

PR-Berufsbild

*veröffentlicht von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) -
Berufsverband Öffentlichkeitsarbeit*

Ziffer 1:

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations ist Management von Kommunikation

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations vermittelt Standpunkte und ermöglicht Orientierung, um den politischen, den wirtschaftlichen und den sozialen Handlungsraum von Personen oder Organisationen im Prozess öffentlicher Meinungsbildung zu schaffen und zu sichern.

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations plant und steuert dazu Kommunikationsprozesse für Personen und Organisationen mit deren Bezugsgruppen in der Öffentlichkeit. Ethisch verantwortliche Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations gestaltet Informationstransfer und Dialog entsprechend unserer freiheitlich-demokratischen Werteordnung und im Einklang mit geltenden PR-Codices.

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations ist Auftragskommunikation. In der pluralistischen Gesellschaft akzeptiert sie Interessengegensätze. Sie vertritt die Interessen ihrer Auftraggeber im Dialog informativ und wahrheitsgemäß, offen und kompetent. Sie soll Öffentlichkeit herstellen, die Urteilsfähigkeit von Dialoggruppen schärfen, Vertrauen aufbauen und stärken und faire Konfliktkommunikation sichern. Sie vermittelt beiderseits Einsicht und bewirkt Verhaltenskorrekturen. Sie dient damit dem demokratischen Kräftespiel.

Voraussetzung für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations sind aktive und langfristig angelegte kommunikative Strategien. Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations ist eine Führungsfunktion; als solche ist sie wirksam, wenn sie eng in den Entscheidungsprozeß von Organisationen eingebunden ist.

Ziffer 2:

Kernaufgaben und Methodik der Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations hat sechs Kernaufgaben, zusammengefasst in der Formel **AKTION**:

- **A**nalyse, Strategie, Konzeption (Sachstands- und Meinungs-Analysen, Ziel-/Strategie-Entwicklung, Programmplanung);
- **K**ontakt, Beratung, Verhandlung;
- **T**ext und kreative Gestaltung, (Informationserarbeitung und -gestaltung, Aufbereitung in Informationsträgern);
- **I**mplementierung (Entscheidung, Ausplanung von Maßnahmen, Kosten und Zeitachse);
- **O**perative Umsetzung und
- **N**acharbeit, Evaluation (Effektivitäts- und Effizienzanalysen, Korrekturen).

Ziffer 3:

Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations

Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations ist in allen gesellschaftlichen Bereichen erforderlich. Da sich die Gesellschaft weiter ausdifferenziert, wächst dieses Berufsfeld; die Nachfrage nach Experten in der Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations steigt. In Europa sind etwa 90.000, in Deutschland ca. 40.000 Personen (Stand: 2002) in der Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations tätig, und zwar vorwiegend in Organisationen, Unternehmen, in Agenturen oder als selbständige/r PR-Berater/in sowie in Ausbildung, Forschung und Lehre.