

Chancen für einen Neustart

Autor: Dr. Volker Klenk

Veröffentlicht in:

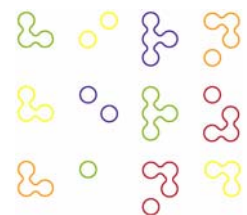
W&V werben und verkaufen

Ausgabe 8/2004

Seite 23

Mit freundlicher Genehmigung von

Europa-Fachpresse-Verlag GmbH & Co. KG



Chance für einen Neustart

DIE DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS-GESELLSCHAFT SOLL DIE VEREINSMEIEREI IN DER BRANCHE NUTZEN.

Derzeit kulminiert die tragische Zersplitterung der PR-Branche auf Verbandsebene. Im Zentrum des schleichenden Desasters: die Deutsche Public Relations-Gesellschaft (DPRG) – die Mutter aller PR-Verbände.

Jetzt rächt sich, dass es der DPRG nicht gelang, zu einem attraktiven Sammelbecken für die ganze PR-Branche zu werden. Daher gibt es immer neue konkurrierende Vereinigungen und Verbände. Da dümpelt die Vereinigung von PR-Agenturen (GPRA) mit ihren nur noch 26 (!) Mitgliedern vor sich hin. Da gründete sich dieses Jahr in München mit 16 (!) Gründungsmitgliedern ein Verband der Corporate-TV-Macher. Vor Monaten schon gründete eine Gruppe von Spitzenkräften aus Konzernen einen eigenen Verein mit dem Schwerpunkt Issues Management. Und nun auch noch das: In Berlin entstand ein Konkurrenzverband für Pressesprecher und Kommunikationsfachleute, der nach eigenen Aussagen binnen weniger Wochen bereits 300 Mitglieder gewinnen konnte.

Ein eigenes Magazin hat der Club auch schon, während die DPRG noch an der Erstausgabe ihres Magazins bastelt. In einem hilflosen Vorstoß hat die DPRG versucht, diese Gruppierung öffentlich zu diskreditieren.

Diese Entwicklungen führen zwangsläufig zu einer fortschreitenden Atomisierung einer ohnehin schon winzig kleinen Branche – deren Einfluss auf den Erfolg

von Organisationen und Unternehmen in keinem Verhältnis zu ihrer unterentwickelten ständischen Organisation steht.

Daran kann eigentlich niemandem gelegen sein. Die aktuellen Auseinandersetzungen sollte deshalb insbesondere die DPRG als

Chance begreifen und einen radikalen Neuanfang wagen.

Wenn es allen – wie sie stets bekunden – nur darum geht, die Rolle und Bedeutung der Public Relations zu stärken, müsste folgendes passieren: Die Macher all dieser Gruppen setzen sich zusammen – und verbünden sich.

Als größte und traditionsreichste Organisation wirft dazu die DPRG ihren verbrauchten Namen über Bord und verzichtet darauf, ihren Alleinvertretungsanspruch aufrecht zu erhalten. Ummarmung statt Ausgrenzung, zugunsten eines großen, schlagkräftigen Verbands mit neuem Namen und neuem Selbstverständnis sowie Untergruppen für Pressesprecher, interne Kommunikation, Agenturen, Freelancer, Studenten usw. Dieser publiziert ein wirklich relevantes Magazin, organisiert den spektakulärsten jährlichen PR-Preis-Event, unterhält das beste Ausbildungsinstitut, betreibt die beste Website für PR im gesamten deutschen Sprachraum, macht echtes Lobbying und bietet attraktive Serviceangebote für seine Mitglieder.



VOLKER KLENK „Jetzt rächen sich die Fehler der Vergangenheit.“

DER AUTOR Volker Klenk, 41, ist Managing Partner der PR-Agentur Klenk & Hoursch, Frankfurt/Main.