

Swiss Corporate Communication and Public Relations Observatory gegründet

Gemeinsam für mehr PR-Know-how

Die führenden PR-Branchenverbände und Bildungsinstitutionen der Schweiz vereinten sich Mitte Mai in Zürich zur Gründung des «Swiss Corporate Communication and Public Relations Observatory». Die wesentlichen Exponenten der PR-Branche (BPRA, HarbourClub, SPRG, SPRI), zusammen mit der Università della Svizzera italiana, schufen damit gemeinsam ein Instrument, das jährlich aktuelle, differenzierte Daten zur PR-Branche liefern wird.

Branchenerhebungen und Marktumfragen gibt es zahlreiche. Gleichzeitig fehlen aber wissenschaftlich fundierte Aussagen und disziplinübergreifende Erkenntnisse. Denn obwohl beispielsweise die Mitgliederumfragen im Bund der PR-Agenturen der Schweiz BPRA oder im Berufsregister der Schweiz. PR-Gesellschaft SPRG in sich eine hohe Aussagekraft und dank mehrjähriger Durchführung auch Kontinuität aufweisen, können ihre Ergebnisse doch nicht ohne weiteres repräsentativ sowohl auf die Auftraggeber wie auch auf die Auftragnehmer der Kommunikationsbranche übertragen werden.

Initiative aus Lugano

Die Università della Svizzera italiana, Institute of Marketing and Communications Management, hat zusammen mit den Branchenpartnern daraus die Konsequenzen gezogen und das Konzept eines einheitlichen Beobachtungsinstruments entwickelt. Unter der Leitung von Prof. Dr. Francesco Lurati ist so das «Swiss Corporate Communication and Public Re-

lations Observatory» entstanden. Mitgetragen wird das Observatory vom Schweizerischen Public Relations Institut (SPRI) und den führenden Branchenverbänden SPRG, BPRA sowie HarbourClub (Vereinigung der schweizerischen Chief Communications Officers), Hauptsponsor ist Trimedia Communications Schweiz.

Jährliche Branchenerhebung

Geplant ist jährlich eine umfassende Erhebung des gesamten PR-Marktes der Schweiz. Diese basiert vor allem auf einer breit angelegten Umfrage. Darüber hinaus sind Special Reports zu jährlich definierten Issues, ein kontinuierliches Praxis-Monitoring sowie ein Perception-Barometer vorgesehen. Die quantitativen und qualitativen Ergebnisse werden von den Mitgliedern des Observatory gesichtet und ausgewertet. Sie fliessen dann in die Weiterentwicklung von Know-how und Dienstleistungen der Branche ein. Gleichzeitig beeinflussen die Resultate auch direkt die Inhalte und Schwerpunkte der Aus- und Weiterbildung. Schliesslich liefert das Observatory die Basis für die akademische Forschung in den Bereichen Public Relations und Corporate Communications.

Weiterentwicklung der Branche

Die Träger des «Swiss Corporate Communication and Public Relations Observatory» sind überzeugt, dass diese neue gemeinsame Initiative entscheidende Vorteile bringt: Einerseits werden damit erstmals einheitliche und übergeordnete Fakten, Erkenntnisse und Trends für die ganze Branche vorliegen. Diese können direkt in die Beratungsleistung, in die Qualitätssteigerung und die Weiterbildung einfliessen. Andererseits wird die Zusammenarbeit im Rahmen des Observatory nicht nur zur Weiterentwicklung der PR-Wissenschaft und

-Praxis in der Schweiz führen, sondern auch zu einem einheitlicheren, stärkeren Auftritt gegen aussen in wesentlichen Branchenissues.

Bildlegende:

Die Träger des «Swiss Corporate Communication and Public Relations Observatory»: Stephan Howeg (HarbourClub), Dr. Prof. Francesco Lurati (USI), Marion Starck (SPRI), Mireille E. Saucy (SPRG), Dr. Peter P. Knobel (BPRA), und Markus Berger (SPRI).

Kontakt/Auskünfte:

Dr. Prof. Francesco Lurati
Università della Svizzera italiana
via Giuseppe Buffi
6904 Lugano
Telefon: 058 666 45 82
E-Mail: francesco.lurati@lu.unisi.ch

ca. 3'100 Zeichen (inkl. Leerschläge)