

Fallbeispiele zur PR-Berater-Prüfung 2009

nach Prüfungsordnung der PZOK

Düsseldorf, 30. Juni 2009

Fallbeispiel 1: Bremer Energie-Konsens^{*}

Die gemeinnützige Bremer Energie-Konsens GmbH ist die gemeinnützige Klimaschutzagentur im Land Bremen, die das Ziel hat, Energieeinsatz so effizient und klimafreundlich wie möglich zu gestalten. Sie wurde bei der Privatisierung der Stadtwerke Bremen 1997 als Public-Private-Partnership gegründet. Gesellschafter sind die Stadt Bremen und Energieversorger. Hauptziel ist, Energieverbrauch und Kohlendioxid-Emissionen im Land Bremen zu senken und dafür eine breite Akzeptanz und Umsetzungsbereitschaft zu schaffen. Die Bremer Energie-Konsens zeigt Wege zu einer effizienteren Energienutzung auf, initiiert und fördert Forschungs- und Modellprojekte zur Nutzung regenerativer Energien und zur rationellen Energieverwendung, organisiert Informations-Kampagnen, Multiplikatorenansprache und Know-how-Transfer, knüpft Netzwerke, bietet Weiterbildung und vermittelt Wissen an Fachleute und Verbraucher. Ihre Angebote als Mittler und Impulsgeber richten sich an Unternehmen, Bauschaffende, Institutionen sowie private Haushalte. Die Projekte sollen Hemmnisse abbauen, über ressourcenschonendes Verhalten informieren und Menschen und Unternehmen zum eigenen Handeln motivieren. Das Ziel: Win-Win-Situationen, bei denen die Umwelt von geringerem Emissionsausstoß und Menschen sowie Unternehmen von angemessenen Energiekosten profitieren.

Die aktuelle Situation: Betriebe sollen das Klima beim Arbeiten und Feiern schützen – ein neues Kampagnenziel, das sich die gemeinnützige Klimaschutzagentur auf die Fahnen geschrieben hat. Kohlendioxid fällt hauptsächlich beim Flug auf die Malediven an? Weit gefehlt: Betriebsfeiern, Computearbeitsplätze, der Visitenkartendruck und die Fahrt zum Kunden verursachen durch Lebensmittelkonsum, Stromnutzung und Benzinverbrauch ebenfalls CO₂-Emissionen. Die Bremer Energie-Konsens bietet Unternehmen jetzt Informationen und Beratung, um unter dem Schlagwort CSR (Corporate Social Responsibility) den Einstieg in den Klimaschutz zu erleichtern. Ein erster Schritt sind die in Infoblättern dargestellten CSR-Maßnahmen mit klimaneutralen Veranstaltungen, Druckereien, Paketdiensten und Providern. „Betriebe, die über diese CSR-Maßnahmen hinaus etwas für ihre Klimabilanz tun wollen, können sich von Experten beraten lassen. Bei Bedarf stellen wir Unternehmen solche Berater finanziell gefördert zur Seite, die vom CSR-Workshop bis hin zu einer Energieanalyse auf die individuellen Bedürfnisse der Betriebe eingehen“, sagt Energie-Konsens-Geschäftsführer Rasmussen.

Ihre Aufgabe in der PR-Beratung: Entwickeln Sie für die Klimaschutzagentur eine erfolgreiche Firmenkampagne mit den drei Kernvorteilen – konkreter Klimaschutz, Profilierung als verantwortungsbewusstes Unternehmen und nachhaltiger Unternehmenserfolg. Berücksichtigen Sie auch kleine Maßnahmen im betrieblichen Alltag wie abschaltbare Steckdosenleisten. Bitte skizzieren Sie einen strategischen Konzeptansatz. Der Budgetrahmen für die Umsetzung beträgt 30.000 € inklusive Fremdkosten.

^{*} Die Hintergrundgeschichte entspricht der Realität, Aufgabe und Budget sind fiktiv.