

## Dödläge för pr-pitcher efter osäkert riksdagsval

**Pr-pitcher för miljoner har gått i stå på grund av osäkerheten efter valet och den silly season som just nu pågår i branschen. Men nu brinner det i knutarna. – Jag kan inte vänta längre än en månad till, säger byråvalsconsulten Gunilla Bergh på Engage Marketing.**

**PR** Sedan slutet av våren är det flera organisationer och företag som har tvingats skjuta på sina planerade pr-upphandlingar. Två valrörelser och en ny regering, som vi ännu inte vet hur den kommer att se ut, gör det lönlöst att

välja en ny byrå. Lägg därtill det faktum att många nyckelpersoner just nu är på väg i svängdörrarna mellan pr och politik, vilket

gör det svårt att överblicka vilka laguppställningar byråerna kommer att ha framöver.

– Det är en väldigt stor osäkerhet utifrån ett kundperspektiv. Det är många som sitter still i båten och väntar in det som sker. Folk kommer att börja och sluta på byråerna i stor utsträckning, säger Gunilla Bergh.

**BARA BLAND HENNES** uppdragsgivare är det mellan fyra och tio miljoner kronor i pr-uppdrag som väntar på att hitta rätt leverantör. Till det tillkommer en rad upphandlingar som görs direkt av företagen, vilket är det vanligaste förfarandet inom public affairs. Och nu börjar det bli bråttom. Inom en månad måste Gunilla Bergh slutföra de processer som har dragits i långbänk på grund av osäkerheten.

– Pr-byråerna måste kunna visa upp sina nya laguppställningar och vara tydliga med hur de kommer att bemanna, säger hon.

### Vilka byråer blir vinnarna?

– De tydligaste. Inte bara i politiska riktningar utan också i vilka frågor som de kommer att vara speciellt duktiga inom, som till exempel ekonomisk tillväxt och hållbarhet. Överlag tycker jag att pr-byråer behöver bli bättre på att vara tydliga med vilka fokusområden de har.

FREDRIK THAMBERT



Gunilla Bergh är otålig.