

Werbung und Marktkommunikation - Vorarlberg

PR-Agentur

Tätigkeitsprofil eines PR-Beraters

Gewerbewortlaut entsprechend der Bundeseinheitlichen Liste der freien Gewerbe: **Public Relations-Berater**

Alternative Bezeichnungen

PR-Beraterin/PR-Berater, Public-Relations-Agentur

Definition

PR-Agenturen beraten und unterstützen Unternehmen, Organisationen und Personen bei der Gewinnung von öffentlichem Vertrauen und Sympathie sowie beim Dialog mit direkt oder indirekt betroffenen Teilöffentlichkeiten. Ziele von Public Relations sind das Wecken von Aufmerksamkeit und Interesse, die Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie der Aufbau von Imageprofilen, die Begleitung von Entscheidungsprozessen sowie Konflikt- und Krisenbewältigung.

Viele PR-Agenturen arbeiten als Ein-Personen-Unternehmen (EPU) und in Teilbereichen mit spezialisierten Netzwerk-Partnern. Die PR-Agentur kann sich auf Beratungstätigkeiten beschränken oder als Generalunternehmer die gesamte Abwicklung der PR-Maßnahmen sowie der Medienarbeit übernehmen.

Einzelne Public-Relations-Agenturen haben sich auf Branchen und Kundengruppen spezialisiert (Kultur, Sport, Pharmazie, Investitionsgüter, Politik, börsennotierte Unternehmen etc.).

Haupttätigkeiten

Strategieentwicklung und Planung der internen und externen Kommunikation von Unternehmen und Organisationen, insbesondere von Corporate-Identity-Programmen, Unternehmensleitbildern, Imageuntersuchungen, quantitativen und qualitativen Zielgruppenanalysen, integrierten Kommunikationskonzepten und einzelner PR-Maßnahmen.

Beratung, insbesondere bei Zielformulierung, Unternehmenspositionierung, Kommunikationsmanagement, Kommunikationsberatung, Medienarbeit, Sponsoring, Public Affairs, Employer Branding, Konzepte für Corporate Social Responsibility (CSR).

Operative Umsetzung, insbesondere von Pressekonferenzen und Pressegesprächen; Content-Management und Social-Media-Betreuung; Redaktion und Aufbereitung von Fachinformationen; Aufbau und Pflege von Presse-, Bild- und Tonarchiven; Erstellung von Inhalten für Print- und Onlinemedien (ausgenommen Werbemittel); Kontaktanbahnung und laufende Kontaktpflege zu Dialoggruppen; Koordination aller an Public-Relations-Projekten beteiligten Partnern; Qualitäts- und Erfolgskontrolle.

Nebentätigkeiten

In Zusammenarbeit mit qualifizierten Partnern: Planung und Organisation von Events sowie Veranstaltungen, die der Information und Imagebildung dienen; lektorieren von Texten.

Reihung der Leistungsfelder (1., 2. und 3. nach Bedeutung im jeweiligen Berufsbild)		
1. Beratung & Planung	2. Organisation & Produktion	3. Kreation & Design

Stand: 03.12.2019