



Public Relations
Verband Austria

Briefing Austrian Young PR Award Jubiläums- kommunikation



ÜBER den PRVA

Der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** vertritt die Interessen der Kommunikationsexpert:innen in Unternehmen, Agenturen und Organisationen. Als aktive Standesvertretung fördert er zudem den Austausch von Wissen und Best Practices und ethischen Standards von ca. 800 Mitgliedern.

Auch die Nachwuchsförderung junger PR Talente wird mit den **PRVA Newcomern**, einer Unterorganisation des PRVA abgedeckt. Junge PR-Profis unter 30 Jahre erhalten hier speziell Unterstützung beim Berufsein- und -aufstieg mit Möglichkeiten zur Vernetzung, Weiterbildung und persönlichen Entwicklung. Dazu gehören beispielsweise Networking-Veranstaltungen, Workshops, Mentoring-Programme und der Austausch von Best Practices.

St
p Staatspreis
Public Relations

PRVA

Public Relations
Verband Austria

WER

sind die Mitglieder?

Der PRVA bietet unterschiedliche Mitgliedschaftskategorien an, die auf die Bedürfnisse und Interessen der verschiedenen Gruppen innerhalb der Branche zugeschnitten sind.

In erster Linie sind die Mitglieder Fachleute und Organisationen, die in den Bereichen Public Relations, Unternehmenskommunikation und verwandten Feldern tätig sind. Dazu gehören PR-Agenturen, Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Regierungsbehörden, Non-Profit-Organisationen, Selbstständige sowie Studierende und Auszubildende im Bereich Kommunikation und PR. [Hier](#) findet ihr die unterschiedlichen Formen der Mitgliedschaft.



Unsere Werte

diese Haltung haben wir

Unsere Werte



PRVA

Public Relations
Verband Austria



KOMMUNIKATIONSKANÄLE

hier kommunizieren wir

- **Events** sind übersichtlich im [PRVA Eventkalender](#) zu finden. Dazu zählen die Generalversammlung, Kick-off des Mentoring-Programms, der k-Tag und Netzwerkevents wie Profi-Treffs
- **Website** – PRVA und PRVA Newcomer
- **Newsletter** – PRVA und PRVA Newcomer
- **Auszeichnungen:**
 - Franz Bogner Wissenschaftspreis (für Bachelorarbeiten, Masterarbeiten und Dissertationen)
 - Staatspreis PR und Austrian Young PR Award
- **Presseaussendungen** (meist zu Events und Staatspreisen) aber auch zu Branchenradar etc.
- **Social Media Kanäle:** Facebook (PRVA), Instagram (PRVA Newcomer), LinkedIn (PRVA + Newcomer)

Die Aufgabe

2025 feiert der Verband sein 50-jähriges Bestehen

Create a Buzz!

Wir suchen nach Ideen, die Aufmerksamkeit erzeugen und das 50-jährige Bestehen vor den Vorhang holen.

Die Mittel hierfür können vielfältig sein

Collabs, Challenges, Events, smarte Content-Formate, Ambassador:innen, Guerilla Aktionen, Interventionen, Social Media Ideen, Memes, PR Stunts.

...

Laufzeit:

Die Kampagne kann während des gesamten Jahres 2025 laufen oder bestimmte Spitzen/Highlights setzen.

Budgetrahmen:

Low Budget Ideen sind willkommen, im Durchschnitt gibt es zwischen EUR 500 und 5.000 Budget für Kommunikationsmaßnahmen. Dazu können alle bestehenden Kommunikationskanäle und Eventformate in euer Konzept einfließen. Neue Ideen jeglicher Art sind dennoch willkommen.

ZIELGRUPPEN

wen wollen wir erreichen?

01 | PRVA Mitglieder und Wirtschaftspartner*

- Unternehmen und Agenturen mit Sitz in Österreich
- (führende) Angestellte in Unternehmen und Agenturen
- PRVA Newcomer: Alle Personen unter 30 → Student:innen sowie Angestellte in Unternehmen und Agenturen

02 | Neue potentielle Unternehmen, Institutionen und Personenmitglieder

03 | Kooperationspartner

04 | Medien



HERAUSFORDERUNGEN

die uns beschäftigen

Der PRVA steht wie die Branche selbst einigen Herausforderungen von Digitalisierung bis Personalmangel gegenüber. **Immer wieder steigen Mitglieder aus**, weil sie den Mehrwert des Verbands nicht sehen, sein Auftreten nicht modern genug finden oder keine Zeit für die Events finden. Vor allem die Corona Pandemie hat die Situation erschwert.

Außerdem gibt es in den **Bundesländern außerhalb von Wien** den Wunsch, stärker eingebunden zu werden und ein angemessenes Angebot für den Mitgliedsbeitrag zu erhalten. Gleichzeitig werden manchmal Events und Infos auf der Website, den Social Media Kanälen oder im Newsletter geteilt, die die nicht alle Mitglieder erreichen. Zudem ist in der **Medienberichterstattung PR oftmals negativ konnotiert**. Damit hat sowohl der Verband und Mitglieder zu kämpfen. Das Jubiläum soll als Anlass genommen werden, um das **professionelle Wirken des Verbands vor den Vorhang holen** und die Integrität der PR laufend zu „verteidigen“. Kommunikationsmaßnahmen müssen im nächsten Schritt so gesetzt werden, dass mit möglichst wenig finanziellem und zeitlichem Input ein möglichst großer Output entsteht.

ZIELE

das ist uns wichtig

1. Ziel

Bekanntheit des Verbands
erhöhen und Reputation in
der Branche stärken

2. Ziel

Neue Mitglieder
gewinnen

3. Ziel

Involvement
bestehender Mitglieder
erhöhen

Rahmenbedingungen

so geht es weiter

Teilnahme

Da wir dem Gewinner:innen-Team eine Teilnahme am internationalen [Jugendwettbewerb des ICCO](#) ermöglichen wollen, sind nur Teams aus zwei Personen, die unter 30 Jahre alt sind, zum AYPR Award 2024 zugelassen.

Bewertung/Budget

Die Budgetvorgaben müssen realistisch eingehalten werden. Ausnahmen: Events wie der k-Tag finden 2025 jedenfalls statt und können als Plattformen genutzt werden, ohne dass zusätzliches Budget benötigt wird. Gleiches gilt für den PRVA Sommercocktail und den Neujahrsempfang – hier freuen wir uns über neue Ideen!

WIR FREUEN UNS

auf Eure Einreichungen

Ihr habt noch Fragen?

Dann schreibt uns gerne eine E-Mail an
hallo@prva-newcomer.at 😊



Lothringerstraße 12
1030 Wien
<https://prva.at>

PRVA.AT