

DPRG e.V.

Reputation ist mehr als Image

18.03.2010 - 17:10 Uhr, DPRG e.V.

Münster/Berlin (ots) - Nicht als "End-of-pipe"-Werkzeug, sondern als Teil der Unternehmensstrategie sieht Ulrich Nies das Reputationsmanagement. Der Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) sprach als Eröffnungsdredner des "Reputationsgipfels" der Universität Münster. Der Berufsverband der Kommunikationsfachleute war in diesem Jahr offizieller Partner der Veranstaltung, bei dem weitere namhafte Referenten aus Theorie und Praxis ihre Konzepte und Erfahrungen präsentiert und mit mehr als 70 Teilnehmern diskutiert haben.

Die DPRG hat keinen Augenblick gezögert, als der Veranstalter anbot, Partner des diesjährigen Reputationsgipfels an der Universität Münster zu werden. "Das Konzept des Reputationsmanagement passt exakt zur langfristigen strategischen Ausrichtung unseres Verbandes", so Ulrich Nies. Dazu gehöre, das Berufsbild der PR im Sinne eines Kommunikationsmanagements weiter zu entwickeln. Nies: "Reputation weist dabei über den Begriff des Images hinaus." Ziel sei es, alle internen und externen Kommunikationsaktivitäten darauf zu konzentrieren, dass ein Unternehmen oder eine Organisation von seinen Interessengruppen positiv wahrgenommen wird. So solle etwa der Hochschulabsolvent idealerweise bereits im Vorfeld seiner Bewerbung ein positives Eindruck des Unternehmens gewonnen haben. Aktionäre und Banken sollten Geld investieren, Anwohner die Präsenz von Produktionsanlagen akzeptieren. Für politische Gremien und Verwaltungen gelte es, positive Rahmenbedingungen zu schaffen. Nicht zuletzt gehe es darum, Kunden zum Kauf von Produkten oder zur Buchung von Dienstleistungen zu bewegen. "Reputationsmanagement erfordert einen umfassenden Stakeholderansatz und versteht Kommunikation nicht als ein 'End-of-Pipe'-Werkzeug, sondern als Teil der Unternehmensstrategie", betonte Nies. Für die PR-Verantwortlichen biete dies die Chance, sich in alle Managementfunktionen eines Unternehmens zu integrieren und ihren eigenen Erfolg an der Erreichung von Unternehmenszielen messen zu lassen. PR werde so anschlussfähig nicht nur gegenüber den Nachbar- und Paralleldisziplinen wie der Marktkommunikation, sondern auch gegenüber HR, Vertrieb oder Einkauf und Logistik.

Dies alles bedeutet nach Überzeugung des DPRG-Präsidenten keine Abkehr von alten Erkenntnissen. Hieß es bisher schon "PR begins at home", so werde dies im Konzept des Reputationsmanagements weitergeführt. "Mitarbeiter und ihre Produkte im Kontakt mit Kunden sind die wichtigsten Treiber von Reputation."

DPRG - so vielfältig wie die Branche!
Die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) ist ein starker Berufsverband für alle Kommunikations- und PR-Fachleute. Er wurde 1958 in Köln gegründet. Seine rund 3000 Mitglieder repräsentieren die Vielfalt der Kommunikationsbranche in Deutschland. Der Berufsverband bietet ein kommunikatives Netzwerk, das Praktiker und Theoretiker sämtlicher Kommunikationsdisziplinen zusammenbringt, fördert den PR-Nachwuchs und engagiert sich für die weitere Professionalisierung des PR-Berufsstandes. Sitz der Bundesgeschäftsstelle ist Berlin. Der Bundesverband, die neun Landesgruppen, die elf Facharbeitskreise sowie die Junioren bieten 2010 bundesweit mehr als 130 hochkarätige Veranstaltungen an. Die DPRG ist Träger des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR) und Mitgesellschafter der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft GmbH (PZOK).

@@infblk@@

Pressekontakt:
Michael Kalthoff-Mahnke
Bundesgeschäftsführer

DPRG e. V. Bundesgeschäftsstelle

Marienstraße 24
10117 Berlin-Mitte

Telefon +49 (0) 30 8040 9733
Telefax +49 (0) 30 8040 9734
Mobil +49 (0) 171 8362410
E-Mail kama@dprg.de
Web www.dprg.de

Originaltext:

DPRG e.V.

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6688/dprg-e-v>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6688.rss2