



Af Ole Schmidt Pedersen, formand for Dansk Kommunikationsforening

# ER VI BLEVET VOKSNE?



**Generelt får**

**PR-bureauerne**

**lunkne vurderinger**

I 1986 fik Danmark, på RUC, den første PR-uddannelse, og dengang havde PR-branchen ry for at fortælle røverhistorier, indtil faget blev professionaliseret...?

Sådan er det naturligvis ikke mere. Det ved vi alle. Men branchen er fortsat ung, og der tegner sig et mere end broget billede, hvis man prøver at se på den udefra. Vi er ganske rigtigt blevet langt mere professionelle, end da de første kandidater forlod RUC. Vi ved fx, at tre fjerdedele af Dansk Kommunikationsforenings medlemmer har en akademisk baggrund. Til gengæld ved vi også, at i vores lille land har stort set enhver lærestanstalt med respekt for sig selv oprettet en eller flere kommunikationsuddannelser. Der er i dag registreret over 30 uddannelser, der relaterer sig til kommunikation. Det er nærmest umuligt at gennemskue kvaliteten og indholdet i uddannelserne, og værst af alt er det nok også umuligt at sanere og få samling på de myriader af uddannelsesstilbud, der findes på området. Det er synd, ikke mindst for de mange nye kandidater, som arbejdsgiverne har svære ved at bedømme, hvis de alene skal se på deres eksamensbeviser.

Den etablerede del af branchen, som omfatter PR-bureauerne, er sandt nok vokset i både omfang og kvalitet de seneste 20 år. Men også her tyder noget på, at der er muligheder for at høste forbedringer. Talrige undersøgelser giver generelt PR-bureauerne lunkne vurderinger. Paradoksalt nok er kendskabet til kommunikationsbureauerne lavt blandt indkøberne - kommunikationscheferne - og begejstringen for blandt andet deres forretningsforståelse, professionalisme og udbyttet af kommunikationsindsatsen er absolut moderat.

Der er ingen grund til at sidde tilbage med en selvtilfreds attitude. Der er nok at tage fat på inden 25 års jubilæet.