

10.09.2004 - 12:03 Uhr

## PR muss emotionaler und ehrlicher werden

Hamburg (ots) -

Die PR von morgen sollte emotionaler und ehrlicher werden, so das Fazit des jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell - deutscher Partner von news aktuell schweiz. Über 200 Journalisten, Pressesprecher und PR-Profis diskutierten gestern Abend im Museum für Kommunikation in Frankfurt am Main über das Thema "PR-Trends 2010 - wohin steuert die Kommunikation?". Die Veranstaltung moderierte Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach von news aktuell.

Prof. Dr. Lothar Rolke von der Fachhochschule Mainz stellte in einer Keynote seine Definition von PR vor. "PR ist die gesellschaftlich lizenzierte Möglichkeit zur Mitgestaltung öffentlicher Meinung", so Rolke. Er forderte deshalb, dass regelmässiger in die PR-Forschung investiert werden müsse. Nur so könne sich die PR langfristig aus dem Schatten des Marketings lösen.

Auch Stephan Fink, Geschäftsführer der PR-Agentur Fink & Fuchs Public Relations AG, ist der Meinung, dass gerade die Agenturlandschaft nachhaltig in die PR-Forschung investieren müsse. "Permanente Qualifikation für PR-Verantwortliche ist zwingend notwendig", meinte Fink. Für Annette Milz, Chefredakteurin vom Medium Magazin, ist "ehrliche Partner-PR" die oberste Prämisse. Allerdings müsse an dieser Partnerschaft noch gearbeitet werden. "Journalisten sind nicht auf PR angewiesen", sagte Milz. Die Aufgabe von PR sei es vielmehr, Aufmerksamkeit für die Themen zu erregen, die den Leser interessieren.

Auf Ehrlichkeit setzt auch Prof. Dr. Dieter Weirich, der seit Anfang des Jahres die Unternehmenskommunikation der Fraport AG leitet. Public Relations solle "zu den Regeln des ehrbaren Kaufmanns" zurückkehren und mehr "Zivilcourage" beweisen. "Alle müssen sich mehr zutrauen und mit ihren Kommunikationsbotschaften das Herz treffen", forderte Weirich.

Dieser Aussage stimmte Christian Schubert, Leiter Corporate Communications der BASF AG, zu. "Die Kommunikation von Unternehmen muss simpler und emotionaler werden", so Schubert. Er sehe einen Trend weg von den Printmedien hin zu elektronischen Medien. "Das Fernsehen wird noch mehr an Bedeutung gewinnen, und dafür brauchen wir Gesichter, die das Unternehmen anfassbar machen", meinte Schubert. Peter Lückemeier, Ressortleiter FAZ Rhein-Main-Zeitung, wünscht sich PR-Leute, die künftig "mit journalistischer Optik durch ihr Unternehmen laufen" und dann gezielt interessante Themen anbieten. Er kritisierte einerseits die oft schlecht gepflegten Presseverteiler der PR-Agenturen. Andererseits übte er aber auch Selbstkritik. "Der Stand der Presse-Zunft war früher besser", sagte Lückemeier.

Kontakt:

news aktuell GmbH  
Sandra Striegler  
Public Relations Manager  
Tel. +49/40-4113 2772  
Fax +49/40-4113 2876  
E-Mail: [info@newsaktuell.de](mailto:info@newsaktuell.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001562/100479279> abgerufen werden.