

„Viele Berater fühlen sich verunglimpft“



JULIA WIPPERSBERG ist Präsidentin des Public Relations Verbands Austria (PRVA).

ken genannt wird, schadet. Viele PR-Berater fühlen sich in ihrem Berufs-Ethos und Selbstverständnis verunglimpft.

3 Von „selbsternannten PR-Beratern“ sprechen Sie in einer Aussendung.

Spindoctoring, bloßes Redens schreiben oder Ähnliches sind keine umfassende PR-Beratung. Hier verstecken sich manche hinter der wertvollen Berufsbezeichnung, wenn sie ihre eigentliche Tätigkeit nicht prominent nennen wollen.

1 Bei all den Querelen um Dirty Campaigning fällt immer wieder der Terminus „PR“ - der PRVA ist darüber nicht glücklich, oder?

Unsere Mitglieder werden mit „Beratern“ in einen Topf geworfen, die nichts mit seriöser Öffentlichkeitsarbeit zu tun haben und sich keinerlei Ethikvorgaben unterwerfen. Aktivitäten wie Dirty Campaigning fallen für uns nicht unter seriöse PR.

2 Schaden Peter Puller und Rudi Fufsi, die von Medien auch als PR-Experten bezeichnet werden, dem Image Ihrer Branche?

Jede Berufsbezeichnung, die im Zusammenhang mit nicht wünschenswerten Geschäftsprakti-

4 Was macht die Qualität eines guten PR-Beraters aus - und was geht umgekehrt überhaupt nicht?

Auftragskommunikation ist immer auch Vertrauensarbeit. Setzt jemand PR-Instrumente ein, um Personen, Unternehmen oder Institutionen herabzuwürdigen, zu diffamieren oder Falschmeldungen über sie zu verbreiten, ist er kein PR-Berater nach unserem Verständnis.

5 Ist der Schaden irreparabel auf längere Sicht?

Zwei, drei Marktteilnehmer, die übrigens keine PRVA-Mitglieder sind, ergeben ein komplett verzerrtes Bild einer ganzen Branche. Davon lassen wir uns sicherlich nicht entmutigen.