Beratungskompetenz für PR-Consultants:

Wer ins kalte Wasser geworfen wird, sollte schwimmen können

Von Petra Brandes und Julia Schweineberg*

Ein PR-Berater muss nicht nur stark in Konzeption und Organisation sein, er sollte vor allem eines können: beraten. Fühlt sich ein Kunde vom Berater verstanden und ist die Beziehung von Vertrauen geprägt, steht die Zusammenarbeit zumeist auf einem festen Fundament. Obwohl der Erfolg von PR-Consultants wesentlich von ihrer Beratungskompetenz abhängt, sind entsprechende Angebote in der PR-Aus- und -Weiterbildung bisher rar gesät. Auch PR-Fachliteratur zum Thema „Beraten lernen“ sucht man vergeblich. Doch warum wird das Thema trotz seiner praktischen Relevanz bisher so stiefmütterlich behandelt? Vielleicht weil der gängigen Meinung nach Beratungskompetenz vor allem auf der Persönlichkeit und der Erfahrung des PR-Beraters basiert. Doch hier ist ein Umdenken erforderlich, denn wie andere Qualifikationen ist auch Beratungskompetenz ein kontinuierlicher Lern- und Reflexionsprozess.

Momentan bedeutet beraten lernen in der PR-Praxis zumeist „learning by doing“. Vielfach werden angehende PR-Berater einfach ins kalte Wasser geworfen, aber niemand bringt ihnen das Schwimmen bei. Auch erfahrene PR-Consultants benötigen im Umgang mit dem Kunden viel Fingerspitzengefühl. Schon ein unüberlegter Satz kann hier eine Lawine von Missverständnissen und Dissonanzen ins Rollen bringen. Unzureichende „soft skills“ von Agenturmitarbeitern sind für den Kunden sogar oftmals ausschlaggebend für die Beendigung einer Agenturbeziehung. Dies bestätigen die Ergebnisse einer aktuellen Studie von Burrack NB-Advice, in der 145 Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen befragt wurden: Wenn ein Kunde sich aufgrund operativer Beratungsleistung von einer Agentur verabschiedet, gaben 28 Prozent der Befragten als Hauptgrund die Persönlichkeit der Agenturmitarbeiter an. Ebenso sind die menschlichen Kriterien für 28 Prozent ein entscheidender Faktor, einer Agentur die Treue zu halten.

Doch inwiefern lässt sich Beratungskompetenz erlernen? Tatsache ist, dass eine ausgeprägte Menschenkenntnis im Beratungsprozess natürlich von Vorteil ist. Auch hilft Erfahrung, einen einmal begangenen Fehler nicht zu wiederholen. Doch weder Persönlichkeit noch Erfahrung können eine gezielte Schulung der Beratungskompetenz ersetzen. Nur dadurch erhalten PR-Berater die Möglichkeit, die zwischenmenschlichen Grundlagen des

Beratungsprozesses zu verstehen, ihr eigenes Verhalten in schwierigen Beratungssituationen zu prüfen und zu optimieren und somit Fehler zu vermeiden.

Vier Ebenen des Beratungsprozesses

Im Beratungsprozess sind vier Ebenen von besonderer Bedeutung, derer sich ein PR-Berater im Kundenkontakt bewusst sein muss und die unterschiedliche Anforderungen an ihn stellen. Hier sollte ein systematischer Ausbau von Beratungskompetenz ansetzen.

1. Der Kundenauftrag

Nicht immer sagt ein Kunde von Anfang an klar, was von der Agentur gefordert wird. Oft ist das offen Kommunizierte nur die Spitze des Eisberges. Unter der Wasseroberfläche existiert auch auf Kundenseite ein Geflecht an Beziehungen und Hierarchien, das Einfluss auf die Zusammenarbeit hat. Der Berater muss daher möglichst sauber klären: Worum geht es wirklich? Welche Ziele sollen im Kundenauftrag erreicht werden? Welche Erwartungen liegen vor?

2. Die Beziehungsebene

Im Beratungsprozess spielt die Beziehungsfähigkeit der Berater eine wichtige Rolle. PR-Consultants sollten idealerweise in der Lage sein, Beziehungsstörungen zwischen Kunde und Agentur wie Misstrauen, Konkurrenz oder Kompetenzgerangel zu erkennen und damit umzugehen. Ein solches Feingespür – auch für kundeninterne Unstimmigkeiten – zu entwickeln, lässt sich trainieren, zum Beispiel durch richtiges Zuhören, aber auch indem sich der Berater in die Gedankenwelt seines Kunden hineinversetzt.

3. Das Gegenüber

Ein Berater sollte ein vielfältiges Handlungsrepertoire für verschiedene Menschen zur Verfügung haben. Mit einem eher besserwisserischen Kunden sollte er anders umgehen als mit dem eher kreativen Typen. Andere Menschen zu erkennen, ohne sie in Schubladen zu stecken, erfordert ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen. Auch dieses lässt sich durch eine gezielte Schulung optimieren.

4. Selbstwahrnehmung und „Selbst-Bewusstsein“

Sich seiner selbst sehr bewusst zu sein ist die Grundlage für einen guten Berater. Eigene Gefühle wahrzunehmen und Verhaltensmuster zu erkennen, sind erste Schritte dazu. Trainierbar wird diese Kompetenz zum Bei-

spiel durch kontinuierliche Selbst- und Fremdwahrnehmungsabgleiche, kollegiales Coaching oder systematisch geführte Kundenauswertungsgespräche.

Man sieht: PR-Consultants können in vielerlei Hinsicht lernen, noch bessere Berater zu werden. Auch erfahrene Agenturmitarbeiter und selbstständige PR-Tätige sind daher gut damit beraten, ihre Beratungskompetenz auszubauen. Was die Ausbildung ihrer Nachwuchskräfte betrifft, sollten Agenturchefs erkennen, dass Schwimmer im kalten Wasser seltener untergehen – und schneller ans Ziel kommen.

* Julia Schweineberg ist PR-Beraterin und wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität, wo sie das PR-Weiterbildungsangebot PR² - Wissenschaft x Praxis betreut. Petra Brandes arbeitet als selbstständige Personal- und Organisationsberaterin und war mehrere Jahre Mitinhaberin einer PR-Agentur. Die Ausbilderin in personenzentrierter Gesprächsführung leitet ein zweitägiges Seminar zum Thema „Beratungskompetenz für PR-Consultants“, welches PR² am 14. und 15. April 2005 in Münster anbietet. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.pr-quadrat.de.

Kontakt:

Zentrum für Angewandte Kommunikation e.V.
c/o Institut für Kommunikationswissenschaft der
Westfälischen Wilhelms-Universität Münster
Bispinghof 9-14
48143 Münster

Tel. 0251 / 83-24261
Fax 0251 / 83-28394

www.pr-quadrat.de

Julia Schweineberg M.A.
Tel. 0251 / 83-23013
julia.schweineberg@uni-muenster.de