

PR-Fachkraft

Berufsbeschreibung

PR-Fachkräfte pflegen die Beziehungen zur Öffentlichkeit, sogenannte Public relations, seien diese für ein Unternehmen, eine Organisation, Kultureinrichtung oder Persönlichkeiten, die von sich reden machen. Dazu entwickeln sie Maßnahmen, die dem Image ihrer Auftraggeber dienen. Die angestrebten Ziele werden durch Pressearbeit, Image- oder Produktkampagnen, Vorträge oder die Teilnahme an Messen erreicht. Auch das Internet ist ein wirksames Medium für PR-Maßnahmen. Will eine Firma zum Beispiel den Namen und das Logo ändern, muss das zuerst den Mitarbeitern, dann der bestehenden Kundschaft und am Ende der Öffentlichkeit professionell mitgeteilt werden. PR-Fachkräfte sorgen also auch dafür, dass die Angestellten eines Unternehmens – zum Beispiel via Firmenzeitschrift – rechtzeitig über die Öffentlichkeitsarbeit informiert werden. Ob es sich um einen Großversand von Pressemitteilungen, einen Fernsehauftritt oder ein gelungenes Interview handelt, PR-Fachkräfte haben stets das gute Image ihrer Auftraggeber im Visier.

Anforderung

Ein Journalistikstudium, Studium der Kommunikationswissenschaften, Germanistik, Soziologie, Betriebswirtschaft, o.ä. ist hilfreich. Wer über die notwendigen Fähigkeiten für den Beruf verfügt, braucht keinen Studienabschluss. Wer Medizin, Chemie oder Biologie studiert hat, kann sich mit diesem Wissen gut in entsprechende Firmen einbringen.

Begeisterungsfähigkeit, gutes Kommunikationsvermögen, großes Interesse für Medien, Einsatzfreude und Belastbarkeit, Fähigkeit zur Analyse komplexer Probleme, Selbstvertrauen und Flexibilität, Computerkenntnisse, betriebswirtschaftliche Kenntnisse, technisches Verständnis.

Ausbildung

Es gibt noch keine staatlich festgelegte Ausbildung. Aus- oder Weiterbildung im Bereich Public Relations bei privaten Ausbildungsanbietern möglich. Praktika empfohlen oder nach dem Studium eine Zusatzqualifikation mit Zertifikat in einer Privatschule erwerben.

Entwicklungsmöglichkeiten

Arbeit bei staatlichen Pressestellen, in PR-Abteilungen großer Unternehmen oder in PR-Agenturen, Bachelor of Arts – Mediamanagement; Bachelor of Arts – Medienproduktion; Medienmanagement, Kulturmanagement, Personalleitung, Personalberatung; Leitung einer PR-Firma, Unternehmer/in. Die Entwicklung des Berufs geht von der reinen Pressearbeit immer mehr zur Unternehmensberatung.