

## PRESSE-INFORMATION

**Datum:** 02.04.2014 **Kontakt:** Rudolf F. Thomas **Tel.:** 0931. 40 44 76 3 **E-Mail:** [dvpr@pr-verband.de](mailto:dvpr@pr-verband.de)

### Sind wir noch echt?

#### **PR-Kongress Identität & Image**

*Darüber muss gesprochen werden! Stimmt die PR-Leistung noch, oder wird sie nur schön geredet? Der ADAC lässt grüßen! Schlecker ruinierte systematisch sein Image. Mit Lustreisen schädigten sich die Ergo-Versicherungen selbst. Saftige Imageklatsche für Amazon wegen schlechtem Umgang mit Mitarbeitern. Unternehmer präsentieren sich als Geschäftsführer, aber nicht als Employer. Angeblich sei der Einfluss der PR auf Vorstandsebene angekommen. Tatsächlich? PR rüstet auf, Journalismus ab. Publish or perish!*

Sind wir noch echt? Die digitale Revolution hat Journalisten, PR-Leute und die Medien verändert. Immer mehr Journalisten betätigen sich doppelt. Sie glauben, sie können auch Public Relations. Ihr Ziel lautet veröffentlichen um jeden Preis, koste es was es wolle, sogar die Identität. Publish or perish! Ein Journalist sollte möglichst oft dabei sein, er sollte aber möglichst selten dazugehören. Wer von den aus Not geborenen Doppelverdienern interessiert sich noch für diesen Grundsatz?

PR-Leute sind besser ausgebildet als Journalisten. Nur eine These, oder Fakt? PR-Leute sind teurer als schlecht bezahlte Lohnschreiber, die sich mit Verlagen um mickrige Zeilenhonorare herumschlagen. Richtig so, weil PR-Macher strategischer denken, sagen die einen. Zudem verstehen sie mehr von Kommunikation, Marketing, Branding und Image. Sind PR-Leute noch echt?

Böswillige Gralshüter ihrer eigenen Moral sehen in den Public Relations die Handlung der Schönfärber, wenn nicht sogar der Lügenbarone. Stimmen Selbstanspruch und versprochene Leistungen der PR-Manager? Fehlt PR-Leuten das Standing? Wenn es stimmt, dass die Zukunft den kommunikationsgesteuerten Unternehmen gehört, sitzen dann PR-Profis im Vorstand? Verbessern sich dann Image, Leitbilder, Marken, Werte, Unternehmen, Glaubwürdigkeit und Vertrauen? Zustimmung oder Kopfschütteln?

HR-Verantwortliche brauchen mehr Unterstützung durch PR-Kompetenz. Für sie ist Arbeitgeberkommunikation Werbung, wie jeder den Karriere-Rubriken der Homepages, den Hochglanzbroschüren, der Pressearbeit und Facebook entnehmen kann. Viele

*Seite 2 Presse-Information vom 02.04.2014*

Karriere-Videos auf YouTube sind kläglich, um nicht zu sagen lächerlich. In den meisten Unternehmen ist Employer Branding Personalverantwortlichen zugeordnet. Das ist bequem, aber der falsche Ansatz. Eine Arbeitgebermarkenbildung ohne die Kompetenz von Public Relations Fachleuten scheint fast nicht möglich. Ob das stimmt? Taugt der Mensch als Marke? Karl Lagerfeld, Heidi Klum, Oliver Kahn, Jogi Löw? Sind die alle echt? Angeblich schaffen Persönlichkeiten Vertrauen. Darüber muss gesprochen werden.

Themen über Themen! Der Deutsche-PR-Kongress packt Themen an, hakt nach, fragt: „Sind wir noch echt?“. Antworten geben Experten von Rang und Namen. Termin ist 16./17. Oktober 2014. Veranstalter der DVPR-Deutscher Verband für Public Relations e. V. [www.pr-verband.de](http://www.pr-verband.de)