



Public Relations – wichtiger denn je

Seit Jahrzehnten gibt es mindestens drei gute Gründe für ein Unternehmen, mit PR-Profis zu arbeiten: Gefragt sind kreative Inputs, strategische Beratung und operative Umsetzung mit spezifischen Skills. Die aktuellen Herausforderungen der PR-Branche liegen aber vor allem im technischen und ethischen Bereich.

Verstärkter Einsatz von KI

Der Trend zum verstärkten Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) zeigt keine Anzeichen einer Verlangsamung. In der PR kann KI dazu beitragen, aufgrund von Analysen und Interpretationen fundiertere Empfehlungen zu geben. Die Digitalisierung von Aufgaben wie Recherchen oder Marktbeobachtungen ermöglicht es PR-Experten, sich auf die strategische Planung, das Content- und Stakeholdermanagement zu fokussieren. Trotz der fortschreitenden Entwicklung von KI überwiegt nach wie vor der Faktor Mensch, wodurch menschliche Werte, Vorurteile und Ethik in ihre Arbeitsweise einfließen. Die KI kann für PR-Profis gleichzeitig eine Chance wie auch eine Gefahr sein.

Ethisch und nachhaltig

In den letzten Jahren hat sich ein zunehmender Fokus auf die Rolle der Ethik in der Kommunikation entwickelt. Und auch das Nachhaltigkeitsthema ist für Unternehmen und Organisationen zentral geworden. Damit verbunden ist leider oft auch die Greenwashing-Problematik. In den Berufskodizes unserer Branche werden Aufrichtigkeit, moralische Integrität und Loyalität grossgeschrieben. Falsche oder irreführende Informationen müssen vermieden werden. Ein besonderes Augenmerk sollte dabei auf Corporate Social Responsibility (CSR) und Environmental Social Governance (ESG) liegen, da diese Instrumente wesentliche Aspekte der Unternehmensethik widerspiegeln und das Vertrauen der Dialoggruppen stärken.

Die geschrumpfte Medienlandschaft und der veränderte Medienkonsum beeinflussen die PR-Arbeit ebenso stark. Der Einsatz von Social Media und Influencer Marketing wächst stetig. Es ist von entscheidender Bedeutung, die aktuelle Dynamik zu verstehen und authentische Kommunikationsstrategien zu entwickeln.

Fachkompetenz erweitern

All diese Entwicklungen beeinflussen auch das Angebot an Weiterbildungen und Abschlüssen. Das Spektrum von unterschiedlichen Spezialisierungen ist riesig. Präsenzunterricht oder digitale Skills stehen gleichermassen im Angebot. Das macht es sowohl für Berufsleute als auch für Arbeitgeber nicht leicht, das Passende zu finden. Vom eidgenössischen Fachausweis oder Diplom, über Zertifikate, CAS und MAS bis hin zum Bachelor – die Vielfalt von möglichen Abschlüssen im Kommunikationsbereich ist verlockend. Der Bund unterstützt übrigens Absolvierende von vorbereitenden Kursen auf die eidgenössische Berufsprüfung oder die eidgenössische höhere Fachprüfung im Rahmen der Subjektfinanzierung mit Bundesbeiträgen bis zu 40 % der Ausbildungskosten.

Kontakt:

info@prsuisse.ch

