

# PRVA

## Arbeitskreis Coaching & PR

### **Mitwirkende im Arbeitskreis mit Stand Nov 2014**

Edith Fojtik, Ute Greutter, Ruth Havel, Daniela Herneth Macheck, Regina Jankowitsch (AK Leitung), Petra Lepuschitz, Gabriele Masuch, Nina Panholzer, Nicole Plein, Lisa Querner, Angela Szivatz, Christine Zach.

### **Mitwirkende im Arbeitskreis zwischen April 2013 und Sommer 2014**

Andrea Braunsdorfer, Sabine Fichtinger, Torsten Heinicke, Yvonne Masopust, Madeleine Mitrovic, Sabine Naßner-Nitsch, Nicole Plein, Liesmarie Schöffel, Barbara Werwendt.

## Materialsammlung der Arbeitsgruppen 1, 2 und 3

November 2014

# Inhalt

	<u>Seite</u>
<b>Schlusswort zum PRVA Arbeitskreis Coaching &amp; PR</b> Regina Jankowitsch	3
<b>Folder PRVA Arbeitskreis Coaching &amp; PR</b> Der Unterschied zwischen Coaching und PR	4-7
<b>Umfrage unter PRVA Mitgliedern</b> Thematik Coaching Ausbildung und Bedarf	8-10
<b>Arbeitsgruppe 1 – Schnittstellen PR &amp; Coaching</b>	11-14
1) Aufgabenstellung / Zielsetzung der Arbeitsgruppe	
2) Vorgehensweise	
3) Kernergebnisse (punktuell angeführt)	
4) Weiterführende Literatur / Infos (Links, Buchquellen, ...)	
5) Mitwirkende AG 1	
6) Anhang	15-24
<b>Arbeitsgruppe 2 - Ausbildungen</b>	25-26
1) Aufgabenstellung / Zielsetzung der Arbeitsgruppe	
2) Vorgehensweise	
3) Kernergebnisse (punktuell angeführt)	
4) Weiterführende Literatur / Infos (Links, Buchquellen, ...)	
5) Mitwirkende AG 2	
6) Anhang	27-32
<b>Arbeitsgruppe 3 – Annäherung zwischen PR &amp; Coaching</b>	33-35
1) Aufgabenstellung / Zielsetzung der Arbeitsgruppe	
2) Vorgehensweise	
3) Kernergebnisse (punktuell angeführt)	
4) Weiterführende Literatur / Infos (Links, Buchquellen, ...)	
5) Mitwirkende AG 3	
6) Anhang	36-37
<b>Veranstaltungen des AK Coaching &amp; PR – 2014/2015</b>	38-40
<b>Kontakt- und Kooperationsgespräche mit ACC 2015</b>	40

## Geschlechtergerechte Formulierung und akademische Titel

Uns ist die Bedeutung der Sprache in Bezug auf die Gleichberechtigung von Frauen und Männern bewusst. Deshalb wird in unseren Texten zwar soweit wie möglich das Binnen-I verwendet. Sofern auf eine einzige Geschlechtsform zurückgegriffen wird, geschieht dies jedoch aus Gründen der Lesbarkeit, wir sprechen dabei immer beide Geschlechter an. In diesem Dokument verzichten wir außerdem auf die Nennung akademischer Grade..

## Impressum

**AK Coaching & PR** des PRVA, Redaktion/Materialsammlung: Regina Jankowitsch, Christine Zach, Ute Greutter, Lisa Querner, Ruth Havel, Angela Szivatz, Edith Fojtik, Nov. 2014

## Schlussbericht zum Arbeitskreis und den drei Arbeitsgruppen

Liebe Kolleginnen und Kollegen!

Anderthalb Jahre nach Gründung des Arbeitskreises „Coaching & PR“ legen wir hiermit unseren finalen Arbeitsbericht in zweierlei Form vor: a) als die vorliegende Materialsammlung und b) als Folder, der ab November 2014 bei PRVA-Veranstaltungen zur Information aufliegt.

In insgesamt 12 Sitzungen im Plenum und ungezählten zusätzlichen Sitzungen in drei Unter-Arbeitsgruppen haben wir versucht, die Profession Coaching für PR-BeraterInnen faßbarer und nutzbarer zu machen. Zunächst war es ein Phänomen – immer mehr PR-Leute machen eine Coachingausbildung –, dem wir auf den Grund gehen wollten (u.a. führten wir eine Studie dazu durch, bei der sich 20% aller PRVA-Mitglieder beteiligten). Heute manifestiert sich diese Entwicklung als eine große Chance für die PR-Branche, das Geschäft quantitativ wie qualitativ zu verbessern: einerseits indem wir aufgearbeitet haben, wo es Schnittstellen zwischen Coaching & PR gibt und wie Sie alle damit effektiv umgehen können. Andererseits aber auch, indem wir verstanden haben, daß Elemente der Coachingausbildung die Qualifikation der PR-BeraterInnen z.B. in punkto Gesprächsführung unterstützen können.

Eines ist uns aber darüber hinaus unmißverständlich klar geworden: Professionell läßt sich nur entweder das eine ODER das andere Business ausüben. Beides gleichzeitig auf Top-Level handzuhaben, ist angesichts des Umfangs der Berufsbilder rein aus Zeitgründen unserer Meinung nach nicht möglich. So wollen wir – nicht zuletzt durch Workshops, die im Rahmen der Kommunikationsakademie zweimal jährlich angeboten werden – auch über den Arbeitskreis hinaus zum besseren Verständnis für die Einsatzmöglichkeiten von Coaching im Bereich der Public Relations sorgen und sind enthusiastisch über die Kooperationsmöglichkeiten, die durch die ersten von uns initiierten Kontakte zwischen PRVA und ACC (Austrian Coaching Council) zukünftig noch entstehen können. Gleichzeitig fühlen wir uns aber dem Grundsatz verpflichtet: Schuster, bleib bei Deinem Leisten und empfehlen eine Spezialisierung in die eine oder andere Richtung.

Ich bedanke mich an dieser Stelle ausdrücklich bei den Mitgliedern des Arbeitskreises, die größtenteils über die gesamte Aktionsphase unserer Gruppe überdurchschnittlich engagiert waren. Dieses ist bei freiwilligen Gremien alles andere als selbstverständlich und daher war es eine besondere Freude und Ehre für mich, diesen Arbeitskreis geleitet zu haben.

Regina Jankowitsch, Arbeitskreis Leitung  
November 2014



Public Relations  
Verband Austria

DER  
UNTERSCHIED  
ZWISCHEN  
PR UND  
COACHING

# VERGLEICH

## Abgrenzung zwischen PR und Coaching

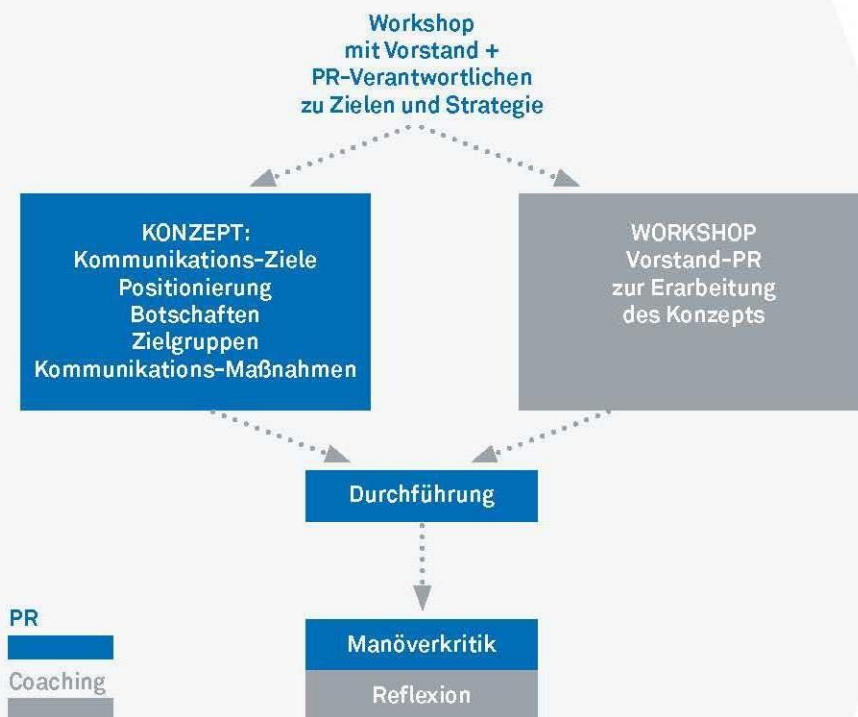


Immer mehr PR-BeraterInnen haben eine Coachingausbildung oder planen demnächst eine. Und immer öfter entwickelt sich der Coach zu einem neuen Geschäftspartner auch für die Kommunikationsverantwortlichen in den Organisationen. Was bedeutet diese Annäherung am Markt, wo liegen Unterschiede, Schnittstellen, Synergien zum Nutzen der Kunden, aber vielleicht auch Konfliktpotentiale? Dieser Folder ermöglicht Ihnen ein erstes Eintauchen in die Thematik am Beispiel einer Schnittstellen-Grafik auf der folgenden Seite. Einige hilfreiche weiterführende Informationen und Links haben wir auf der letzten Seite für Sie zusammengestellt.

Ein Blick über den Tellerrand der PR-Profession lohnt sich allemal!

# AUFGABEN

## Schnittstellen beider Felder am Beispiel „Strategische Kommunikationsberatung“



Wo hört ein PR-Auftrag auf, wo beginnt Coaching? Die hier abgebildete Grafik ist ein erster Wegweiser für diese Fragestellung. Ziele und Strategie für das Unternehmen werden zwischen Vorstand/Geschäftsleitung und den PR-Verantwortlichen geklärt. Im Beispiel ist Coaching hier vor allem als Prozessbegleitung auch im Umgang mit Dynamiken gedacht – je nach Einsatzgebiet in unterschiedlichen Schwerpunkten. Nach Durchführung der geplanten Maßnahmen gibt es je eine Feedback-Runde mit dem PR-Verantwortlichen auf der Fachebene und mit dem Coach auf der Prozessebene.

Coaching kann auch in zentralen PR-Disziplinen wie **Medienarbeit**, **Interne Kommunikation**, **Public Affairs** und bei einzelnen PR-Instrumenten wie **Veranstaltungsmanagement**, **Kooperationsmanagement** und **Erstellung von Publikationen** sinnvoll und hilfreich eingesetzt werden.



## PR meets COACHING

Haben wir Ihnen Gusto gemacht?

Zur Vertiefung des Themas finden Sie hier eine Reihe weiterer Angebote:

Unterlagen zu den *KOMMAK-Seminaren „Alles Kommunikation oder was? – Schnittstellen und Synergien zwischen Coaching und PR“* vom 11. November 2014 und 3. März 2015 erhalten Sie bei Ute Greutter (PR-Vorstand), Regina Jankowitsch (AK-Leiterin).

Ein *Manual* mit den ausführlichen Ergebnissen inklusive einer Schlagwortliste, der Schnittstellengrafiken und einem *First-Check Fragebogen „Auf der Suche nach dem richtigen Coach für Ihre Bedürfnisse“* finden Sie auf der Website des PRVA [www.prva.at](http://www.prva.at) unter dem Menüpunkt „Wissen“ und hier „Arbeitskreise/Aktive Arbeitskreise“.

*Fachartikel „Wo hört PR auf und wo beginnt Coaching?“* von Ruth Havel und Lisa Querner/Coaching Magazin 2|2014, S. 37-S.41. Den vollständigen Beitrag finden Sie ebenfalls unter dem PRVA-Link „Aktive Arbeitskreise“, [www.prva.at/wissen/arbeitskreise](http://www.prva.at/wissen/arbeitskreise).

Weitere Informationen sind auch unter [www.coachingdachverband.at](http://www.coachingdachverband.at) erhältlich.

Der Coaching-Verband zählt zu den Partnerverbänden des PRVA.

Die Materialien zum Thema Coaching & PR wurden erarbeitet von:

Edith Fojtik, Ute Greutter, Ruth Havel, Daniela Herneth-Macheck, Regina Jankowitsch, Petra Lepuschitz, Gabriele Masuch, Nina Panholzer, Nicole Plein, Lisa Querner, Angela Szivatz, Christine Zach

### Kontakt und Information

PRVA Public Relations Verband Austria

Lothringerstraße 12/4

1030 Wien

Telefon: +43 1 715 15 40

Fax: +43 1 715 15 35

E-Mail: [office@prva.at](mailto:office@prva.at)

[www.twitter.com/prva](http://www.twitter.com/prva)

[www.prva.at](http://www.prva.at)

# Umfrage unter PRVA Mitgliedern

## Thematik Coaching Ausbildung und Bedarf

### Arbeitskreis Coaching & PR Umfrage unter den PRVA-Mitgliedern: 13.12.2013 - 24.1.2014

(1) Haben Sie eine Coaching-Ausbildung?			
Antwortoptionen	ja	nein	Bewertungs- durchschnitt
	28	101	1,00
	<i>beantwortete Frage</i>		129
	<i>übersprungene Frage</i>		0

(2) Wenn ja, welche Art der Coaching-Ausbildung und in welchem Institut?			
Antwortoptionen			Antwortanzahl
			28
	<i>beantwortete Frage</i>		28
	<i>übersprungene Frage</i>		101

Nr	Response Date	Response Text	Categories
1	Jän 22, 2014 3:43 PM	Systemisch-humanökologischer Business Coach	Konas Consulting, Verschiedene Coaching-Weiterbildungen, Berufspraxis.
2	Jän 21, 2014 5:15 PM	Führungscoaching	Nachtrebel & Stanzig
3	Jän 18, 2014 10:43 AM	Bauer-Jelinek	
4	Dez 19, 2013 8:54 AM	Systemisches Coaching mit Schwerpunkt Krise und Burnout-Prävention	ASO Wien
5	Dez 17, 2013 9:57 AM	Coaching-Ausbildung am Wffi Vorarlberg	
6	Dez 16, 2013 10:13 PM	Trinergy nil	
7	Dez 16, 2013 12:02 PM	Resonanz-Coaching, NLP Practitioner	Gundl Kutscherer Institut
8	Dez 16, 2013 10:13 AM	Systemischer Wirtschaftscoach, RIA	
9	Dez 16, 2013 9:58 AM	Systemischer Coach und Organisationsentwickler	ARGE Bildungsmanagement
10	Dez 16, 2013 9:08 AM	Systemische Coaching-Ausbildung	ARGE Bildungsmanagement, Wien
11	Dez 16, 2013 4:28 AM	Systemisches Coaching	Institut für System. Coaching - Sonja Radatz
12	Dez 15, 2013 5:06 PM	Systemische Coachausbildung	Systemische Aufstellungs- und Resilienzausbildung
13	Dez 15, 2013 2:12 PM	"Train the Coach", Zertifikatslehrgang für systemisches Coaching	Jelinek Akademie
14	Dez 14, 2013 7:53 AM	Systemischer coach, ASO	
15	Dez 13, 2013 5:45 PM	Führungscoaching, Teamcoaching, hypnosystemisches Coaching	Institut/Ausbildner: Kopfschritte, Brainsource, Gunther Schmidt, Bernhard Trenkle
16	Dez 13, 2013 3:16 PM	Syst Institut München bei Dipl.Psych. Insa Sparrer & Prof. Dr. Matthias Varga von Kibéd	



- 17 Dez 13, 2013 12:23 PM Ich habe eine Ausbildung zur Systemischen Beraterin
- 18 Dez 13, 2013 12:05 PM systemisch, BeraterGruppeNeuwaldegg
- 19 Dez 13, 2013 11:56 AM Systemisches Business-Coaching bei "Kopfschritte"
- 20 Dez 13, 2013 11:54 AM Führungskräfte Coaching, Fa. Kopfschritte
- 21 Dez 13, 2013 11:51 AM ESBA - European Systemic Business Academy Masterstudium mit Abschluss MSC
- 22 Dez 13, 2013 11:40 AM Marketing-Multimedia-Coaching; WIFI NÖ
- 23 Dez 13, 2013 11:35 AM Wirtschaftscoach - Wiener TrainerakademieIntegraler Coach Innere Form - Institut Innere FormLebens- und Sozialberaterin, Unternehmensberaterin
- 24 Dez 13, 2013 11:31 AM Lösungsfokussierung, Hypnosystemische, Strukturaufstellungen Kommunikation - Syst
- 25 Dez 13, 2013 11:25 AM Mental, systemisch
- 26 Dez 13, 2013 11:18 AM Coaching für wirtschaftliche Führungskräfte
- 27 Dez 13, 2013 11:17 AM Lexis Nexis Orac Coaching Akademie, modularer 1 jähriger Ausbildungslehrgang
- 28 Dez 13, 2013 11:15 AM NLP, Trinerigy

(3) Wenn nein, planen Sie in den nächsten 12 Monaten eine Coaching-Ausbildung zu beginnen bzw. machen Sie gerade eine?

Antwortoptionen	ja	nein	Bewertungs- durchschnitt	Antwortanzahl
	15	96	1,86	111
	<i>beantwortete Frage</i>			111
	<i>übersprungene Frage</i>			18

(4) Wo und in welchem Zeitraum?

Antwortoptionen	Antwortanzahl
	14
<i>beantwortete Frage</i>	14
<i>übersprungene Frage</i>	115

Nr	Response Date	Response Text	Categories
1	Jän 20, 2014 2:24 PM	4 Jahre (2012-2016)www.wailea.de, Martin Sage Learning Method, SageUniversity	
2	Jän 19, 2014 9:06 AM	Systworks, Ausbildung läuft noch bis Juni	
3	Dez 17, 2013 1:13 PM	noch keine Entscheidung getroffen, aber großes Interesse/Bedarf daran	
4	Dez 16, 2013 10:18 AM	noch auf der Suche nach einer kurzen kompakten Weiterbildung - als Ergänzung zur Ausbildung Organisationsentwicklung	
5	Dez 15, 2013 2:12 PM	Diplomausbildung "Business Coaching", Jelinek Akademie, ab Anfang 2014	

6	Dez 15, 2013 7:22 AM	Wailea GmbH München 2012-2016
7	Dez 14, 2013 3:24 PM	Tirol oder Wien ab Mitte 2014
8	Dez 13, 2013 3:16 PM	innerhalb von 3 Jahren Weiterbildung
9	Dez 13, 2013 2:19 PM	wo: derzeit noch offen, recherchiere gerade. Ikrann: ab Mitte 2014
10	Dez 13, 2013 12:05 PM	2007, 18 Monate
11	Dez 13, 2013 11:45 AM	Start soll in den nächsten 6 Monaten sein. Wo ist noch offen.
12	Dez 13, 2013 11:25 AM	evtl. ab Sept. 2014 - ich evaluiere erst das Angebot (was nicht leicht ist!) - finde aber toll, wenn vom PRVA zukünftig mehr Infos darüber erhältlich sind/sein werden
13	Dez 13, 2013 11:16 AM	2012-2015, Lebens- und Sozialberatung im YI-Zentrum in Sichelbach, N.Ö.
14	Dez 13, 2013 11:15 AM	Wien, in den nächsten 3 Jahren

(5) Wenn Sie Mitglied in einem Coaching-Verband sind, bei welchem?

Antwortoptionen		Antwortanzahl
		12
<i>beantwortete Frage</i>		12
<i>übersprungene Frage</i>		117

Nr	Response Date	Response Text	Categories
1	Jän 22, 2014 3:43 PM	ACC - Österreichischer Coaching-Dachverband	
2	Jän 21, 2014 5:15 PM	nein	
3	Jän 19, 2014 9:06 AM	Kein Mitglied	
4	Dez 17, 2013 9:57 AM	nein	
5	Dez 14, 2013 7:53 AM	ACC	
6	Dez 13, 2013 5:45 PM	kein Verbandsmitglied	
7	Dez 13, 2013 12:05 PM	nein	
8	Dez 13, 2013 11:51 AM	ACC	
9	Dez 13, 2013 11:40 AM	MMC-Verband	
10	Dez 13, 2013 11:25 AM	Nein	
11	Dez 13, 2013 11:25 AM	Nein, kein Mitglied (welche Coaching-Verbände gibt es denn eigentlich?)	
12	Dez 13, 2013 11:15 AM	nein	

# Arbeitsgruppe 1 - Schnittstellen PR & Coaching

## 1. Aufgabenstellung / Zielsetzung der Arbeitsgruppe

Die Arbeitsgruppe 1 setzte sich zum Ziel, die einzelnen PR-Disziplinen und dazugehörige Instrumente zu durchleuchten und zu erheben, bei welchen Disziplinen und Instrumenten es Überschneidungen mit den Aufgabengebieten eines Coaches gibt, in welchen Situationen gemeinsam vorgegangen werden kann und an welchen Stellen eine Übergabe der Aufgabe vom Kommunikationsverantwortlichen an den Coach sinnvoll ist. Bevor jedoch die einzelnen Disziplinen und Instrumente beleuchtet wurden, hat sich die Arbeitsgruppe den strategischen Kommunikationsprozess sowie den Corporate Identity- & Werteprozess angesehen.

## 2. Vorgehensweise

Folgende PR-Disziplinen und dazugehörigen Instrumente wurden analysiert:

- Klassische Medienarbeit
- Interne Kommunikation
- Lobbying/Public Affairs
- Litigation PR
- Social Media

## 3. Kernergebnisse (punktuell angeführt I. bis VII.)

### I. Strategische KOMM-Beratung

Die strategische KOMM-Beratung läuft in vielen Fällen nach dem nachfolgenden Schema ab:

- 1) Definition bzw. Beschreibung der Unternehmensziele
- 2) Strategiedefinition
- 3) Erstellung der KOMM-Ziele (1-3 Jahre)
- 4) Erarbeitung der Unternehmenspositionierung
- 5) Definition von Vision/Mission/Unternehmensbotschaften
- 6) Bestimmung des Zielmarktes und der Stakeholdergruppen
- 7) Ausarbeitung eines operativen KOMM-Planes (meist für 12 Monate)
- 8) Definition der einzelnen Kanäle und Instrumente

Die Unternehmensziele und -strategien werden in einigen Unternehmen vom Vorstand alleine oder gemeinsam mit Unternehmensberatern entwickelt.

Der Coach setzt überall dort an, wo es um die Organisation von Klausuren geht, in welchen strategische Komponenten erarbeitet werden sollen, mit dem Ziel, sämtliche Teilnehmer emotional mit einzubinden. Der Coach übernimmt dabei meist die Funktion des Moderators, er/sie schreibt nie ein Konzept, sondern nur ein Protokoll über die Klausur. Im Unterschied zum Unternehmensberater, welcher als objektiver Prozessbegleiter fungiert, setzt der Coach auf das Commitment der Klausurteilnehmer. Oft übernimmt der Coach gemeinsam mit der GF die Entwicklung der Agenda und moderiert die Workshops. Die Entwicklung des Eingangsstatements gemeinsam mit der GF kann ebenfalls Aufgabe des Coaches sein. Einzelne Seminarteile des Workshops/der Klausur könnten zusätzlich vom Coach gestaltet werden. Der Auftrag des Coaches ist beendet, wenn es nichts mehr zu diskutieren gibt. Vom Unternehmensberater oder KOMM-Berater zu trennen sind die Aufgaben des Coaches dadurch, dass es ihr/ihm im Strategieprozeß immer um die Menschen geht – beim KOMM-Berater steht die fachliche Komponente im Vordergrund. Eine wichtige Funktion des Coaches in Strategieprozessen ist zusätzlich, gemeinsame Führungsstile in der Führungsmannschaft zu finden.

## II. CI und Wertedefinition

Der Coach wird meist für den Prozess der internen Analyse herangezogen:

- Welche Werte leben wir überhaupt im Unternehmen?
- Wie leben wir diese Werte?
- Welche Werte werden nicht gelebt und welche Konsequenzen ergeben sich daraus?

Auch hier findet die Zusammenarbeit mit dem Coach primär über Workshops statt. Vorteil für die/den involvierteN PR-BeraterIn: Sie/Er kann sich zu 100% auf die Inhalte konzentrieren. Die Verantwortung für die Abwicklung und den Prozess liegt beim Coach.

## III. Media Relations

- a) Interview
- b) Round Table
- c) Pressegespräch/-konferenz

### a) Interview:

Briefing/Anfrage/Ist-Situation

- >> Vorbereitung des Kunden durch PR; bei sehr emotionalen Situationen, persönlich hohem Druck, Unsicherheit, Ängsten etc. kann hier in der Vorbereitung auch ein Coach hilfreich sein, ergänzend zu Medientraining und/oder PR Betreuung.
- >> Execution/Umsetzung durch KundInnen
- >> Evaluierung: Je nach Setting in der Vorbereitungsphase kann sich auch hier eine Schnittstelle ergeben. War ein Coach Teil des Betreuungsteams, ist ein Feedback-Gespräch auf der emotionalen Erlebens-Ebene sinnvoll. Medientrainer/PR Fachmensch evaluieren durch Analyse des Clippings/Beitrags mit den KundInnen.

Je nach Bedarf und Fragestellung wird man in den meisten Fällen punktuell einen zusätzlichen Experten zuziehen, Coach oder MedientrainerIn.

Beim Durchgehen im Einzelnen kam die Arbeitsgruppe zu dem Schluss, dass die gleichen Schnittstellen und Abläufe auch für 1 b Round Table und 1 c Pressegesprächs-/konferenzvorbereitung gelten.

#### IV. Interne Kommunikation

Hier ergeben sich einige Schnittstellen/Einsatzbereiche für Coaching vor allem im Feld der Führungskommunikation. Nach Klärung des Ist-Zustands/Briefing zu den Inhalten und Definition des Profils (Themen, Projekte & Ziele) kann Coaching hilfreich sein für die Klarheit der Person und ihrer Rolle, ebenso wie zur Arbeit rund um Werte und Führungsstil.

Formate von Führungskommunikation:

- a) Meeting
- b) Bilaterales Gespräch
- c) Rede/Ansprache/Präsentation

##### a) Meeting

Fachberatung über Setting (Agenda, Argumente, Q&As, Spielregeln,...) durch PR, HR, bei Bedarf ergänzt um

- Coach für emotionale Unterstützung in schwierigen Kontexten, Durchspielen von Szenarien etc.
- KommunikationstrainerIn zum Üben, Rollenverteilung etc.
- Durchführung
- Evaluierung (analog Interview): Feedbackgespräch mit Coach auf der emotionalen Ebene; Analyse des Kommunikationsablaufs beim Meeting durch KommTrainerIn

Auch hier ergibt sich aus unserer Sicht für  
2 b) und 2 c)

kein bedeutender Unterschied im möglichen Einsatz von Coaching zu 2 a) Meetingvorbereitung. Die Rollenverteilung zwischen PR, Coaches und KommTrainerIn bleibt gleich.

#### V. Lobbying/Public Affairs

Es gibt zwei Arten von Lobbying:

- Gesetzes-Lobbying (hilft u.a. Gesetzesentwürfe zu begleiten) und
- Beschaffungs-Lobbying (hilft u.a. Aufträge von der öffentlichen Hand zu generieren).

Wir sehen zwei Ebenen, die bei beiden Arten zum Tragen kommen:

- die fachliche / inhaltliche Gesprächsführung und
- die emotionale / inhaltliche Gesprächsführung

- Betrifft die Arbeit des Lobbyisten und kommt einem Planungsprozess gleich.
- Diese Kompetenz liegt aus Sicht des Arbeitskreises beim Coach. Der Coach begleitet den Umgang mit Dynamiken. Welche „Trigger“ Momente bewegen die Gesprächspartner? Welche Emotionen tauchen wann, bei wem und in welcher Form auf? Kann mit einem Persönlichkeitstraining für direkte Kommunikation verglichen werden. Dabei ist beim Coaching immer auch eine Zieldefinition wichtig. Was soll nach dem Coaching anders sein?

## VI. Litigation-PR

Dieses Thema haben wir der Thematik Media-Relations/Medienauftritten zugeordnet. Damit einhergehend ist die Trennung der Aufgaben zwischen KOMM-Berater und Coach im gleichen Sinne zu sehen wie in der klassischen PR-Arbeit. Wenn es um die Vorbereitung eines Prozess-Termins oder eines Plädoyer geht, könnte ein Coach ebenfalls herangezogen werden.

## VII. Social Media

Hier dockt der Coach aus unserer Sicht an, wenn es zu Beginn um den Meinungsbildungsprozess geht. In der Fragenbeantwortung, ob sich ein Unternehmen im Social Media-Bereich überhaupt engagieren möchte oder nicht, kann Unterstützung geboten werden. Ebenfalls möglich wäre es, einen Coach hinzuzuziehen, wenn Ängste, Gefahren oder Emotionen in der Kommunikation mitspielen oder es sogar um das Auffangen von Shit-Storms geht. Der KOMM-Trainer/die PR-Agentur unterstützt bei inhaltlichen Fragestellungen.

### 4. Weiterführende Literatur / Infos (Links, Buchquellen, ...)

[www.coaching-magazin.de](http://www.coaching-magazin.de)

### 5. Mitwirkende AG 1

Ute Greutter (Dr.Ute Greutter Kommunikationsberatung), Regina Jankowitsch (Coaching & Moderation), Petra Lepuschitz (Leitung Unternehmenskommunikation/Fond Soziales Wien), Daniela Herneth-Macheck (Entrepreneur und Coach), Liesmarie Schöffel (ORF-Unternehmenskommunikation) , Angela Szivatz (Coaching & Kommunikation)

### 6. Anhang

Präsentation „Abgrenzung zwischen PR & Coaching/2014“, 20 Folien



## Anhang

Folie 1

# Abgrenzung zwischen



PR

&



Coaching

Folie 2

## Der Weg



## Untersuchte PR-Instrumente



# Coaching

personenbezogen auf einer tieferen Ebene

Nähe zur Person

Delegation  
NICHT möglich



emotionale  
Sicherheit



Authentizität

Begleitung beim  
Umgang mit Dynamiken


# Vergleich



Folie 7

		
Media Relations & Litigation PR	bereitet notwendige <b>Produkte, Termine</b> vor (Gesprächsleitfaden, Roll-up, „Waschzettel“)	begleitet <b>Person</b> bei <b>individueller</b> Vorbereitung  geht ein auf <b>Ängste, Unsicherheiten</b>
Interne Kommunikation	erstellt <b>Konzept, Timetable, Grafik, FAQ's, Agenda</b>  <b>Argumente, Botschaften</b>  definiert & gestaltet <b>Kanäle</b>	begleitet beim <b>Umgang mit Dynamiken</b>  schafft Klarheit in Bezug auf <b>Rollen, Werte, Führungsstil</b>

Folie 8

		
Positionierung/Strategische Komm.-Beratung	<b>Botschaften, Auftritt</b>	<b>Authentizität</b>
Lobbying & Kooperationen	<b>Tipps</b> für erfolgreiche <b>Gesprächsführung</b> , zB Argumentationsketten  <b>Gestaltung Location, Programm</b>	Gesprächsführung in <b>emotionaler Hinsicht</b> („Trigger“ eruieren)  <b>Rahmen</b> definieren  <b>Moderation des Prozesses</b>  <b>Moderation</b> bei evtl. <b>Veranstaltung</b>

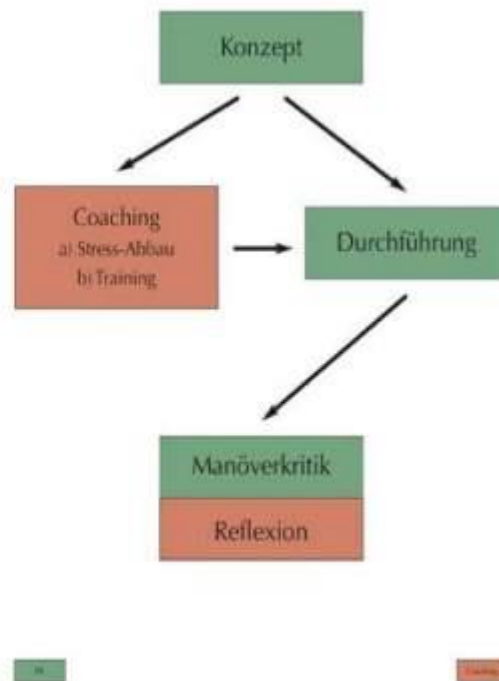


## Schnittstellen



Folie 11

Media Relations & Litigation PR



Folie 12

Interne Kommunikation





Folie 13

**Positionierung/  
Strategische  
Komm.-Beratung**



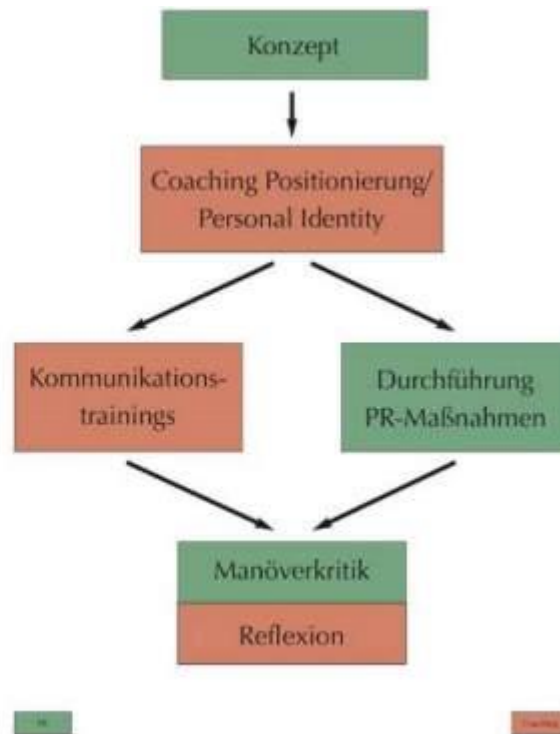
Folie 14

**Lobbying/Kooperationen**



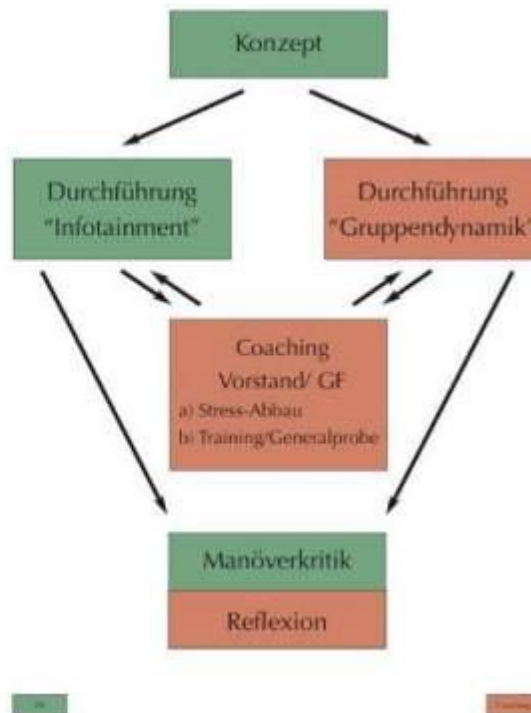
Folie 15

Personality PR

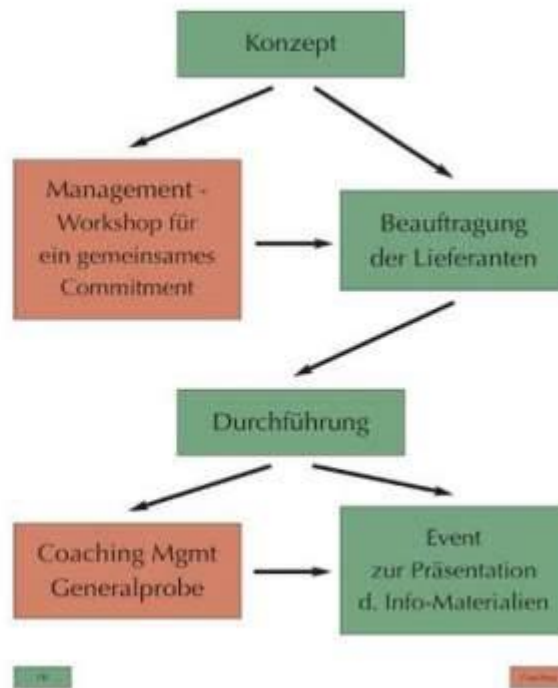


Folie 16

Veranstaltungen



**Infomaterial**



**Lead**

	PR- Instrumente	
<input checked="" type="checkbox"/>	Positionierung / Strateg. Komm.-Beratung	<input checked="" type="checkbox"/>
	CI & Wertedefinition	<input checked="" type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>	Media Relations & Litigation PR	
<input checked="" type="checkbox"/>	Lobbying & Kooperationen	
<input checked="" type="checkbox"/>	Veranstaltungen	<input checked="" type="checkbox"/>

Folie 19

Tools		
<b>Vorbereitung</b>	Briefings Konzepte	Fragetechniken Analyse Talente/Motivation
<b>Durchführung</b>	Consulting operative Umsetzung	Rollenspiele Moderation (einzeln oder Gruppe)
<b>Evaluierung</b>	z.B. Clippings	Feedbackgespräch

Folie 20



## Arbeitsgruppe 2 – Ausbildungen Coaching & PR

### 1. Aufgabenstellung / Zielsetzung

- Welche Kompetenzen sind es, die die beiden Professionisten Coach und PR-Fachfrau voneinander unterscheiden?
- Empfehlung von zusätzlich wichtigen Coaching-Angeboten / Methoden im Rahmen bestehender PR-Ausbildungsangebote bzw. um PR-Verantwortliche fitzumachen

### 2. Vorgehensweise

Um die Unterschiede zwischen einem hauptberuflichen Coaches und PR-Fachleuten herauszuarbeiten und gemeinsame (Coaching-)Skills zu identifizieren, stellte die Arbeitsgruppe "Ausbildung Coaching & PR" die Anforderungsprofile von renommierten Vertretern der Coaching- und PR-Szene gegenüber: Zum einen das Anforderungsprofil an einen hauptberuflichen Coach nach Christopher Rauen (2003), Diplom-Psychologe und Senior Coach beim Deutschen Bundesverband Coaching e. V. (DBVC). Zum anderen das Leistungsbild des PR-Spezialisten nach Albert Oeckl (1976), Doyen der Öffentlichkeitsarbeit im deutschsprachigen Raum und darauf basierend die Ableitung an PR-Skills nach Franz M. Bogner, früherer PRVA-Präsident, Autor und PR-Berater (2005).

In einem weiteren Schritt analysierte die Arbeitsgruppe im zweiten Halbjahr 2013 die Lehrpläne von mehr als 100 PR-Ausbildungsangeboten in Österreich. Darunter: PR-Ausbildungen an Universitäten, Fachhochschulen, am Wirtschaftsförderungsinstitut Österreich und am Berufsförderungsinstitut Österreich (der größten privaten Bildungseinrichtung der österreichischen Arbeitnehmervertretung). Basis für diese Analyse bildeten die Coaching-Kompetenzen nach Rauen sowie die Gegenüberstellung zu Oeckl und Bogner.

### 3. Kernergebnisse

- Wieviel Coaching kommt in den PR-Ausbildungen bereits vor?
- PR-Ausbildungen vermitteln Teile aus dem Coaching-Grundlagenwissen
- Psychologische Interventionsmethoden kommen zum Teil in PR-Lehrplänen vor
- Coaches werden in ihrer Ausbildung darauf geschult, emphatisch und aufmerksam zu zu hören, strukturiert zu erfragen. Das Hauptaugenmerk in der PR-Ausbildung liegt vielmehr in der Vermittlung von Führungskompetenzen und der Präsentation nach außen.
- \*Personenbezogene Selbstreflexion ist in der PR-Ausbildung kein Thema.

## Empfehlung

Die Abgrenzung von Coaching und PR muss im Sinne einer guten Beratung für den Klienten / Kunden stärker ins Bewusstsein rücken. Denn: Letztendlich haben beide Disziplinen ihre Berechtigung und können sich im Sinne einer erfolgreichen Beratung für den Kunden gut ergänzen. Um sich Einblicke darüber zu verschaffen, was Coaching ist, wird das Buch "Coaching" von Christopher Rauen empfohlen (Coaching, ISBN-3-8017-1433-0).

Um seine (PR-)Beratungsfähigkeit und Qualität zu vertiefen:

- Training und Vertiefung der dialogorientierten Kommunikationsfertigkeiten
- Vertiefung auf dem Gebiet der systematischen Zusammenhänge und Wirkungsweisen,
- Training und Vertiefung auf den Gebieten der unterschiedlichen Fragetechniken

## **4. Mitwirkende in der Arbeitsgruppe 2 - Ausbildungen Coaching & PR**

Mag. Lisa Querner (Leiterin der Arbeitsgruppe, Erste Group Bank AG), Mag. Ruth Havel (havel & petz), Mag. Gabriele Masuch (Berufsförderungsinstitut Wien), Dr. Sabine Fichtinger (co I ko I train), Mag. Barbara Werwendt (Philipps Austria)

## **5. Weiterführende Literatur**

- Fachartikel "Wo hört PR auf und wo beginnt Coaching", erschienen am 14. Mai 2014 im Coaching-Magazin, Mag. Lisa Querner & Mag. Ruth Havel
- Bogner, Franz M. (2005). Das Neue PR-Denken. Frankfurt: Redline Wirtschaft.
- Kohrs, Uwe (2013). Persönlichkeiten verzweifelt gesucht. In prmagazin, 11/2013, 50–53.
- Mathauer, Veit (2012). PR vs. Public Relations – Gedanken. Abgerufen am 03.03.2014:
- [http://www.gpra.de/news-media/artikel/newsdetails/?tx\\_branews\\_pi1\[item\]=100&cHash=2beeeaa8ed46748af0af68c7d5b11468d](http://www.gpra.de/news-media/artikel/newsdetails/?tx_branews_pi1[item]=100&cHash=2beeeaa8ed46748af0af68c7d5b11468d)
- Masterportal Österreich. Donau Universität Krems. Communications MSc, PR und Integrierte Kommunikation – Heidelberg. Abgerufen am 06.03.2014: [http://www.postgraduate.at/Communications\\_MSc\\_\\_PR\\_und\\_Integrierte\\_Kommunikation\\_-\\_Heidelberg\\_3201.htm](http://www.postgraduate.at/Communications_MSc__PR_und_Integrierte_Kommunikation_-_Heidelberg_3201.htm).
- Oeckl, Albert (1976). PR-Praxis. Düsseldorf: Econ.
- Rauen, Christopher (2003). Coaching. Göttingen: Hogrefe.
- Vogl, Ingrid (2014). Wie Österreichs PR-Pro)s die Entwicklung der PR-Branche im Jahr 2014 einschätzen. In [www.observer.at](http://www.observer.at). Abgerufen am 06.03.2014: <http://www.observer.at/wie-osterreichs-pr-pro!s-die-entwicklung-der-pr-branche-im-jahr-2014-einschatzen/>

## **6. Anhang**

- Artikel aus dem Coaching-Magazin Aug 2014 – 6 Seiten inkl. Cover



9 771866 484006

Praxis erleben | Wissen erweitern

# Coaching Magazin

ISSN 1866-4849

**Konzeption**

Kunst in Veränderungsprozessen | S 21

**Praxis**

Coaching im kirchlichen Kontext | S 26

**Bad Practice**

Esoterik-Coaching | S 46

## Über den Umgang mit Krisen und die Metamorphose vom Vorstand zum Coach

Peter Bauer im Interview | S 14



Ausgabe 2 | 2014

[www.coaching-magazin.de](http://www.coaching-magazin.de)

D: 12,80 € | A/CH: 15,80 €



## Wo hört PR auf und wo beginnt Coaching?

PR-Branche setzt zunehmend auf Coaching-Skills

*Von Lisa Querner und Ruth Havel*

*Immer häufiger werden PR-Verantwortliche in ihrer Praxis mit Aufgaben aus dem Coaching betraut. Nicht selten lassen sie sich auch darauf ein. Bewusst oder unbewusst. Liegt es etwa daran, dass Ausbildungsangebote in der PR-Branche immer öfter auch Fähigkeiten vermitteln wollen, die bisher im klassischen Coaching angesiedelt waren? Könnten PR-Berater dadurch die besseren Coaches werden? Was tut sich in der PR-Szene? Eine Analyse verschiedener PR-Ausbildungsgänge bringt Licht ins Dunkle.*



## Ein Szenario

Montagsmorgen in einem mittelständischen Unternehmen kurz vor neun Uhr: Für Markus B. Zeit, um ins Plenum zu gehen und die Mitarbeiter seiner Firma über die geplante Fusion mit dem größten Konkurrenten der Branche zu informieren. Mit kräftigen Schritten schreitet der langjährige Firmenboss in den Veranstaltungssaal seines Unternehmens. Mehr als 1.000 Kollegen sind gekommen, um die Rede ihres Chefs zu hören. Die Stimmung im Saal ist aufgeheizt, der Geräuschpegel laut und durchdringend.

Markus B. platziert sich gekonnt hinter dem Rednerpult, legt die für ihn im Vorfeld akribisch vorbereiteten Unterlagen mit Bedacht vor sich hin und richtet seinen Blick entschieden auf die versammelten Menschen. Das Dimmen des Lichtes signalisiert den Anwesenden den Beginn der Rede und mahnt zur Ruhe. Die Anwesenden suchen in einer Mischung aus Ängstlichkeit und hoffnungsvoller Erwartung auf das nun Folgende den Blick ihrer Führungskraft.

Rhetorisch gekonnt spannt Markus B. in seiner Rede einen Bogen von der Geschichte der Ereignisse über die getroffene Fusionsentscheidung bis hin zu den nun notwendigen Maßnahmen. Sein Auftreten ist authentisch. Auf gestellte Rückfragen antwortet er respektvoll und überzeugend.

Dennoch: Innerlich zweifelt Markus B. massiv an eigenen Kompetenzen und Fähigkeiten, war es ihm doch trotz größter Anstrengung nicht gelungen, sein Unternehmen vor der Fusion zu retten. Er sieht sein über Jahre aufgebautes Lebenswerk schwinden, fühlt sich unsicher, wie es nun mit ihm weitergeht. Wird sich Markus B. professionelle Gesprächspartner suchen, um an seiner Veränderungssituation zu arbeiten? An wen wird er sich wenden? An den Coach? An den PR-Verantwortlichen, der ihn in der Kommunikation zur Fusion beraten und begleitet hat?

## Fachberatung versus Prozessberatung

Verfügt ein PR-Fachmann über die nötigen Skills, um Manager wie Markus B. in Prozessen der Veränderung und Neuorientierung als Coach zu begleiten? Wofür ist der PR-Fachmann überhaupt zuständig, wie arbeitet er im Unterschied zum Coach? Veit Mathauer, Geschäftsführer der deutschen PR-Agentur Sympra GmbH und Chairman of the Board des internationalen Agenturverbands Public Relations Network (PRN), bringt die Kernkompetenzen eines PR-Fachmannes auf den Punkt: PR-Verantwortliche sind Experten für Aufbau und Erhalt von Vertrauen sowie für Meinungsbildung und Dialog mit Stakeholdern (Mathauer, 2012). Sie beraten Auftraggeber im strategischen Beziehungsaufbau zwischen und innerhalb von Organisationen (zum Beispiel Unternehmen, gemeinnützige Institutionen, Parteien) einerseits und mit externen Stakeholdern (zum Beispiel Kunden, Lieferanten, Aktionären, Spendern, Wählern) andererseits. Der PR-Verantwortliche agiert dabei primär als Fachberater: Er analysiert die Ausgangssituation, Dialoggruppen und deren Interessen, erarbeitet ein Kommunikationskonzept und setzt die einzelnen Maßnahmen um.

Uwe Kohrs, Präsident des Verbands führender PR-Agenturen in Deutschland (GPRÄ), unterstreicht die Rolle der Fachberatung und betont insbesondere die Navigatorfunktion von PR-Verantwortlichen: „PR-Leute müssen gesellschaftliche und technologische Trends früh erkennen und auf deren Relevanz für die Kundenarbeit prüfen“ (Kohrs, 2013, S1). Ingrid Vogl, Präsidentin des Public Relations Verbands Austria (PRVA), sieht zudem die Entwicklung der PR-Branche für 2014 vorrangig in der Corporate Reputation. PR-Agenturen müssen sich dafür „mehr als bisher an den Kundenbedürfnissen orientieren, mehr auf die Einführung von Neuen Techniken in der Kommunikation setzen und dem Erfolgsnachweis größeres Augenmerk schenken“ (Vogl, 2014).

Anders als PR-Fachleute agiert der Coach primär als Prozessberater und nicht als direkter Problemlöser. Er schafft vielmehr die Bedingungen, die seine Klienten veranlassen, selber die erforderlichen Entscheidungen zu treffen.

Der Coach nimmt dafür eine andere Perspektive ein, betrachtet die Situation seines Klienten aus der Distanz. Er gibt ihm in Bezug auf sein Thema Feedback und setzt damit tiefgreifende Veränderungen in Gang (Rauen, 2003).

## Ein Literaturvergleich: Primär die Fachkompetenzen unterscheiden den Coach vom PR-Fachmann

Welche Kompetenzen sind es, die diese beiden Professionisten, Coach und PR-Fachmann, voneinander unterscheiden? Um diese Unterschiede herauszuarbeiten und gemeinsame (Coaching-)Skills zu identifizieren, stellte die Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“ des Public Relations Verbands Austria (PRVA) die Anforderungsprofile von renommierten Vertretern der Coaching- und PR-Szene gegenüber: Zum einen das Anforderungsprofil an einen hauptberuflichen Coach nach Christopher Rauen (2003). Zum anderen das Leistungsbild des PR-Spezialisten nach Albert Oeckl (1976), Doyen der Öffentlichkeitsarbeit im deutschsprachigen Raum und darauf basierend die Ableitung an PR-Skills nach Franz M. Bogner, langjähriger PRVA-Präsident, Autor und PR-Berater (2005).

*Das Ergebnis:* Primär sind es die geforderten Fachkompetenzen, die den Unterschied in den Anforderungsprofilen von PR-Fachmann und Coach ausmachen.

### PR-Vertreter fassen Fachkenntnisse globaler

Anders als Rauen in seinem Coach-Anforderungsprofil definieren Oeckl und Bogner die Fachkompetenzen für den PR-Spezialisten globaler: Rauen subsummiert unter Fachkompetenz die psychosozialen und (betriebs-) wirtschaftlichen Qualifikationen sowie Kenntnisse aus dem Arbeitsumfeld des Klienten (Feldkompetenz). Die psychosozialen Fachkompetenzen unterteilt er primär weiter in Kenntnisse der Organisationspsychologie und der Klinischen Psychologie über Menschen und Gruppen sowie in Erfahrung im Umgang mit psychotherapeutischen Interventionen



und der Anwendung von psychologischen Interventionsverfahren und -methoden.

Oeckl und Bogner definieren das erforderliche Fachwissen für den PR-Spezialisten umfassender. So arbeitet Oeckl (1976, 200ff.) zwar auch eine „soziologische und sozialpsychologische Funktion“ für die Öffentlichkeitsarbeit heraus. Zum einen sieht er die PR als „Brückenschlag von Mensch zu Mensch“ und damit als praktizierte angewandte Soziologie. Zum anderen anerkennt er die Sozialpsychologie mit „ihren Bemühungen um nachprüfbare Messmethoden und ihrer Forschung auf den Gebieten Meinungsbildung, Gruppendynamik“ als „unentbehrlichen, komplementären Wissenszweig für die Öffentlichkeitsarbeit“.

Darüber hinaus nennen Oeckl und Bogner aber auch ein Grundwissen aus den Bereichen Staat und Recht, Volks- und Betriebswirtschaft, Gesellschafts- und Wirtschaftspolitik und, nicht zuletzt, aus der Kommunikationstheorie als notwendige fachliche Kompetenzen neben diversen PR-Kernkompetenzen. Auch was die in der Coaching-Szene häufig umstrittene Feldkompetenz betrifft, ist für Oeckl und Bogner klar: Fachkenntnisse auf dem Gebiet, in dem Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden soll, und gute Kontakte in den betreffenden Lebensbereichen sind wesentliche PR-Kompetenzen.

### **Persönliche Kompetenzen überschneiden sich weitgehend**

Die persönlichen Kompetenzen nehmen sowohl bei Rauen als auch bei Oeckl und Bogner einen hohen Stellenwert ein, Rauen führt sie allerdings umfassender aus. Mehrheitlich sind die von Rauen genannten persönlichen Skills aber auch auf den PR-Verantwortlichen anwendbar, wenn auch in unterschiedlicher Ausprägung.

Unterschiedlich sind sie im Hinblick auf die Selbsterfahrung und regelmäßige Reflexion der eigenen Arbeit in Supervisionssitzungen beim Coach und bei der Forderung nach kritischem Urteilsvermögen, Entscheidungsbereitschaft, Durchschlagskraft und Konsequenz

sowie der Fähigkeit zu vernetztem und gesamtheitlichem Denken beim PR-Fachmann.

### **Eine Analyse österreichischer PR-Ausbildungen zeigt: Coaching-Skills sind bereits ein Thema**

Sind psychologische Kompetenzen in der PR-Ausbildung ein Thema? Welchen Stellenwert hat dort das Training persönlicher Skills? Welche persönlichen Kompetenzen sind es, die PR-Ausbildungen beim künftigen PR-Berater entwickeln?

Eine PRVA-Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“ widmete sich diesen Fragen und analysierte im zweiten Halbjahr 2013 die Lehrpläne von über 100 PR-Ausbildungsangeboten in Österreich. Darunter: PR-Ausbildungen an Universitäten, Fachhochschulen, am Wirtschaftsförderungsinstitut der Wirtschaftskammer Österreich und am Berufsförderungsinstitut Österreich, der größten privaten Bildungseinrichtung der österreichischen Arbeitnehmervertretung. Basis für die Analyse bildeten die Coaching-Kompetenzen nach Rauen sowie die Gegenüberstellung zu Oeckl und Bogner.

Das Ergebnis: „Coaching als solches“ ist in PR-Ausbildungen kein Thema. Das betont auch Eva Maria Bauer, Lehrgangleiterin für den Communications MBA „Communication & Leadership“ an der Donau Universität Krems. Dennoch: In einzelnen PR-Lehrangeboten werden nach Rauen definierte Coaching-Kompetenzen auch in der PR-Ausbildung bereits berücksichtigt.

### **PR-Ausbildungen vermitteln Coaching-Grundlagenwissen**

Die Analyse der PR-Lehrpläne zeigt, dass psychologische, soziologische und sozialpsychologische Grundlagen neben kommunikationstheoretischem Wissen in PR-Ausbildungen abgedeckt sind. So finden sich Lehrveranstaltungen zu den Wissensgebieten Informations- und Kommunikationspsychologie, Kommunikationssoziologie, Organisationsentwicklung

und Organisationspsychologie einschließlich Gruppendynamik und vereinzelt auch aus dem Gebiet der Wahrnehmungspsychologie.

Was Rauen unter (betriebs-)wirtschaftlichen Kompetenzen zusammenfasst, um den hauptberuflichen Coach mit Hintergrundwissen für seine Prozessbegleitung zu rüsten, nimmt in PR-Ausbildungen eine zentrale Rolle ein. Und noch mehr: Ebenso zentral sind Kompetenzen in den Bereichen Recht sowie politische und soziale Systeme. Ziel sei es, „vielseitig kompetente, ganzheitlich denkende und interdisziplinär handelnde Kommunikationsmanager auszubilden“, liest man auf der Webseite zum Master-Programm Communications MSc „PR und Integrierte Kommunikation – Heidelberg“ (Masterportal Österreich). Lehrinhalte an PR-Ausbildungen sind demnach Managementtheorien und Führungskonzepte, Themen aus dem Personalmanagement sowie der interdisziplinären und interkulturellen Zusammenarbeit und in Grundzügen Politik und Recht.

### **Psychologische Interventionsmethoden kommen in PR-Lehrplänen vor**

Mentales Training, Problemlösungsmethoden, Stressbewältigungs- und Entspannungstechniken, Zeit- und Konfliktmanagement, Kreativitätstechniken, Kommunikationstheorien und -techniken – dies sind beispielhafte Aufzählungen von psychologischen Interventionsverfahren und -methoden, die Rauen unter dem psychosozialen Fachwissen für Coaches anführt. Nicht alle der genannten Inhalte finden sich auch in PR-Ausbildungen wieder. Vereinzelt sind sie jedoch ein Thema.

So bieten PR-Ausbildungen Lehrveranstaltungen zu Präsentations- und Beratungstechniken, Gesprächs- und Verhandlungsführung, Kreativitätstechniken, zum Umgang mit Konflikten und auf dem Gebiet der Moderation an. Der Fokus der vermittelten Inhalte reicht dabei von den theoretischen Grundlagen bis hin zum Erkennen eigener Verhaltensmuster und Tipps zur persönlichen Entwicklung und weniger auf der Ausbildung zur prozesshaften Begleitung in diesen Themen wie beim



Coaching. Auch entsprechen die *Methoden in ihrer Vielzahl und inhaltlichen Tiefe nicht denen qualifizierter Coaching-Ausbildungen*. Insbesondere zum Tool Fragetechniken, das auch für PR-Fachleute nützlich sein könnte, finden sich keine Lehrangebote.

### **Dialogorientierte Kommunikationsfertigkeiten**

Ob für Beratungen, Verhandlungen, Präsentationen oder zur Formulierung der gewünschten Botschaften je Dialoggruppe – in der PR spielt die Sprache eine entscheidende Rolle. Dies unterstreicht das umfangreiche Angebot an Übungen und Seminaren in PR-Ausbildungen, um die Verständlichkeit in Wort und Schrift, den Sprachstil, den Aufbau von Texten, die eigene Rhetorik und Darstellung nach außen und die Präsentation von Kommunikationskonzepten zu verbessern.

Wenig Beachtung wird den Bereichen der nonverbalen Kommunikation gewidmet, so bieten nur wenige PR-Ausbildungen eigene Lehrveranstaltungen zu Themen wie Körpersprache oder Ähnlichem an. Auch Trainings, um emotionale Reaktionen (Wut, Trauer, Freude), körperliche Reaktionen (Müdigkeit, Anspannung, Bewegungsimpulse) und kognitive Reaktionen (Bilder, Gedanken, Erinnerungen) als Mittel zur Informationsgewinnung einzusetzen, sind in der PR-Ausbildung kein Thema.

Dennoch: Dialogorientierte Kommunikationsfertigkeiten nehmen auch für PR-Leute an Bedeutung zu. Das unterstreicht nicht zuletzt der vom Fachbereich für Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg in Zusammenarbeit mit dem Europäischen Aus- und Fortbildungsinstitut für Kommunikation (EAK) gegründete Universitätslehrgang für Interpersonelle Kommunikation.

### **Coaches sind geschulte, empathische und aufmerksame „Zuhörer“**

Wesentlich für das Gelingen der Beziehung zwischen PR-Berater und Kunden und Öffentlichkeit sind der Einsatz von Empathie,



die richtigen Fragetechniken, Vertrauen sowie Zuhören-Können. Kompetenzen, denen qualifizierte Coaching-Ausbildungen bereits große Beachtung schenken: Coaches lernen in ihrer Ausbildung, dem Klienten gegenüber Empathie und Aufmerksamkeit zu zeigen, sich auf ihn einzulassen, Sichtweisen und Empfindungen strukturiert zu erfragen und für andere verständlich darzulegen. Und trainieren diese Fertigkeiten während ihrer Ausbildung schon in zahlreichen Übungssettings.

Auch wenn das Angebot im Bereich der Persönlichkeitsentwicklung bei PR-Ausbildungen ein sehr umfassendes ist, wird dem Training obengenannter Skills nicht die gleiche Bedeutung geschenkt. Das Hauptaugenmerk in PR-Ausbildungen liegt vielmehr in der Vermittlung von Führungskompetenzen und auf den

Skills im Zusammenhang mit der Präsentation nach außen.

### **Personenbezogene Reflexion**

Die Reflexion der eigenen PR-Arbeit nimmt für Studierende des Lehrgangs „Communication & Leadership“ einen hohen Stellenwert ein, betont Eva Maria Bauer. Inhalt sind dabei weniger konkrete Kommunikations- und Managementinstrumente als vielmehr das Hinterfragen und Analysieren, was kommunikationspsychologisch passiert.

Diesen Fokus auf die fachliche, inhaltliche Analyse und Diskussion von PR-Projektarbeiten setzen die meisten qualitativen PR-Ausbildungen. Kein Thema in klassischen PR-Ausbildungen ist die geführte personen-



bezogene Selbstreflexion als Werkzeug zur eigenen Persönlichkeitsentwicklung. *Darin liegt ein wesentlicher Unterschied zu qualifizierten Coaching-Ausbildungen, in denen Selbsterfahrung hoch bewertet wird.*

## Resümee

Die Abgrenzung von Coaching und PR muss im Sinne einer guten Beratung für den Klienten und Kunden stärker ins Bewusstsein rücken. Bereits schon in der grundsätzlichen Arbeitsweise unterscheiden sich der Coach und PR-Fachmann wesentlich, ist der PR-Berater in erster Linie als Fachberater und der Coach als Prozessbegleiter tätig. Dieser grundsätzliche Unterschied im Beratungsansatz bringt eine Summe von unterschiedlichen geforderten Fähigkeiten und Fertigkeiten mit sich. Zum einen was den Umfang und die Tiefe an Fachwissen und Instrumentarien betrifft. Zum anderen zeigt sich der Unterschied auch in den persönlichen Kompetenzen.

Insbesondere für Auftraggeber und klassische PR-Berater ohne Coaching-Hintergrund, die in einer PR-Beratung auf Coaching-Themen stoßen, sind diese Unterschiede oft nicht sofort erkennbar. Umso wichtiger ist es, allen Beteiligten die Schnittstellen zwischen Coaching und PR klar und transparent zu machen, die Abgrenzung und Schnittstellen beider Diszi-

plinen für sich selbst und für Auftraggeber im Sinne einer erfolgreichen Zusammenarbeit und Beratung zu schärfen. Je mehr Klarheit hier besteht, desto besser erkennen PR-Leute und Auftraggeber, welchen Mehrwert ein Coach in Szenarien wie das eingangs skizzierte von Markus B. leisten kann. Und, umso klarer wird es auch dem Coach, wie er mit PR-Experten zusammenarbeiten kann.

„Letztenendlich haben beide Disziplinen ihre Berechtigung und können sich im Sinne einer erfolgreichen Beratung für den Kunden großartig ergänzen. Eine Chance für beide Fachdisziplinen, die noch stärker ins Bewusstsein zu rücken ist“, unterstreicht Dr. Regina Jankowitsch, ehemals PR-Agentur-Chefin, nun hauptberuflicher Coach und Leiterin des PRVA-Arbeitskreises „Coaching & PR“, aus dem auch die Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“ resultieren.

*Unser Dank für die Mitwirkung in der Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“ gilt auch Mag. Gabriele Masuch, Berufsförderungsinstitut (BFI) Wien, Dr. Sabine Fichtinger, co | ko | train, und Mag. Barbara Werwendt, Philipps Austria. Ebenso bedanken wir uns für ihre Unterstützung bei Dr. Regina Jankowitsch, Leiterin des PRVA-Arbeitskreises „Coaching & PR“.*

## Literatur

- » **Bogner, Franz M. (2005).** Das Neue PR-Denken. Frankfurt: Redline Wirtschaft.
- » **Kohrs, Uwe (2013).** Persönlichkeiten verzweifelt gesucht. In *prmagazin*, 11/2013, 50–53.
- » **Mathauer, Veit (2012).** PR vs. Public Relations – Gedanken. Abgerufen am 03.03.2014: [http://www.gpra.de/news-media/artikel/newsdetails/itx\\_branews\\_pii\[item\]=100&chash=2beea8ed46748af0af68c7d5b11468d](http://www.gpra.de/news-media/artikel/newsdetails/itx_branews_pii[item]=100&chash=2beea8ed46748af0af68c7d5b11468d)
- » **Masterportal Österreich.** Donau Universität Krems. Communications MSc, PR und Integrierte Kommunikation – Heidelberg. Abgerufen am 06.03.2014: [http://www.postgraduate.at/Communications\\_MSc\\_PR\\_und\\_Integrierte\\_Kommunikation\\_-\\_Heidelberg\\_3201.htm](http://www.postgraduate.at/Communications_MSc_PR_und_Integrierte_Kommunikation_-_Heidelberg_3201.htm)
- » **Oeckl, Albert (1976).** PR-Praxis. Düsseldorf: Econ.
- » **Rauen, Christopher (2003).** Coaching. Göttingen: Hogrefe.
- » **Vogl, Ingrid (2014).** Wie Österreichs PR-Profis die Entwicklung der PR-Branche im Jahr 2014 einschätzen. In *www.observe.at*. Abgerufen am 06.03.2014: <http://www.observe.at/wie-osterreichs-pr-profis-die-entwicklung-der-pr-branche-im-jahr-2014-einschatzen/>

## Die Autorinnen



Foto: Stefan Wanka

Lisa Querner, Mag., (Autorin) leitet die PRVA-Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“. Die im Mental-Coaching und systemischen Coaching ausgebildete Betriebswirtin und PR-Fachfrau arbeitet als interne Kommunikationsspezialistin in der Erste Group, einem der größten Finanzdienstleister in Zentral- und Osteuropa.

[www.erstegroup.com](http://www.erstegroup.com)



Foto: Glinremot

Ruth Havel, Mag., (Co-Autorin) Teilnehmerin der Arbeitsgruppe „Ausbildung Coaching & PR“, ausgebildete Trainerin, zertifizierter systemischer Coach. Sie ist Partnerin der Full-Service-Agentur havel & petz, die Coachings und Trainings, Strategie-Beratung, klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen mit Fokus auf Green-Events sowie Social-Media-Beratung anbietet.

[www.havel-petz.at](http://www.havel-petz.at)

## Arbeitsgruppe 3 - Annäherung zwischen PR & Coaching

### 1. Aufgabenstellung / Zielsetzung der Arbeitsgruppe

Unter der Annahme, dass a.) Grundkenntnisse über die Wirkmechanismen von Coaching vorhanden sind, und b.) die Bereitschaft zu einer Synergien erzeugenden Kooperation besteht, hat die Arbeitsgruppe folgende Themenbereiche definiert:

- a. Wie finden PR-Berater den richtigen Coaching-Partner?
  - Qualitative Auswahl
  - Suche
  - Fragenkatalog für das Erstgespräch
- b. Möglichkeiten der Annäherung zwischen den Arbeitswelten PR und Coaching
- c. Konkrete Umsetzung

### 2. Vorgehensweise

Die Arbeitsgruppe hat für das Thema „Annäherung“ zwei Ausgangspunkte näher betrachtet: einerseits die Zusammenarbeit beider Berufsgruppen in konkreten PR-Projekten und andererseits den professionellen Austausch und die mögliche Kooperation auf der Ebene von Verbänden und Interessensvereinigungen.

Im ersten Fall geht es um eine Optimierung des Leistungsangebotes sowohl in puncto Effektivität als auch Effizienz. So kann gegebenenfalls mit Hilfe von Coaching die PR-Arbeit sinnvoll ergänzt werden. - Die Arbeitsgruppe hält fest, dass es auf Seiten des PR-Beraters einer möglichst klaren Vorstellung bedarf, an welcher Stelle im Projekt die Mitwirkung eines Coaches zu einer Ergebnisverbesserung beitragen kann (siehe AG Schnittstellen). -

Weiters fördert ein Miteinander der Professionen die Effizienz (mehr Klarheit, weniger Reibungsverluste etc.). Im Fokus beider Prämissen steht ganz klar: der Kundennutzen:

Im anderen Fall geht es um die Weiterentwicklung des Berufsbildes, um Erfahrungsaustausch über ein gemeinsames Berufsethos und Qualitätsverständnis und somit um die Erweiterung des Wirkungsbereiches beider Berufsgruppen.

### 3. Kernergebnisse (punktuell angeführt)

#### a. Wie finden PR-Berater den richtigen (= punktuell passenden) Coaching-Partner?

##### KRITERIEN FÜR DIE QUALITATIVE AUSWAHL

Klares Tätigkeits- und Leistungsprofil auf Seiten des Coaches

Erfahrung mit ...

Führungskräften und Top-Management

Change-Management

Konflikten und Krisen

Kommunikation

PR-Branche (wünschenswert, aber nicht zwingend)

Wirtschaftskompetenz

Organisationsverständnis

Fachliche Ausbildung/Zertifizierung und/oder Berufserfahrung

Transparenz (hinsichtlich Leistungen und Abrechnung)



SUCHE: Woran können sich PR-Berater konkret orientieren?

Empfehlungen

Referenzen

Datenbanken, z.B.

ACC (Austrian Coaching Council)

ÖVS (Österreichische Vereinigung für Supervision)

Alternative Berufsverbände

WKO, Fachgruppe ubit, Firmen A – Z

Social Networks – schwerpunktmäßig XING, LinkedIn

FRAGENKATALOG für das Erstgespräch (s. Anhang)

Mit diesem Fragenkatalog soll ein Grundgerüst einer Checklist vermittelt werden, anhand der die Auswahl eines PR-Beraters entschieden werden kann. Die AG empfiehlt, die subjektiven Kriterien (wie persönliche Kenntnisse, Bauchgefühl, Vorschläge von Auftraggeberseite etc.) durch die Kriterien des Fragenkatalogs abzustützen.

#### b. ANNÄHERUNG zwischen den Arbeitswelten PR und Coaching

Die Arbeitsgruppe hat dafür folgende Maßnahmen empfohlen:

- Kontakt auf Vorstandsebene von PRVA und einem Coachingverband herstellen (erledigt)
- Informationen erstellen (Grundlagenpapier, Folder etc.)

an alle Mitglieder des PRVA (erledigt)

an die Ausbildungsstätten übermitteln (inkl. AbsolventInnen)

- PRVA-Veranstaltungsplattformen und Medienkontakte nützen (vice versa)
  - PR-Talk zu diesem Thema veranstalten (erledigt)
  - Workshop im Rahmen der KOMMAK (erledigt)
  - Teilnahme an der PRVA-Jahreskonferenz

#### c. Konkrete UMSETZUNG der empfohlenen Annäherungsschritte

##### **Annäherung zwischen PRVA und ACC**

Entsprechend den Empfehlungen der Arbeitsgruppe, dass über die allgemeine Annäherung zwischen den beiden Tätigkeitsfeldern hinaus eine konkrete Schnittstelle zu einem anerkannten Verband im Bereich Coaching stattfinden soll, wurde dafür der ACC – Österreichischer Coaching Dachverband ausgewählt. Das AG-Mitglied Christine Zach hat die Koordination eines ersten Kontaktgespräches auf Vorstandsebene übernommen, da sie selbst Mitglied im ACC ist. Dieses erste Treffen zwischen PRVA-Präsidentin Ingrid Vogl und ACC-Obmann Michael Tomaschek hat am 2. Juli 2014 in den Räumlichkeiten des ACC stattgefunden. Weiters haben Elfriede Konas und Christine Zach daran teilgenommen.

Ziel dieser Kontaktaufnahme war in erster Linie eine wechselseitige Sensibilisierung für die Schnittstellenthematik PR & Coaching. Nach einer kurzen Präsentation der Arbeitsergebnisse und einem positiven Austausch über ähnliche Qualitätsvorstellungen im Rahmen des Berufsfeldes wurde von den Vorstandsrepräsentanten vereinbart, die Annäherung schrittweise weiter zu verfolgen. Dazu angedacht sind gemeinsame Veranstaltungen, die Nutzung der Plattformen und Medien auf beiden Seiten sowie die Informationsweiterleitung an die jeweiligen Mitglieder. Eine wesentliche Grundlage für mögliche Kooperationen zwischen PR-Experten und Coaches kann die ACC-Mitglieder-Datenbank darstellen, da sie auch von potenziellen Auftraggebern einsehbar ist.

Weiters vereinbart und bereits realisiert wurden folgende Annäherungsmaßnahmen:

- Teilnahme eines ACC-Vorstandsmitgliedes am Podium des PR-Talks am 25. August 2014
- Austausch von Informationsmaterialien
- Ankündigung der Veranstaltungen über den ACC-Verteiler
- ACC-Mitglieder erhalten eine Ermäßigung bei der Teilnahme an den beiden Workshops
- Mit dem PR-Talk „PR meets Coaching - Alles Kommunikation oder was?“ und der begleitenden Medienarbeit wurde ein erster konkreter, öffentlichkeitswirksamer Schritt zur Annäherung gesetzt.

#### **4. Weiter führende Infos (Links, Buchquellen, ...)**

[www.coachingdachverband.at](http://www.coachingdachverband.at)  
[www.oevs.or.at](http://www.oevs.or.at)

#### **5. Mitwirkende AG 3**

Nina Panholzer (Kommunikationsagentur Prizovsky & Partner GmbH) , Christine Zach (Elmayer-Vestenbrugg GmbH; Dr. Zach Consulting e.U.), Torsten Heinicke (Dr. Neureither-PR), Yvonne Masopust (PR & Marketing Professional)

#### **6. Anhang (2 Seiten)**

Fragenkatalog für ein Erstgespräch zwischen PR-BeraterIn und potenziellem Coach

## Fragenkatalog für Erstgespräch zwischen PR-BeraterIn und potenziellem Coach

1. Wo liegen Ihre Schwerpunkte, worauf sind Sie spezialisiert? Mit welchen Themenstellungen sind Sie hauptsächlich konfrontiert?

Hinweis: Gibt Aufschluss darüber, mit welchen inhaltlichen Problemstellungen der Coach bereits Erfahrung sammeln konnte und ob Parallelen zur eigenen Aufgabenstellung bestehen.

2. Auf welche Referenzen können Sie verweisen? Für welche unterschiedlichen Branchen waren Sie bereits aktiv?

Hinweis: Plaudert der Coach munter drauf los oder wahrt er Diskretion? Vertraulichkeit ist eine zentrale Prämisse im Coaching und sollte entsprechende Berücksichtigung finden. Zudem lässt sich herausfiltern, ob der Coach bereits Erfahrung mit der eigenen Branche und deren Spezifika sammeln konnte.

3. Welche Personengruppen coachen Sie vordergründig?

Hinweis: Gibt Aufschluss darüber, mit welchen Funktionsebenen der Coach in erster Linie zu tun hat, sind es Führungskräfte, ist es das Mittlere Management, sind es Mitarbeiter...

4. In welchen Settings coachen Sie vordergründig – Einzel und/oder Gruppencoaching?

Hinweis: Beim Gruppencoaching spielt z.B. das Thema Gruppendynamik eine tragende Rolle. Je nach Aufgaben- und Themenstellung natürlich interessant, für welche Settings der Coach geeignet ist.

5. Wie lange dauert bei Ihnen in der Regel eine Coaching-Serie?

Hinweis: Coaching ist stark zielorientiert – es handelt sich dabei um einen klar definierten und überschaubaren Zeitrahmen!

6. In welcher Form dokumentieren Sie Ihre Coaching-Einheiten?

Hinweis: Bei möglichen Anknüpfungspunkten mit der PR von Interesse, falls es um die Absicherung einer speziellen Faktenbasis geht.

7. Wie sind Sie zum Coaching gekommen?

Hinweis: Auch im Coaching gilt: auf das Wesentliche konzentrieren!  
Diese Antwort gibt einen guten Ein- bzw. Überblick wie er/sie sich dem Thema Coaching genähert hat und welche Querverbindungen er/sie herstellt.

8. Wie lange sind Sie bereits als Coach tätig?

Hinweis: Selbstverständlich ist auch unter Coaches Erfahrung entscheidend, da jedoch so gut wie jeder Coach von einem anderen Setting kommt, ist es durchaus die Summe der Teile, die einen Coach interessant macht.

**9.** Wo haben Sie Ihre Coaching-Ausbildung absolviert? Sind Sie Mitglied in einem Berufsverband?

Hinweis: Als Orientierungsgrundlage dienen hierbei die von der Arbeitsgruppe „Ausbildung“ erarbeiteten Ergebnisse. Gibt Aufschluss über das Verständnis von Berufsethos und Qualität.

**10.** Nach welcher Methode coachen Sie?

Hinweis: Es gibt viele unterschiedliche Coaching-Ansätze – es empfiehlt sich daher, bereits vor dem Erstkontakt zu eruieren, welchen Ansatz der/die „Auserwählte“ verfolgt und zu prüfen, ob dieser mit den eigenen Erwartungen grundsätzlich kompatibel ist. Auch hier sind die Ergebnisse der Arbeitsgruppe „Ausbildung“ sicherlich hilfreich.

**11.** Was erwarten Sie sich von unserer Zusammenarbeit? Was dürfen wir im Gegenzug von Ihnen erwarten?

**12.** Was wäre für Sie ein klassisches No-Go?

Hinweis: Erwähnt der Coach so etwas wie Grundwerte des Coachings? Auch im Coaching gibt es einen Kodex, Stichwort Grenzen wie z.B. Geheimhaltung, Manipulation etc.

**13.** Haben Sie bereits mit jemandem aus dem PR-Bereich zusammengearbeitet? Wenn ja, in welcher Form?

Hinweis: Lässt Rückschlüsse darüber zu, inwieweit der Coach mit den Aufgabenstellungen eines PRLers vertraut ist und wie er/sie zum Thema Abgrenzung und Schnittstellen steht.

**14.** Kennen Sie die Arbeitsweise im PR-Bereich?

Hinweis: Lässt Rückschlüsse darüber zu, inwieweit der Coach mit den Aufgabenstellungen/Herausforderungen eines PRLers vertraut ist und wie er/sie zum Thema Abgrenzung und Schnittstellen steht.

**15.** Abschließend gilt es noch ein paar organisatorische Fragen zu klären – Stichwort : Honorar, zeitliche Verfügbarkeit, wie verbleiben wir etc.?

Hinweis: WK-Umfrage als Quelle für Honorarrichtwerte angeben bzw. [Managerseminare.de](http://Managerseminare.de)

## Veranstaltungen des AK Coaching & PR 2014/2015

### 1 PR meets Coaching: Alles Kommunikation oder was?

25. August 2014 (Infos von Presstext)



Alles Kommunikation oder was? So lautete die Frage des aktuellen PR-Talks, der am 25.8.2014 im Rahmen einer Eventreihe des Public Relations Verbandes Austria (PRVA) beim BFI Wien stattfand.

Coaching erhält innerhalb der PR-Branche und damit unter den Mitgliedern des PRVA eine immer größere Bedeutung: Denn einerseits machen immer mehr PR-BeraterInnen eine

Coachingausbildung, andererseits hat sich der Coach zu einem neuen Geschäftspartner auch für die Kommunikationsverantwortlichen in den Organisationen entwickelt.

Was bedeutet diese Annäherung am Markt, wo liegen Unterschiede, Schnittstellen, Synergien, aber vielleicht auch Konfliktpotentiale? Das wurde bei dieser Veranstaltung ausführlich beleuchtet und diskutiert. Die angeregte Diskussion war auch eine gute Gelegenheit, über den Tellerrand des eigenen Kommunikationsfeldes zuzuschauen.

Das Podium war bunt besetzt mit DiskutantInnen aus beiden Professionen. Schon bald kristallisierte sich eine klare Unterscheidung heraus: Coaching heißt fragen, um dem Prozess zu dienen, PR-Experte zu sein heißt, Antworten und konkrete Vorschläge anzubieten.

Dr. **Werner Vogelauer**, Präsidialmitglied des österreichischen Coachingdachverbands (ACC) und Coaching-Ausbilder in Österreich, Schweiz, Deutschland und Südtirol erläuterte den Begriff des Coaches an einem einprägsamen Beispiel: „Der Begriff des Coaches kommt eigentlich aus einem ungarischen Dorf, in dem früher Kutschen hergestellt wurden. Daher leite ich gerne die Beschreibung ab: Der Coachee ist der Fahrgast, der sagt, wohin er will. Der Coach ist der Kutscher, der ihn dorthin führt.“

Die Teilnehmer fanden auch etliche Überschneidungen. So ist Dr. **Saskia Wallner**, Geschäftsführerin von Ketchum Publico, einer der führenden PR-Agenturen in Österreich und Juristin mit Background in der systemischen Beratung überzeugt: „Das tiefere Verständnis für das Wort „Organisationssystem“ hat mich zu einer besseren PR-Fachfrau gemacht.“

Auch Dr. **Susanne Ehmer**, Organisationsberaterin, Dipl. Supervisorin und Coach mit Lehrtätigkeit an der Hochschule Freiburg und Universität Wien sieht Synergien. „Bei unserer Arbeit mit Change Prozessen denken wir von Anfang an mit, wie wir die Veränderungen kommunizieren werden. Denn was erzählt wird, wird irgendwann auch irgendwie wahr.“

Mag. **Peter N. Thier**, Vizepräsident des PRVA und Kommunikationswissenschaftler leitet die Corporate Communications der Austrian Airlines, er erzählt: „Es hat in meiner Vergangenheit schon Momente gegeben, wo es sinnvoll gewesen wäre, einen Coach für einen Vorstand zu engagieren.“ Gefragt, wo er Coaching empfehlen würde, antwortet Thier: „Wenn mir als Kommunikationsexperte auffällt, dass sich zum Beispiel ein Bereichsleiter, der Vorstand wurde, in seiner neuen Rolle noch nicht ganz sicher fühlt.“ Auch die Aufgabe der CEO- Positionierung wurde als ein Schnittstellenthema genannt.

### **Klare Rollenverteilung wesentlich**

Konflikte würden auch zwischen Coaching und PR da entstehen, wo die Rollen nicht klar verteilt sind, oder das Vertrauen fehlt. Werner Vogelauer erläutert: „Ich kann nur eine Person coachen, nicht eine Organisation. Aber natürlich dient das Coaching auch der Organisation, wenn es der Person hilft.“ Saskia Wallner meint: „In Organisationen ist ein vernünftiger Austausch zwischen Coach, Coachee und Vorgesetztem sehr wichtig. Das ist wie bei Patchworkfamilien. Da müssen auch alle vernünftig miteinander reden.“ Wie findet man den geeigneten Coach für sich als PR-Fachmensch oder für den Vorgesetzten, die Vorgesetzte? Susanne Ehmer: „Ein Coach sollte für mich positiv irritierend sein. Welche Fragen stellt er oder sie? Stellt er überhaupt Fragen? Und ich muss das Gefühl haben, dass ich bestmöglich begleitet werde im Prozess.“

Die Veranstaltung hatte zum Ziel, dass die Berufe der PR-Beratung und des Coaching einander im Interesse des Marktes und der optimalen Kundenbetreuung besser kennenlernen. Und sie war auch der Kick-OFF zu einer Workshop-Reihe am 11. November 2014 und am 3. März 2015 zu diesem Thema. In drei Arbeitskreisen haben Mitglieder des PRVA die Inhalte des Workshops erarbeitet. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen dabei auf

- Abgrenzung zwischen Coaching & PR – wo hört das eine auf, wo fängt das andere an?
- Annäherung zwischen Coaching & PR – wie findet man als PR-BeraterIn den richtigen Coach?
- Was sollte eine Coaching-Ausbildung für PR-BeraterInnen beinhalten?

Beide Berufe haben einiges gemeinsam und da und dort vielleicht auch schon die gleichen Kunden. Dr. **Regina Jankowitsch**, die durch den Abend führte, betonte abschließend: „Es gibt viele Potentiale zwischen Coaching und PR, aber eines ist klar: Jeder muss sich am Ende für das eine oder andere entscheiden, wenn man professionell agieren will.“

**Fotogalerie** <http://www.artista.at/prva>, Abdruck honorarfrei – © PRVA/Jana Madzigon  
**VIDEO** [http://youtu.be/G0d3vPg\\_uQo](http://youtu.be/G0d3vPg_uQo)

**Rückfragen** Dr. Regina Jankowitsch, M.A., Coaching&Moderation, 01/5325510, [coaching-moderation@jankowitsch.at](mailto:coaching-moderation@jankowitsch.at) und  
Mag. Petra Schwiglhofer; PRVA-Sekretariat: 01/7151540, [p.schwiglhofer@prva.at](mailto:p.schwiglhofer@prva.at)

## 2 Workshop-Reihe des AK Coaching & PR

In drei Arbeitskreisen haben Mitglieder des PRVA die Inhalte der Workshops erarbeitet. Die inhaltlichen Schwerpunkte liegen dabei auf

- a. Inhaltliche und methodische Abgrenzung zwischen Coaching und PR. Vertiefung des jeweiligen Rollenverständnisses.
- b. Entwicklung eines Schnittstellenkonzeptes für die punktuelle Kooperation mit einem externen Coach
- c. Coaching als Instrument und Chance für ein effektives Kommunikations-Management in der PR-Arbeit

### **AK Coaching & PR Workshop 1**

11. November 2014

### **AK Coaching & PR Workshop 2**

12. März 2015

Bitte um Anmeldungen unter Angabe des Workshop-titels unter [www.prva.at/events/eventkalender](http://www.prva.at/events/eventkalender)

## **Kontakt- und Kooperationsgespräche mit dem Coaching Dachverband (Austrian Coaching Council)**

Werden Ende 2014 weitergeführt.

Verantwortlich: Christine Zach/Ingrid Vogl (PRVA).