

PRVA Transition Process 2021 – Transformationsgruppe 3

7. Oktober 2021



Agenda „Weiterbildung und Innovation“

Workshop 1, 21. September 2021: Was sind Zukunftsbild und Zielsetzung?

1. Brainstorming: Kommunikationsprofis in 10 Jahren
 1. Kompetenzen & Eigenschaften
 2. Instrumente & Spezialisierungen

Workshop 2, 7. Oktober 2021: Wie erreichen wir Zukunftsbild und Zielsetzung?

1. Spezifikation des Zukunftsbilds in einzelnen Themenfelder auf Basis der Bedarfsanalyse
2. Definition von konkreten Schwerpunkten und Handlungsfeldern des Verbands

Recap: Ziel der Transformation und speziell der Transformationsgruppe 3

- Wo stehen wir?
 - Positionspapier = Programm des neuen Vorstands = Anstoß für diesen Prozess
- Wo wollen wir hin?
 - Entwickeln einer trag- und mehrheitsfähigen sowie zukunftsorientierten Strategie: PRVA von „PR-Verband“ zum „Kommunikations-Verband“

Themenfelder It. Positionspapier

Weiterbildung & Innovation

- Nachwuchsförderung - Investition in die Zukunft der Branche
- Wissenschaftliches Arbeiten
- Weiterbildung und Wissenstransfer
- Innovation der Branche & innovative Weiterbildungs-Formate

Zukunftsbild: Ergebnisse der Future-Back- Analyse

FUTURE-BACK-ANALYSE
- faktenbasiert kommun.

**KOMPETENZEN
EIGENSCHAFTEN IN 5-10 JAHREN**

- Kreativität
- vom "Spezialisten" zum Generalisten
bzw. kooperieren können zwischen Disziplinen*
- Crossmediale Medienkompetenz
(Social Media, Radio, TV, Print, Marketing, ...)
- Sprach- / Textkompetenz (vs) (+) - kommunikativ sein
(in zahlr. Bereichen) | verknüpfen können
- technische Kompetenz | ...
- Zielgruppenorientierung! kanalorientiert
- Storytelling
- Resilienz bzgl. Feedback / evtl. Shitstorms
- objektiver Blick | Reflexionsfähigkeit
- Krisenkommunikation - Krisen managen können (verständnis)
- schnelles, agiles Reagieren
- * strategisch orientiert → sein! Strategieberater*innen
- priorisieren (evidenzbasiert wenn möglich)
- mit großen Datenmengen umgehen können - kontrollieren aufdecken |
- Netzwerken | Kontakte Disturbsphäre

**FUTURE-BACK-ANALYSE
INSTRUMENTE +
SPEZIALISIERUNGEN IN 10 JAHREN**

- Daten-Kompetenz / Analyse
- mobile / digitale Kompetenz
- Datenschutz
- Videoproduktion | Fotos | Bildbearbeitung
- CMS-Grundverständnis
- "Instrumente kennen" (und ~~stark~~ können)
- Netzwerke + Kontakt (Spezialist*innen) (Journalist*innen)
- neue Technologien nutzen können (zB Augmented Reality)
- Erlebnisorientiert kommunizieren bzw. Erlebnisse auch schaffen (zB Event-Bereich u. darüber hinaus)

Zukunftsbild in 5 Jahren: Kompetenzen und Skills

- Strategische Kompetenz (Strategieberater*innen sein)
- Crossmediale Medienkompetenz (Kooperieren können mit und zwischen Disziplinen)
- Sprach- und Textkompetenz
- Netzwerken können (Fachexpert*innen & Journalist*innen)
- Kreativität
- Storytelling (Erlebnisse schaffen und erlebnisorientiert kommunizieren)
- Krisenmanagement (Priorisieren, schnelles, agiles Reagieren und Resilienz)
- Diskurs-, Reflexions- und Kommunikationsfähigkeit
- Gespür für gesellschaftliche Entwicklungen/Trends
- Ethik und Qualität

Zukunftsbild in 5 Jahren: Instrumente und Kenntnisse

- Neue Technologien (z.B. AR, VR)
- Daten-(Analyse-)Kompetenz
- Mobile/Digitale Kompetenz
- Kenntnisse im Bereich Datenschutz
- Videoproduktion / Fotos / Bildbearbeitung
- CMS Grundverständnis

Wir haben unser Zielbild! Aber wie kommen wir dort hin?

Diskussion in vier Bereichen

- Nachwuchsförderung als Investition für die Branche
- Wissenschaftliches Arbeiten
- Weiterbildung und Wissenstransfer
- PRVA als Impulsgeber für die Branche

Nachwuchs- förderung als Investition für die Branche

Wie können wir Nachwuchstalente fördern, auch im Sinne einer Investition für die Branche?

Im Rahmen der Lehre & Ausbildungen...:

- Kriterienkatalog mit Kompetenzen für Kommunikationsfachleute und daraus abgeleitet Standards für Lehre entwickeln (auf Basis der Future-Back-Analyse – siehe next slide)
- Wichtig dabei auf Basis der Bedarfsanalyse.: Strategiekompetenzen fördern, den Umgang mit großen Datenmengen und neuen Technologien/Instrumenten, crossmediale Medienkompetenz, Krisenmanagement
- Diesen Katalog + Standards in Hochschulen und Weiterbildungseinrichtungen einbringen

... und darüber hinaus:

- Studierenden Einblick bieten und Türöffner in die Branche sein
- Mentoring-Programm bekannt machen

Wissenschaft- liches Arbeiten

Wie können wir als PRVA den wissenschaftlichen Background unseres Bereichs stärken und nutzen?

- Grundsätzlich bessere Vernetzung zwischen Wissenschaft und Praxis (z.B. Inputs aus Praxis an Schulen)
- Masterarbeiten initiieren, die auch in Privatwirtschaft verwertbar sind

Weiterbildung & Wissenstransfer

Was soll der PRVA im Bereich Weiterbildung und Wissenstransfer leisten?

- Landkarte für Aus- und Weiterbildungen entwickeln
- Breitere Weiterbildungsmöglichkeiten (evtl. APA Partnerschaft ausbauen) anbieten auf Basis des Kriterienkatalogs für Kommunikationsfachleute
- Einblicke in die Praxis in diverse weitere Sparten (z.B. Social Media) bieten
- Expert*innen aus Verband und darüber hinaus ausloten und vernetzen/nutzen – auch jüngere und ältere Generationen und kanäleübergreifend

PRVA als Impulsgeber für die Branche

Welchen Beitrag sollten wir als PRVA grundsätzlich und zur Innovation unserer Branche leisten?

- PRVA tritt stärker als Standesvertretung auf
- Offene, innovative Events anbieten (Vorbild Marketing-Verbände, evtl. auch Kooperationen)
- Veranstaltungen umsetzen, die auch Kennenlernen von Journalist*innen ermöglichen
- Willkommenskultur im PRVA verbessern

Vielen Dank!

7. Oktober 2021

