

Von Tacheles und Dinnertalk

DPRG-Arbeitskreise PR-Unternehmer pflegen kollegialen Austausch

Mehr als ein Drittel der DPRG-Mitglieder sind PR-Unternehmer oder freie Berater. Ihre Interessen und Erfahrungen, Sorgen und Nöte sind mitunter speziell. An sie richtet sich das besondere Angebot der DPRG: Die Arbeitskreise für PR-Unternehmer haben sich auf die Fahnen geschrieben, deren Interessen kennenzulernen, zu bündeln und gemeinsame Aktivitäten und Angebote daraus zu entwickeln. Bund und Länder gehen dabei arbeitsteilig vor. Im Bundesarbeitskreis kümmern sich aktive Kolleginnen und Kollegen um überregionale Themen: Sie haben beispielsweise einen PR-Preis für Einzelberater und kleine PR-Agenturen ins Leben gerufen und entwickeln zurzeit einen Leitfaden für die Zusammenarbeit zwischen PR-Dienstleistern und -Auftraggebern. Der Reader, der von Matthias Hahr in Kooperation mit Michael Bürker

und Christina Kahlert erarbeitet wird, soll die Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur/Beratern verbessern. Der Preis, betreut vom stellvertretenden Hamburger Landesgruppensprecher Mario Rosendahl, würdigt Konzeptarbeiten und Kommunikationsaktivitäten, die im Kundenauftrag von freiberuflichen Einzelberatern oder Kleinagenturen realisiert worden sind. In den Landesgruppen Bayern, Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland und Nord-

deutschland gibt es derweil aktive Arbeitskreise für PR-Unternehmer, die sich regelmäßig zum kollegialen Austausch treffen und die Interessen und Bedürfnisse vor Ort organisieren.

Wegbereiter in Sachen PR-Unternehmer

Den Startschuss zur Gründung des ersten Arbeitskreises PR-Unternehmer in der DPRG gab im Herbst 2005 die Landesgruppe Bayern. Ein verbesserter Austausch und die gegenseitige Unterstützung bei der Professionalisierung und Durchsetzung unternehmerischer Themen und Interessen waren die zentralen Ziele der Initiatoren Michael Bürker und Sebastian Frei. Die erste Veranstaltung zum Thema „Die Agentur-Kunden-Beziehung von A wie Angebot bis Z wie Zahlungsverkehr“ war vielbesucht. Weitere Workshops zu Rechts- und Haftungsfragen oder zu „Mehr Erfolg durch Verhandlungsmanagement“ folgten.

Des Weiteren haben die bayerischen PR-Kollegen inzwischen den PR-Unternehmer-Stammtisch „Tacheles“ ins Leben geru-

fen, der regelmäßig alle zwei bis drei Monate stattfindet. „Ziel des Stammtisches ist ein offener Erfahrungsaustausch; dabei geht es etwa um so sensible Themen wie Akquise oder Umgang mit schwierigen Kunden. Beim nächsten ‚Tacheles‘ diskutieren wir, wie Kooperationen von PR-Unternehmern untereinander sowie mit Dritten funktionieren können“, berichtet AK-Koordinator Sebastian Frei. „Tacheles“-Veranstaltungen stehen in Bayern ausschließlich den DPRG-Mitgliedern offen und sind auf 15 Teilnehmer beschränkt. Darüber hinaus führen die Bayern derzeit einen Infoabend für PR-Unternehmer ein. Los geht's Ende September zum Thema Beteiligungen/Übernahmen/MBO/MBI bei PR-Agenturen. Geplant ist zudem ein PR-Unternehmer-Newsletter.

Auch in Frankfurt wird „Tacheles“ geredet

Die Idee der bayerischen Kollegen war offenbar so gut, dass es seit November 2006 einen Stammtisch für PR-Unternehmer in der Landesgruppe Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland gibt. Das Organisationsteam um Gabriele Engelmann von Mindspin, Dr. Ute Heinemann von Sprache + Text und Martina Hoffhaus von messagepool hat damit einen Treffpunkt geschaffen, bei dem einmal im Monat Themen wie „Schlechte Zahlungsmoral von Kunden“, „Für und Wider erfolgsabhängiger Honorierung“ oder „Kundenakquise“ diskutiert werden. „Wir laden entweder einen Referenten von außen ein oder gewinnen einen Impulsgeber aus den eigenen Reihen“, sagt Martina Hoffhaus. Die kleine, aber feine Runde werde gut angenommen, blicken die Initiatorinnen nach fast einem Jahr zurück. Nicht-DPRG-Mitglieder dürfen zweimal schnuppern, danach winkt der Aufnahmeantrag.

Dinnertalks im Norden

Die Landesgruppe Norddeutschland geht einen anderen Weg: Seit Anfang 2007 bringt sie bei Dinnertalks in gediegener Atmosphäre PR-Unternehmer zusammen. „Wir wollen kollegiales Verhalten fördern, Sorgen und Nöte von PR-Unternehmern in vertraulicher Form besprechen“, so Rafael Robert Pilsczek, der mit Nicola Sieverling den Arbeitskreis leitet. Der Dinnertalk in Norddeutschland sei ein Versuch, durch vertrauensvolle Gespräche eine Brücke zu schlagen zwischen einem gestandenen PR-Unternehmerkreis und Newcomern sowie Gästen, die periodisch dabei sind. Themen in Hamburg waren bisher Preiskalkulation, Akquise und erfolgshonorierte Bezahlung. PR-Unternehmer, die (noch) keine DPRG-Mitglieder sind, können an den exklusiven Veranstaltungen einmal als Gast teilnehmen. Danach heißt es auch hier: Flagge zeigen und (im Idealfall) Mitglied im größten deutschen PR-Verband werden.

BARBARA KLIESCH



Barbara Kliesch leitet seit Ende 2005 den Bundesarbeitskreis PR-Unternehmer in der DPRG: „Aktivitäten auch anderer Landesgruppen würde ich sehr begrüßen“.