



Public Relations-Berater

Die Kernaufgabe des Public-Relations-Beraters ist die Gestaltung des ständigen Dialoges mit der Öffentlichkeit.

Die so genannte "Pressearbeit" ist nur ein kleiner Teil der Aufgaben des Public-Relations-Beraters.

Public Relations ist die Gesamtheit der bewussten, geplanten, zielgerichteten und dauernden Bemühungen, in der Öffentlichkeit sowie bei direkt oder indirekt betroffenen Gruppen gegenseitiges Verständnis und Vertrauen aufzubauen und zu fördern. Ziel der Public Relations ist es, Aufmerksamkeit und Interesse zu wecken, Bekanntheitsgrad und Imageprofil aufzubauen sowie Sympathie und Vertrauen zu gewinnen. Public Relations sollen Entscheidungsprozesse beeinflussen, der Konfliktbewältigung und dem Bemühen um Konsens dienen.

Nur der ständige Dialog mit den verschiedenen Interessengruppen im jeweiligen Beziehungsumfeld sowie der gegenseitige Interessenausgleich können das notwendige Klima für Verständigung und Vertrauen schaffen. Public-Relation-Berater nehmen daher eine demokratiepolitisch wichtige, wechselseitige Vermittlungsfunktion zwischen Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft ein.

Die Gestaltung dieses Dialogs mit der Öffentlichkeit ist die eigentliche Aufgabe von Public Relations. Die PR-Tätigkeit kann sich dabei sowohl auf eine reine Beratungstätigkeit erstrecken als auch die für die Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit notwendigen Maßnahmen beinhalten.

- Der Aufgabenbereich des Public-Relations-Beraters umfasst:
- Die Planung, Begleitung und Realisierung von CI-Programmen
- Die Erarbeitung und Mithilfe bei der Einführung von Unternehmensleitbildern
- Die Initiierung, Begleitung und Interpretation von Imageuntersuchungen
- Die Erarbeitung von PR-Strategien und Formulierung von PR-Zielen
- Die quantitative und qualitative Analyse von Dialoggruppen sowie der Aufbau von Kontakten zu diesen Dialoggruppen für den Auftraggeber
- Die Beratung im Kommunikationsmanagement
- Die Beratung in Fragen der Medien- und Kommunikationsarbeit
- Die Konzeption der Struktur und Organisation der Public Relations
- Die Erarbeitung integrierter Kommunikationskonzepte sowie deren Umsetzung
- Die Konzeption und Durchführung von PR-Maßnahmen
- Die Erarbeitung von Krisen-PR-Plänen sowie von Strategien zur Bewältigung von schwierigen Situationen in Unternehmen
- Die Koordination der Zusammenarbeit aller Beteiligten an Kommunikationsaufgaben
- Die Verwaltung des PR-Budgets unter Berücksichtigung höchster Sorgfaltspflicht
- Die Wahrung der ihr anvertrauten Geschäftsgeheimnisse
- Die Vermittlung zwischen Wirtschaft, Politik, Verwaltung und Zivilgesellschaft im Rahmen von strategischer Kommunikation und Public Affairs