

Schwerpunkt-Programm des Vorstandsteams 2023-2025

Präambel

Sehr geehrte Mitglieder,

im Folgenden finden Sie eine Übersicht der Personen, die sich für den neuen Vorstand zur Wahl stellen sowie die Inhalte, Themen und Vorhaben, denen sich das Team in der neuen Periode widmen wird.

Wie schon der letzte Vorstand steht auch das neue Team für Transparenz, offenen Dialog, konstruktive Zusammenarbeit auf Augenhöhe, Inklusion und ein zeitgemäßes Public Relations- und Kommunikationsverständnis.

Der neue Vorstand setzt sich aus Kommunikationsexpert:innen zusammen, die Erfahrung aus verschiedenen Bereichen in unterschiedlichen Positionen mitbringen und die die Leidenschaft für Public Relations und Kommunikation eint.

Das Vorstandsteam



Christian Krpoun hat mehr als 35 Jahre Berufserfahrung und ist als PR- und Kommunikationsberater für nationale und internationale Unternehmen, KMU, eigentümergeführte Familienunternehmen, Institutionen, NGOs, Verbände und Führungskräfte tätig. Als CEO von currycom communications liegt seine Expertise in der strategischer Public Relations-, Kommunikations- und Unternehmensberatung, internationalen Marken-Positionierungsprojekten sowie Krisenkommunikation, Reputationsmanagement und CEO-Positionings.

Bewirbt sich als Präsident des PRVA



Ingrid Gogl ist Expertin für Brand-Strategy, strategische Kommunikation und Corporate Storytelling mit über 10 Jahren Erfahrung sowohl auf Agentur- als auch auf Unternehmensseite. Sie ist aktuell Vice President Marketing und Communications bei Yunex Traffic (ehemals Siemens ITS), einem internationalen Unternehmen für smarte Verkehrsinfrastruktur. Davor leitete Ingrid den Newsroom in der ÖBB Holding. Dort war sie für die digitale und interne Kommunikationsstrategie und Positionierung des ÖBB-Konzerns verantwortlich.

Bewirbt sich als Vize-Präsidentin des PRVA

Das Vorstandsteam



Bettina Loidhold ist Communication Managerin bei EY Österreich, davor war die 31-Jährige für verschiedene Agenturen wie The Skills Group oder Eiselt-Kommunikation tätig. Die Wienerin ist seit 2018 im Leadership Team der PRVA Newcomer aktiv und verantwortet die Einführung erfolgreicher neuer Formate, etwa das Karriereevent „Talent Garden“ oder die „Neuland“-Eventreihe, einer Kooperation mit den Young Professionals Netzwerken weiterer Kommunikationsverbände im DACH-Raum.

Bewirbt sich als Vize-Präsidentin des PRVA



Karin Wiesinger ist seit mehr als 25 Jahren in der Public Relations Branche tätig. Dazu zählen verschiedene Managementfunktionen in der Kommunikationsberatung auf Agenturseite, zum Beispiel bei The Skills Group oder Grayling genauso wie Leitungsfunktionen auf Unternehmensseite, zuletzt als Head of Corporate Communications bei Dorda Rechtsanwälte. Die eingetragene Mediatorin ist die derzeitige Präsidentin des PRVA und übte bereits davor mehrfach Vorstandsfunktionen im Verband aus.

Bewirbt sich als Finanzreferentin des PRVA

Das Vorstandsteam



Johannes Angerer leitet die Kommunikation der MedUni Wien und ist dort Geschäftsführer des Alumni Clubs. Er hat an der Universität Wien Kommunikationswissenschaften studiert, eine Ausbildung zum PR-Berater am Deutschen Institut für Public Relations absolviert und unterrichtet Kommunikation beim „Master of Public Health Vienna“ von Universität Wien und MedUni Wien. 2021 und 2022 wählte das Magazin „Österreichs Journalst:in“ Angerer zum Unternehmenssprecher des Jahres, Kategorie Wissenschaft.

Bewirbt sich als Vorstandsmitglied des PRVA und den Bereich interne/externe Kommunikation



Stefan Grampelhuber wurde im Sommer 2021 als Generalsekretär in den PRVA Vorstand kooptiert. Davor war der gebürtige Oberösterreicher für die WKÖ tätig und Teil des Transformationsprozesses, die zur Einführung des WK-Newsrooms führte. In weiteren Karrierestationen spielte der Kontakt mit Politik und öffentlicher Verwaltung eine wichtige Rolle: Als Chefredakteur von „Republik“, eines Magazins für Führungskräfte der öffentlichen Hand, stand Stefan Grampelhuber mehrere Jahre lang im Austausch mit leitenden Mitarbeiter:innen der Bundesverwaltung.

Bewirbt sich als Generalsekretär des PRVA

Das Vorstandsteam



Elisabeth Dal-Bianco ist Communication Operations Manager und seit September auch als Acting Country Communication Manager bei IKEA Österreich tätig. Sie schloss ihr Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Wirtschaftsuniversität Wien ab und startete ihre Karriere beim Pharmaunternehmen Pfizer, wo sie von 2004 bis 2020 tätig war. Noch während der Karenz beendete Dal-Bianco im Jahr 2012 den zweijährigen postgradualen Masterstudiengang CSR und ethisches Management an der FH des bfi Wien.

Bewirbt sich als Vorstandsmitglied des PRVA



Ruth Strobl hält Wien gemeinsam mit über 15.000 Kolleg:innen der Wiener Stadtwerke-Gruppe am Laufen. Als Expertin der internen Kommunikation ist sie seit mehr als zehn Jahren u. a. Chefredakteurin der Mitarbeiter:innen-Zeitung und des konzernweiten Intranets. Davor war die Kommunikationswissenschaftlerin und Germanistin Pressesprecherin der Wien Energie Fernwärme und leitete in einer internationalen Medienbeobachtungsagentur den Bereich Medienresonanzanalyse.

Bewirbt sich als Vorstandsmitglied des PRVA

Ausgangslage

Anknüpfend und basierend auf den Inhalten des Transformationsprozesses, der 2021/22 initiiert und umgesetzt wurde, und den Ergebnissen der 2022 durchgeführten Umfragen bei den Mitgliedern des PRVA wurden einige Schwerpunkte identifiziert, die integrierter Bestandteil unseres Programms sind.

Ergebnis des Transformationsprozesses war unter anderem die im Folgenden ausformulierte Positionierung und das Selbstverständnis des PRVA, welche wir als Richtschnur für unsere zukünftige Arbeit verstehen und die es durch entsprechende Maßnahmen mit Leben zu erfüllen gilt:

„Der Public Relations Verband Austria ist der Verband für Kommunikationsexpert:innen mit einem ganzheitlichen Verständnis für professionelle und strategische Kommunikation in Österreich nach höchsten qualitativen und ethischen Ansprüchen. Als freiwillige Interessenvertretung und zentrale Vernetzungsplattform für seine rund 800 Mitglieder unterstreicht der PRVA die gesellschaftspolitische Relevanz und Verantwortung von professionellen Public Relations. Ziel des PRVA ist es darüber hinaus, einen wesentlichen Beitrag zur Professionalisierung und Weiterentwicklung der Branche zu leisten und gleichzeitig Verständnis für die unterschiedlichen Aufgabenbereiche, Kompetenzen und Wirkung von Public Relations sowie professioneller Kommunikator:innen in der breiten Öffentlichkeit zu schaffen.“

Schwerpunkte der Vorstandsarbeit

Für seine Mitglieder versteht sich der PRVA als Informations- und Servicestelle, Drehscheibe sowie Ausbildungs- und Vernetzungsplattform. Gleichzeitig repräsentiert der PRVA die Branche als Impulsgeber, der Stellung zu relevanten Themen bezieht.

Wie die Mitgliederbefragung gezeigt hat, wünschen sich diese in Bezug auf die Schwerpunktsetzung eine thematische Gewichtung, die zu zwei Drittel auf interne (Vernetzung, Aus- und Weiterbildung etc.) und zu einem Drittel auf nach außen orientierte (Stellungnahme zu relevanten Themen etc.) Maßnahmen abzielt.

Folgende Schwerpunkte stehen daher im Fokus:

- Reputation und Außenwirkung
- Weiterbildung und Innovation
- Netzwerk und Serviceausbau
- Qualität und Ethik
- Nachwuchsförderung
- Ausbau der Zusammenarbeit mit den PRVA-Vertretungen der Bundesländer

Schwerpunkt: Reputation und Außenwirkung

Ziel: Wahrnehmung des PRVA als professioneller Brückenbauer, Impulsgeber und PR- und Kommunikations-Expert:innenverband in der breiten Öffentlichkeit positionieren und schärfen

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Proaktive Kommunikationsarbeit zu Bedeutung und Wirksamkeit von professioneller Public Relations, um Ausbau, aber auch Verbesserung des Images von PR in der breiten Öffentlichkeit und der Branche zu verankern
- Stellungnahmen zu kommunikationsrelevanten Themen (ressourcenabhängig)
- Arbeitsgruppe, um zu evaluieren, zu welchen Themen, in welcher Form und mit welchen Ressourcen der PRVA künftig Stellung beziehen soll und kann (Wordings und Positionspapiere)
- Ausbau der Expert:innen-Positionierung des Verbandes und seiner Mitglieder in der breiten Öffentlichkeit
- Nutzen des 50-Jahre-Jubiläums als Kommunikationsanlass 2025 und Launch einer Kampagne „50 Jahre PRVA“
- Optional: Erstellen eines PR-Konzepts für den PRVA und Ausschreibung von PR-Betreuung unter den Agentur-Mitgliedern

Schwerpunkt: Weiterbildung und Innovation

Ziel: Ausbau des qualitativen Informations- und Weiterbildungsprogramms des PRVA, um den Austausch und Know-how-Transfer zu fördern

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Definition des Zukunftsbildes von PR- und Kommunikationsberater:innen und Erstellen eines Kriterienkatalogs – welche Kompetenzen sind für PR- und Kommunikationsberater:innen heute und zukünftig relevant?
- Kompetenzausbau und Orientierung geben (Big Data, AI, ChatGPT etc.)
- Wissenstransfer durch entsprechende Veranstaltungen fördern
- Zusammenarbeit mit dem wissenschaftlichen Senat verstärken
- Neues Format zur Vernetzung zwischen Wissenschaft und Praxis forcieren: „Science Snacks“ mit Kurzvorstellungen wesentlicher Erkenntnisse aus Master- und ausgesuchten Bachelor-Arbeiten
- Kooperationsveranstaltungen mit Schwester-Verbänden, insbesondere getrieben über die PRVA Newcomer
- Start eines zusätzlichen Awards für herausragende Kommunikationsmaßnahmen
 - PR-Staatspreis für integrierte Kommunikation/Kampagnen, neuer Award für einzelne Content Pieces und kleinere Aktionen, um die Vielfalt der PR darzustellen

Schwerpunkt: Netzwerk und Serviceausbau

Ziel: Ausbau qualitativer Formate und Plattformen, um den PRVA-Mitgliedern die Möglichkeit zum Austausch, Know-how-Transfer und Vernetzung zu bieten

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Bestehende Formate wie #PRGala, #ktag etc. weiterentwickeln und wachsen lassen
- Evaluieren und (Weiter-)entwickeln neuer Formate gemeinsam mit den PRVA Newcomer
- Ausbau der Digitalisierung des PRVA-Programmangebots
- Bestehende Awards schärfen und zusätzliche Awards konzipieren sowie die Außenwirkung durch Kooperationen erhöhen
- Service-Funktion des PRVA-Offices evaluieren und weiterentwickeln (unter Berücksichtigung der bestehenden Ressourcen)

Schwerpunkt: Qualität und Ethik

Ziel: Schaffen von Bewusstsein für die Bedeutung und Notwendigkeit von PR- und Kommunikationsarbeit nach höchsten ethischen und qualitativen Ansprüchen bei den Mitgliedern und in der breiten Öffentlichkeit. In enger Zusammenarbeit mit dem Österreichischen PR-Gütezeichen und dem PR-Ethik-Rat.

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Studie „Ethik und Qualität in der PR“ als Evaluierung des Status quo in der Branche und nutzen der Ergebnisse für Kommunikations- und Medienarbeit
- Stellungnahmen zu aktuellen Themen
- Integration des Themas „Qualität und Ethik“ in die Kommunikationsarbeit des PRVA sowie für die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für Mitglieder (z. B. Online-Auffrischungs-Workshops zu Qualität und Ethik etc.)
- Einsetzen einer Arbeitsgruppe zum Thema „Öffentliche Ausschreibungen“

Schwerpunkt: Nachwuchsförderung

Ziel: Fördern von Talenten und Berufseinsteiger:innen. Berufsbild “PR- und Kommunikationsberater:in“ für junge Menschen interessant und erstrebenswert machen, um dem Fachkräftemangel in der Branche entgegenzuwirken.

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Enge Zusammenarbeit mit PRVA Newcomer
- Etablieren einer Arbeitsgruppe, um die Anforderungen und Bedürfnisse von Arbeitgeber:innen und Studierenden, Talenten und Interessierten zu evaluieren und entsprechende Maßnahme für Recruiting und Attraktivierung des Berufsbildes zu schaffen
- In der externen Kommunikation gezielt auf die Attraktivität, Bedeutsamkeit des Berufsbildes und Karrieremöglichkeiten in der PR- und Kommunikationsbranche setzen
- Etablieren von generationenübergreifenden Formaten (Info-Tage, Round Tables etc.) für Know-how-Transfer und Austausch
- Teilnahme an berufs- und karriereorientierten Info-Veranstaltungen

Schwerpunkt: Ausbau der Zusammenarbeit mit PRVA-Vertretungen der Bundesländer

Ziel: Bedeutung und Wirken der PRVA-Vertretungen in den Bundesländern unterstreichen und überregional sichtbar machen

Maßnahmen auf dem Weg zur Zielerreichung:

- Bundesländer Round-Table, um gemeinsame Anliegen, Themen und Bedürfnisse zu evaluieren und um entsprechende Schwerpunkte zu definieren
- Evaluieren von Synergien zwischen Bundesländer-Vertretungen und PRVA-Office
- Regelmäßige JF-Termine für Austausch, Planung und Abstimmung von Kommunikationsmaßnahmen

Abschluss

Die genannten Schwerpunkte wird das Vorstandsteam mit Engagement und Leidenschaft verfolgen.

Gleichzeitig wird es wichtig sein, gemeinsam mit engagierten Mitgliedern Themen zu entwickeln und Maßnahmen umzusetzen, um den PRVA zu seinem 50-jährigen Jubiläum 2025 entsprechend unserer Ausrichtung bei den Mitgliedern und in der breiten Öffentlichkeit positionieren zu können.

Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit, regen Austausch und Feedback zu unserem Programm!