

GPRÄ e.V. - Die führenden Kommunikationsberatungen

Unser Anspruch

Wir sind die zentrale Interessensvertretung der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland.

Kontinuierliche Veränderungen prägen unser Geschäft. Wir gestalten den Wandel, sind Impulsgeber, geben Orientierung und setzen „dynamische“ Standards im deutschen Kommunikationsmarkt. Wir sind offen und vernetzt, evaluieren Entwicklungen und Trends und haben eine klare Haltung zu den Themen. Employer Branding ist essentiell für die Zukunft unserer Branche. Wir schärfen daher das Bild von PR, das Tätigkeitsprofil von Agenturen und begeistern Talente für unsere Branche.

Unsere Mitglieder

Unsere Mitglieder verstehen sich als Lotse an der Seite ihrer Kunden. Sie verfügen über die erforderlichen Spezialkenntnisse, um integrierte Kommunikationsstrategien zu erstellen, zu managen und dabei Qualität und Effizienz zu garantieren. Unsere Mitglieder sind Beratungs- und Service-Unternehmen für strategisches Kommunikationsmanagement, die ihren Kunden dabei helfen, ihre Ziele zu erreichen.

Was unsere Mitglieder im Kern eint ist, dass sie ihre Kunden bei der Wahrung ihrer Interessen mit deren Stakeholdern unterstützen. Sie sorgen dafür, dass ihre Kunden alle Zielgruppen mit relevantem Content bedienen.

Welches Geschäftsmodell eine GPRÄ-Agentur auf der operativen Ebene verfolgt (Full Service, klassische Public Relations, Netzwerk, Social Media usw.), ist unternehmerische Entscheidung eines jeden einzelnen Mitgliedes.

Unsere Mitglieder dokumentieren durch die Erfüllung unserer Aufnahmekriterien und im Rahmen wiederkehrender Audits sowie das tägliche Leben unserer Leitlinien, dass sie Standards im Markt setzen und so für Qualität und Professionalität stehen. Unsere Mitglieder geben hierdurch im Markt Orientierung.

Für unsere Mitglieder ist Qualität, auf dem effizientesten und effektivsten Weg ein mit dem Kunden definiertes Ziel zu erreichen. Ergebnisse werden

(selbst) kritisch evaluiert und Verbesserungsvorschläge entwickelt.

Fachliche Kompetenz

Unsere Mitgliedsagenturen unterscheiden zwischen solchen Aufträgen, die sie als Lotsen selbst ausführen, da sie über die erforderlichen Fähigkeiten und Mitarbeiter verfügen und solchen Aufträgen, bei denen sie mit Partner zusammenarbeiten, über deren Spezialexpertise sie nicht verfügen.

Unsere Mitglieder entwickeln sich durch die kontinuierliche Aneignung neuer Kenntnisse, Fähigkeiten und Arbeitstechniken weiter.

Human Resources Management

Für alle Mitglieder ist HRM ein strategischer Erfolgsfaktor. Damit das Kommunikations-Know-How den aktuellen Stand der Branche widerspiegelt, erhalten alle Mitarbeiter eine systematische Weiterbildung. Ebenso kommen alle Agenturen ihrem Bildungsauftrag für den Kommunikationsnachwuchs im Sinne von Einsteiger-/Trainee-/Volontariats-Programmen nach. Auch Praktika in GPRÄ Agenturen dienen dem Ausbildungsziel. All diese Aktivitäten tragen zur nachhaltigen Gestaltung der Kommunikationsbranche bei. Mitgliedsagenturen der GPRÄ verpflichten sich die verabschiedeten Mindeststandards für Trainees und Praktikanten einzuhalten.

Darüber hinaus bieten alle Mitgliedsagenturen eine Beschäftigungskultur, die familienfreundlich, leistungs- und lebensphasenorientiert sowie flexibel ist. Diese kennzeichnet sich auch durch eine hohe Vertrauenskultur und Verantwortungsübergabe. Alle Agenturen sind bestrebt, die Balance zwischen Life & Work herzustellen.

Öffentlichkeit/Ethik

Unsere primäre Handlungsrichtlinie ist der „Deutsche Kommunikationskodex“ des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR).

Unsere Mitglieder verpflichten sich zur Ehrlichkeit, Zuverlässigkeit und Sorgfaltspflicht gegenüber

Auftraggebern, Öffentlichkeit und Mitarbeitern. Sie bekennen sich zur Transparenz in Absenderschaft und Interessenvertretung.

Objektivität und Neutralität

Unsere Agenturen bemühen sich um objektive Beratung und sprechen auch Schwachstellen einer Aufgabe offen an.

Vertraulichkeit

Vorgänge und Unterlagen des Kunden werden mit strengster Vertraulichkeit behandelt. Auftragsbezogene Unterlagen werden nicht an Dritte weitergegeben, sofern dies nicht ausdrücklich mit dem Kunden vereinbart ist. Alle Mitarbeiter von GPRA-Agenturen werden schriftlich zur Einhaltung der Vertraulichkeit verpflichtet.

Der Konkurrenzausschluss bezieht sich grundsätzlich auf konkrete Interessenkonflikte, die sich durch unmittelbar wettbewerbliche Aufträge oder unmittelbar gegensätzliche zu vertretende Interessen ergeben. Mittelbare Interessenkonflikte, beispielsweise aufgrund einer generellen Stellung zweier Kunden als Marktbegleiter im selben Markt, begründen noch keinen Konkurrenzausschluss.

Wettbewerb

Unsere Mitglieder bejahen den leistungsbezogenen Wettbewerb.

Sie verpflichten sich, fair im Wettbewerb zu sein, insbesondere keine Dienste ohne Gegenleistungen anzubieten.

Wirkungsmessung

Wir sind davon überzeugt, dass Kommunikation einen nachweisbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg leistet und zur Wertschöpfung beiträgt. Klar formulierte Ziele bilden die Grundlage für sinnvolles Messen und Steuern von Kommunikation. Wir verstehen Kommunikation ganzheitlich und kanalübergreifend. Deshalb evaluieren unsere Mitglieder Kommunikation ganzheitlich. Unsere Agenturen beherrschen die gängigen Methoden der Wirkungsmessung und -kontrolle und bieten dies auch ihren Kunden aktiv an. Alle Mitglieder orientieren sich dabei an unseren sechs Leitlinien „Ohne Ziele kein Erfolg“.

Honorierung

Es ist unser Anspruch, mit unseren Beratungs- und Serviceleistungen Werte für unsere Kunden zu schaffen. Wir sind uns bewusst, dass die Zusammenarbeit unserer Kunden mit uns ein Invest für sie ist, das einen Return bedarf bzw. das für sie werthaltig sein muss.

Um diesen Mehrwert sicher zu stellen, ist für uns eine persönliche Auftragsklärung Voraussetzung und Grundlage für ein professionelles Angebot. Jeder Kunde erhält ein individuelles Angebot, das auf seine Bedürfnisse abgestimmt ist. Dabei grenzen Optionen klar ab, welche Leistungen welche Investition darstellen.

Wir erarbeiten die Angebote mit großer Sorgfalt und binden dazu alle relevanten Experten ein und stellen so realistisches Pricing entsprechend dem Briefing sicher. Das bedeutet, dass Angebotserstellungen je nach Aufgabe „etwas länger“ dauern können. Grundlage aller Kalkulationen ist die aktuelle Preisliste der Agentur.

Unsere Mitglieder erbringen keine kostenlosen Ausarbeitungen von vollständigen Konzepten und Strategien. Will der Kunde mit einer unsere Mitgliedsagenturen zusammenarbeiten und beauftragt er sie mit der Erstellung einer Konzeption, so ist dieser Schritt in jedem Fall kostenpflichtig. Im Rahmen eines Auswahlprozesses können unsere Mitglieder im Sinne einer ersten Reflektion der Zielsetzungen des Kunden, eine Lösungsskizze oder einen Ideenansatz investitionsfrei erbringen.

Erfolgsbezogene Komponenten eines Honorars sind zulässig, soweit diese nur einen Teil des Gesamthonorars ausmachen und sich im Wesentlichen am Outcome oder Outflow festmachen.

Unsere Agenturen evaluieren mit ihren Kunden im Nachgang das Projekt, den geschaffenen Wert und das verwendete Investitionsbudget.