GUT UND  
SCHÖN. ABER  
WIE ARBEITET  
IHR MIT DEN  
MEDIEN  
ZUSAMMEN?



## Zuerst mal die Basis

Nach einer gemeinsamen Analyse erstellen wir Basisinformationen, die Ihr Unternehmen in seiner Gesamtheit darstellen und für jeweilige Medien individuell zugänglich gemacht wird.



## Information über das gesamte Spektrum als Basis (Länderspezifisch) (Medienspezifisch)

### PRESSEINFORMATION div. Themengebiete

Berausend und unkenntlich! Lebendig und individuell: afri ist mehr als ein Getränk, afri ist ein Lebensgefühl, afri ist kult, inspirierend, eingespielt und aufregend. Mit 25 Milligramm Koffein pro 300 Milliliter ein starkes Cola-Rezept „are you afri?“ – an dieser Frage entscheidet sich, was Trend ist. Die Kultmarke ist wieder in Österreich und setzt auch hier Zeichen. Überall dort, wo Trends entstehen und Authentizität und Geschmak geprägt sind. Seit Anfang 2009 konnten bereits über 300 Objekte in den jungen, coolen Gastronomie-Ostereichen für afri begutachtet werden.

### REGISTER:

Die Positionierung von Afri-Cola als Nischenmarke  
Wo für steht afri-Cola heute?  
Unterschied zu damals?  
Zielgruppendefinition: damals-heute  
Positionierung in Österreich  
Mittbewerb zu Coca-Cola  
neue alte Rezeptur  
und Energy Drinks  
Wellness

Seite 2  
Seite 2  
Seite 2  
Seite 3  
Seite 3  
Seite 3  
Seite 4  
Seite 4  
Seite 4

### 80 Jahre anders - Die afri Story

1864  
Weinherstellung  
Mit der F. Blaschkeffler Nachfolger GmbH wird in Köln ein regional ausgerichtetes Unternehmen zur Herstellung von Essens für Schnaps, Liköre und Limonaden gegründet.  
  
Ende 1930er  
Inspiration USA  
Eine USA-Kultur importiert dem damaligen Geschäftsführer bei Blaschkeffler, Karl Flach. Der Erfolg koffeinhaltiger Cola-Getränke auf dem dortigen Markt. Die Idee der Arbeitsstellung am Franchise-System nimmt er nach Deutschland mit und entwickelt ein neuartiges, eingespieltes Erfrischungsgetränk auf Basis der Konservierungsmethode der USA. Karl Flach kreiert die Gründerväter von afri und schafft eine Parallele zu den amerikanischen Marken der Zeit.

### 80 Jahre anders Aktuelles Produktpotfolio afri

afri-Cola: Schwarz, Schön, Kult.  
Das Original. Mit 25 mg Koffein/100 ml. Macht wach. Macht aufmerksam. Macht einsichtig. afri belebt Körper und Geist. Der Langzeitkick mit Sofortwirkung.  
  
afri-white: Oh Zucker, 100% afri.  
Für Kalorienbewusste. Seit 2006 als zuckerfreie Variante afri-white. Durch Zulassungsfälle enthält afri-white weniger als 0,5 kcal/100 ml. Voller Koffein - Kein Zucker.  
  
afri-red: 137% afri-coffeine-powered, limited edition.  
afri-Cola zum Durchatmen. Seit 2010. Unverwechselbarer afri Geschmack mit weniger Natrium und 32 mg Koffein/100 ml. Plus Coffeamine, der neuen Formel Koffein, Vitaminen und Taurin. Potenzierte Power.

are you

Ihre Unternehmenswerte, Produkte und Leistungen werden zielgruppenorientiert aufbereitet und mit entsprechendem Bildmaterial ergänzt.

Angelehnt an die marketingstrategische Ausrichtung Ihres Unternehmens werden diese sowie, in der PR-Strategie festgelegte Themen, relevanten Meinungsbildern der Presse zur Verfügung gestellt.

## Für laufende Medienpräsenz

...



Meinungsbildner der Presse  
werden bis zum forcierten Artikel  
von uns betreut.  
Flächendeckend können wir so  
die Aufmerksamkeit der  
Zielgruppe über die Medien  
stärken. Ihr gesamtes  
Unternehmen sowie Produkt-  
oder Dienstleistungsspektrum  
wird verstärkt und  
flächendeckend dargestellt.

Verständnis und Vertrauen  
in den Wirkungskreis des  
Unternehmens, sowie der  
Marke steigen zunehmend an.

... und  
verstärkte  
Marken-  
wahrnehmung

**965**  
Kommerz ist  
Kunst, Kunst  
ist Kommerz.

APRIL 1977 POP ART

1965 - das war die gesuchte Pop Art nach ihrem Ursprung. Ein Jahr später, im April 1977, erschien die Ausstellung "Pop Art - The Pop Movement and Today's Challenges" des Museum of Modern Art in New York. Eine der ersten Ausstellungen, welche die Entwicklung der Pop Art in den USA und Europa darstellten. Die Ausstellung wurde von dem Künstler und Kurator der Ausstellung, dem österreichischen Maler und Grafiker Peter Ströher, als "die wichtigste und prächtigste Ausstellung, die ich je gesehen habe" bezeichnet.

WERBEPFLAKT NORMEN

"...kann man nicht einfach nur auf die Rechte schließen. Deutlich ist, dass die Werbeplakate und Plakate in der Zeitung die Werbung und Inklusion am ehesten unterstützen. Ich kann mir nicht vorstellen, dass eine unvergessliche Plakette diese Werte zerstört oder aufhebt. Ich kann mir auch nicht vorstellen, dass ein Werbeplakat die Werte zerstört", sagt der Künstler. Die Erfüllung bestätigt dies.

Inhalt: Konsumismus und Medien, Mode und Kinos

Einen der wesentlichen Erfolgsfaktoren des Unternehmens ist die auskömmliche Preispolitik. „Wir sind die Marke mit dem niedrigsten Preis auf dem Markt“, so der preisgekrönte Sondrestaurateur und gastronomische Expertenberater Alexander Flach. „Wir sind der Markt und die Kunden als solche das Vertrauen unserer Produkte und Dienstleistungen gewonnen.“ Allerdings war auch dieses der ersten Unternehmensgründung und Produktionsbeginn des jungenen Zünfters Alexander Flach nicht so einfach. Er musste sich mit dem Symbolbild des allumfassenden Konsums auseinandersetzen. „Ich habe mich damals sehr gefragt, was kann ein anderer machen, was kann ich besser machen?“

Deutlich, Kunst und Kreativität auch im Marketing

Design und Style in der Doseffektivität

„Was ist eigentlich ein Dose? Das Material.“

**AGEN I PROVOCATE**

SCHON IN DEN 1960ER-JAHREN war die Marke „Afri“ Synonym für außergewöhnliches Marketing. Damals taten sich in einer Werbespot mit dem Slogan „Sexy-n-super-flower-pop-op-cola – alles ist in afri-cola ...“ um, anderen als die „Sexi-n-super-flower-pop-op-cola“-nässen Glasflasche und sorgten damit ganz besonders in der katholischen Kirche für Heil-Aufregung. Die jüngste Werbelei der kultigen Getränkefirma ist zwar weniger anrührig, aber dennoch kaum weniger sexy. Die weiße Afri-Cola-Palme schmückt nun zwei LML-Scooter. Der Afri-Zweizylinder Star 2 DLX 125 mit 6,7 PS kostet 2690 Euro, das Acheltiller-Viertakt-Pendant Star 4 DLX mit 8,2 PS wird knapp um 2890 Euro erwartet sein.

Wie es sich gehört: Kauf des Gepäckrandwoll mit Jacke, wasser-tasche, Flascheder-Menge.



# RE ANDERS - AFRI COLA NSCHAFT, ENGAGEMENT, VATION, MUT, TRENDS ...

In aufbauender Reihenfolge und angelehnt an die erstellte PR-Strategie, platzieren wir Ihr Unternehmen, themen- und saisonalbedingt in Form von tiefgreifenden Markenportraits sowie ebenso kleinen Highlights mit #musthave Charakter in den Medien.

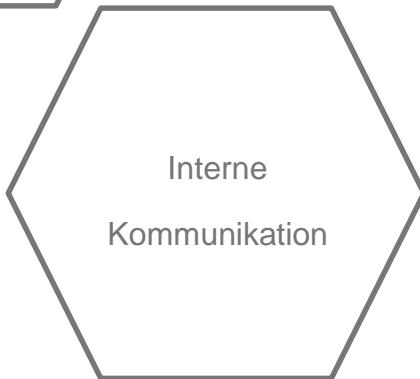
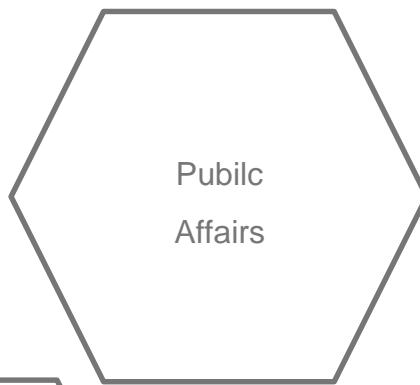
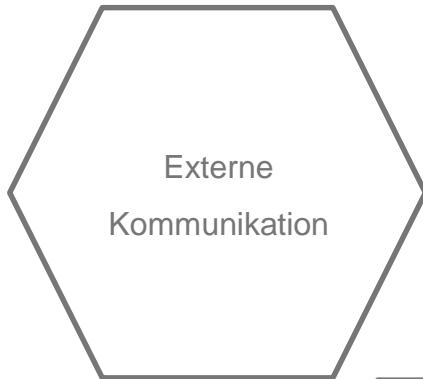
Ihre Marke, Ihre  
Dienstleistung oder Ihr  
Produkt wird für die  
Zielgruppe nahbar gemacht.

UND WAS, WENN  
WIR GANZ  
SPEZIELLE  
BEREICHE  
PUNKTGENAU  
VERSTÄRKEN  
WOLLEN?



## Kommunikation auf 360°

Als PR-Agentur verfügen wir langjähriges Kommunikations Know-how für jede Zielgruppe sowie über einen umfassenden Presseverteiler aus den unterschiedlichsten Branchen.



## Extern: Wirtschaft Produkt Dienstleistung Event



Die Palette unserer externen Kommunikationskonzepte ist schier unendlich.

Angepasst an die jeweilige Leserschaft bereiten wir Ihre Unternehmensbewegungen individuell auf und präsentieren Journalisten Ihr Konzept in einem laufenden Arbeitsprozess.

## Artikelauszug



„Omi-„Omi“ erobert mit Trinkstrudl



**GEMEINSAM LÄUFT'S BESSER**  
Frisch verliebt, bereits verlobt, schon verheiratet oder mit dem Lieblingsmenschen Family-freuds? Die Veranstalter des LOVERUN Vienna boten allen Formen der Liebe eine Laufkategorie an und ließen auch mit der fünften Disziplin „Blind Date“ jene nicht aus, die noch auf der Suche nach dem richtigen Herzenpartner sind. 600 Aktive starteten in 2er-Teams in das 5-km-Rennen um die große Liebe. Die sportliche Leistung war dabei nicht das größte Ziel. „Man muss nicht Profiläufer sein. Spaß an der Sache und die Gemeinsamkeit stehen beim 5-km-LOVERUN Vienna im Vordergrund“, so Veranstalter Andreas Berger. //



### 10. Nilsson GesmbH: neuer Standort in Wels

geschaftsjahren eröffnete das Unternehmen G.O. in Welslich eine zusätzliche Niederlassung in der Welser Albrechtstraße.

den Rahmen um die Eröffnung. Als SKF-Vertreter steht die G.O. Nilsson Wälzlagertechnik jetzt auch internation



### Ohne Omi geht nix: VON ÖSTERREICH IN DIE WEITE WELT

Erst acht Monate ist läuft, ist die rastige Rentnerin schon jetzt das heftigste Eisen am Fruchtfestmarkt zwischen Grün und Orange. Ein Zwischenbericht von den fliegenden Apfelfrucht-Premis.



**Leopoldstadt.** Zum zweiten Mal laden die Veranstalter des „Loverun“ auf die Prater Hauptallee zum Laufen in 2er-Teams. In den 5-km-Kategorien verliebt, verlobt, verheiratet, Blind Date und als wird der Liebe getrotzt und – nebenbei – gefeiert. Startschuss ist am Freitag um 17 Uhr. Programm, //

Resultat ist ein flächendeckendes Media Coverage überall dort, wo Ihre Zielgruppe medial aktiv ist.  
  
Eine verstärkte Medienpräsenz erhöht die strategisch ausgerichtete Markenwahrnehmung in der Gesellschaft und soll das Interesse an Ihrem Unternehmen, Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung steigern.

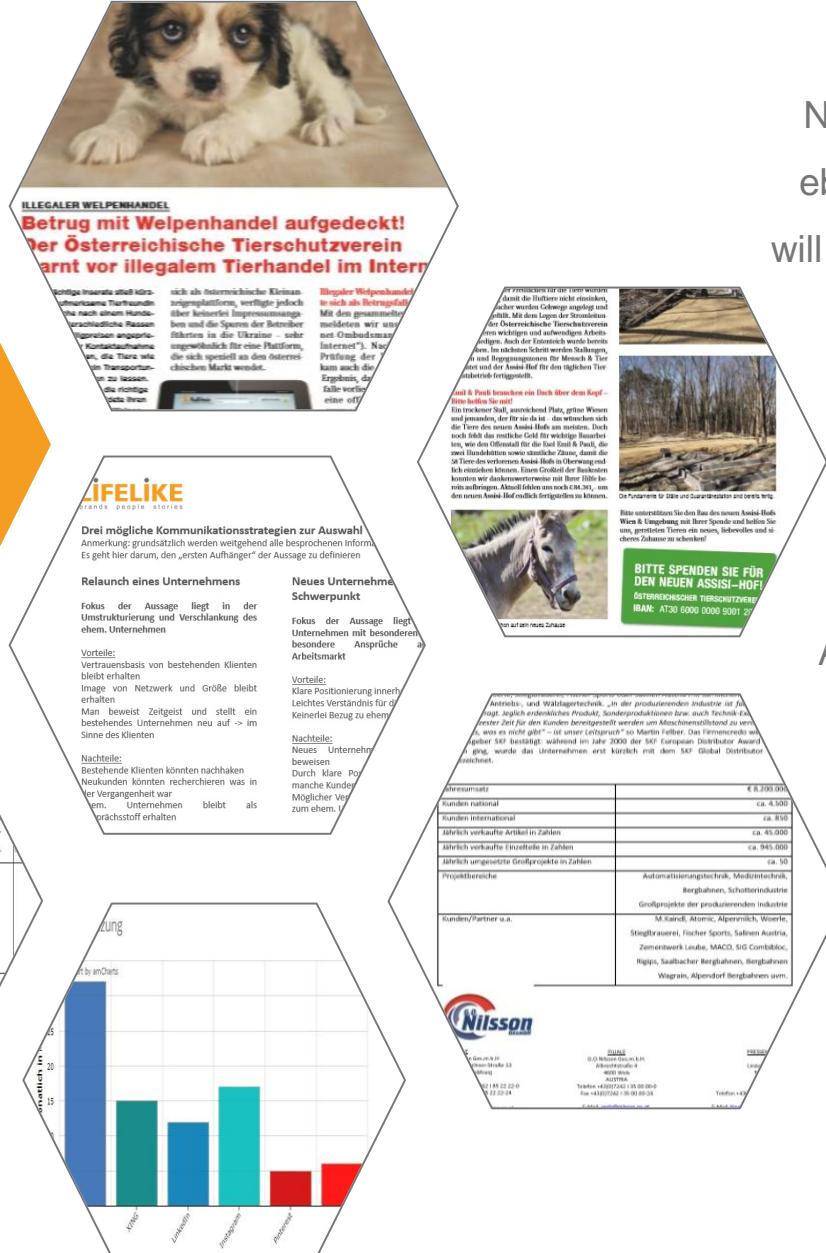
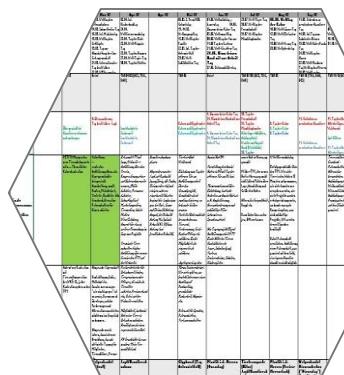
# Employer Branding



Auch Employer Branding lassen  
wir nicht aus, denn gute  
Arbeitskräfte sind entscheidend  
im hart umkämpften Markt.

Mit entsprechenden  
Maßnahmen sowie  
strategisch gesetzten  
PR-Themen  
rund um Ihr Unternehmen  
positionieren wir Sie als  
attraktiven Arbeitsgeber in  
Ihrem Umfeld.

## Intern: Newsletter Firmenzeitung Fortbildung



Nicht nur mit Kunden, sondern ebenso mit dem eigenen Team will richtig kommuniziert werden.

Aus diesem Grund bringen wir unsere Expertise gerne auch für Ihre interne Kommunikation ein.

Angepasst an Ihre Mitarbeiter bereiten wir Firmenzeiten oder Newsletter mit Redaktionscharakter auf und unterstützen bei Planung und Umsetzung Ihrer Workshops.

## Public Affairs



Langjährige Erfahrung für Kommunikation im NGO Bereich zeichnet unsere PR-Agentur seit vielen Jahren aus.

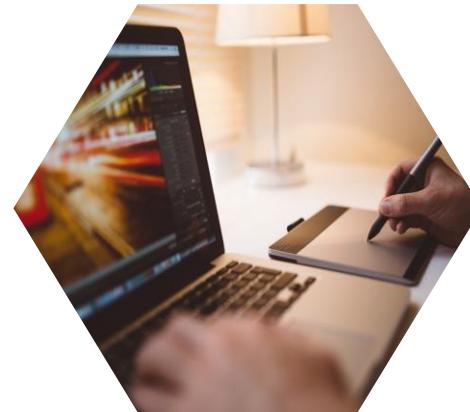
Mit erprobten Public Affairs Konzepten unterstützen wir Ihr Unternehmen gerne bei politisch- sowie spendenorientierten Schritten und Projekten.

UND WAS  
MACHT IHR SO  
IM INTERNET?



## Onlinemedien Online PR SEO PR

Onlinedaktionen  
von  
klassischen Medien



Onlinemedien  
SEO PR

SEO  
Blogs  
Webtexte



## Onlinedaktionen von klassischen Medien



2023 unterscheiden sich Print- und Onlineartikel maßgeblich.

Um Ihre Medienpräsenz möglichst vielschichtig und umfassend gestalten zu können, bereiten wir PR-Themen für Onlineartikel separat auf.

Die Zielgruppe erlebt Ihre Marke auf verschiedensten Medienkanälen, angepasst an die jeweilige Interessensgruppe und kann sich umfassend informieren.

## Onlinemedien SEO PR

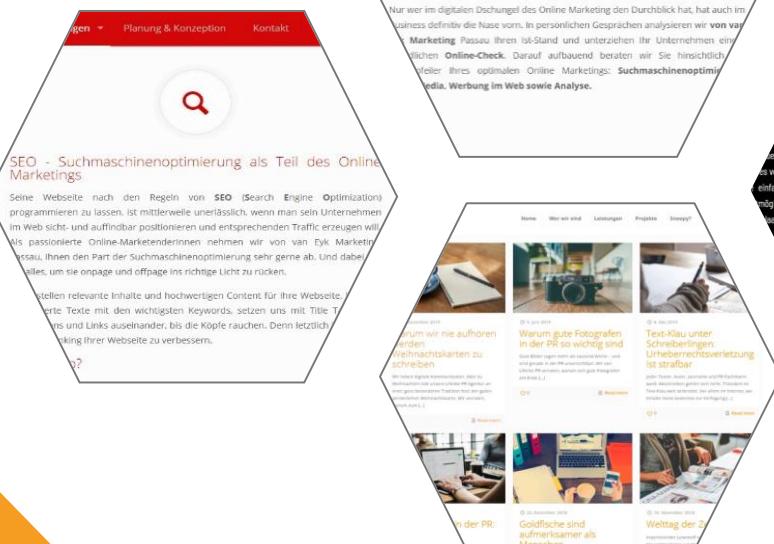


Die Zukunft gilt der SEO PR.  
Innovative Marken setzen jetzt bereits auf diese Kommunikationslösung und auch wir haben unsere SEO Hausaufgaben bereits gemacht.

Mit zukunftsorientiertem SEO Know-how und bewährter PR-Leidenschaft kreieren wir PR-Themen individuell für reine Onlinemedien im SEO Wording.

#searchengineoptimization

## SEO Blogs Webtexte



**SEO (Search Engine Optimization)** steht für Suchmaschinenoptimierung und soll helfen, die Sichtbarkeit Ihrer Webseite im WWW zu erhöhen. Mit Keyword-Strategien, technischer Optimierung, Verlinkungen und den richtigen Inhalten Füllen wir Ihre Site mit Blogs, Webtexten und Artikeln mit Content, der gefunden wird.

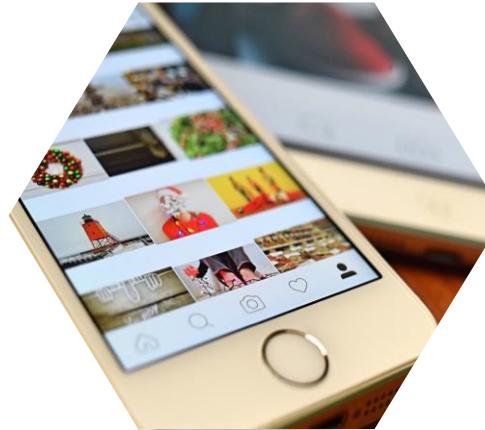
Ihr Unternehmen zeigt zukunftsorientiertes Handeln und ist im Web überall dort präsent, wo Ihre Zielgruppe nach Informationen sucht.

UND WIE SIEHT  
ES MIT  
SOCIAL MEDIA  
AUS?



## Social Media als #dailybusiness

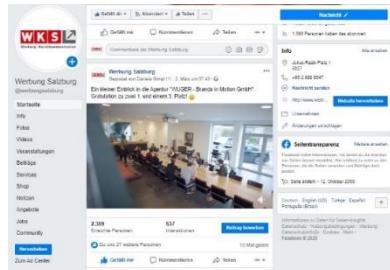
Social Media ist aus der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken. Passionierte Kommunikatorinnen interessieren sich brennend für die neuen Kommunikationswege und so machen auch wir Facebook, Insta, LinkedIn, Snapchat, Tiktok, YouTube & Co. zum #dailybusiness für unsere Kunden und Partner.



Social Media  
für unsere  
Kunden

Social Media  
über unsere  
eigenen Kanäle

## Social Media für unsere Kunden



Osterreichischer Tierschutzverein ÖTV ist hier: Assisi-Hof Oberösterreich.  
11. März um 17:03 · Frankenburg am Hausruck, Oberösterreich · Update zur geretteten Krähe "Nera":

Nera haben wir letzte Woche mit einer großen Wunde übernommen. Bei der tierärztlichen Untersuchung stellte sich leider heraus, dass sie auch einen Flügelbruch hat. ☹

Die gute Nachricht: Neras Flügel kann geschiert werden, wir haben die Infektion gut im Griff und unser Schützling frisst brav ❤... Mehr anzeigen



Nach Erstellung eines Themen- und Contentplanes, der in die Kommunikationsstrategie und marketingstrategische Ausrichtung Ihres Unternehmens integriert wird, posten, kommentieren und liken wir in Ihrem Namen. Die Wahrnehmung steigt, die Zielgruppe wächst und Ihr Unternehmen beweist auch in Social Media Zeitgeist.





# Social Media über unsere eigenen Social Media Kanäle

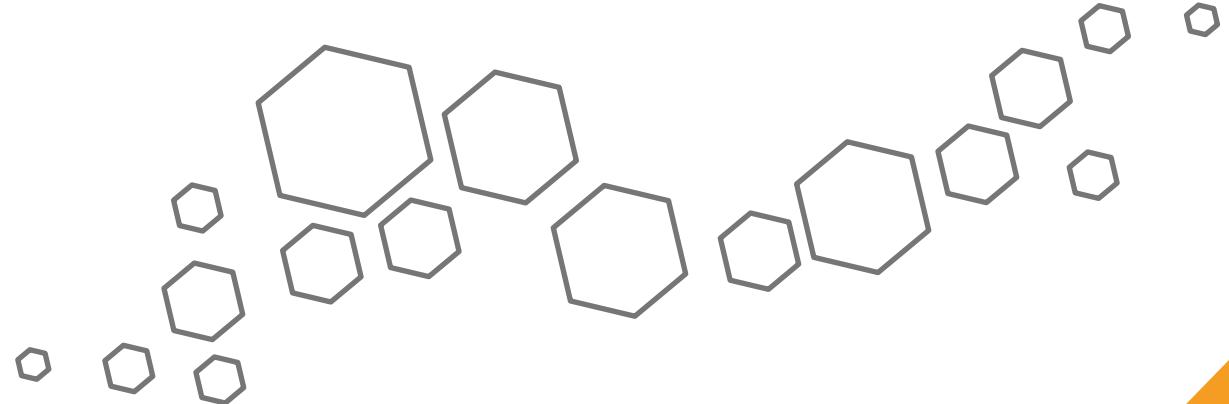
The collage displays the following social media profiles:

- Instagram:** lifelike\_pr (415 Beiträge, 2.425 Abonnenten, 997 abonniert). Posts include food photos, travel tips, and lifestyle advice.
- LinkedIn:** Lifelike PR-Agentur (Oberösterreichische Zeitung, Steyr) (144 Follower). Posts include a photo of a birthday cake with lit candles.
- Facebook:** Lifelike PR-Agentur (132 Follower). Posts include a photo of a birthday cake with lit candles.
- Twitter:** LifelikePR (5.5 Sekunden vor Salzburg ohne Heizung. 0.0 Million stelle ich mir einen intelligenten Pendeltaktgeber für denzel lauerne Reputationswerte vor 28 Sekunden). Posts include a photo of a motorcycle and a tweet from diaNagashi (@nagashid) about her migration from Hungary to Canada.

Medien, Journalisten, Influencer, Kunden, Partner und auch manch' Follower die wir absolut nicht kennen: Als PR-Agentur sind auch wir in den Social Media Kanälen aktiv und beliefern unsere Community mit wissenswerten News rund um unsere #clients.

Kunden profitieren von einer weiteren Plattform mit relevanten Personen sowie unserem Erfahrungsschatz auf den einzelnen Kanälen. #lifelikepr

**LIFELIKE PR** lässt sich als besonders zielstrebige und vor allem schnell agierende Agentur bezeichnen. Unsere Stärken liegen in der Spontanität, Schnelligkeit und Wendigkeit im Sinne des Kunden, wobei wir die zu transportierende Meldung immer punktgenau auf allen Kanälen umsetzen. Wir beginnen beim Menschen und kommen so auch wieder beim Menschen an.



WIR HOFFEN,  
WIR KONNTEN  
SIE EIN WENIG  
INSPIRIEREN  
UND FREUEN  
UNS AUF SIE  
UND IHR  
UNTERNEHMEN

