

09: Notifier Sicherheitssysteme, Ratings
an: **Fortis PR**, München

10: Mentor-Stiftung Deutschland (Internationaler Fachkongress zur Suchtprävention von Kindern und Jugendlichen), Karlsruhe
an: **ad publica**, Hamburg

Branche:.....

DPRG-Jury nominiert 44 Finalisten für den Deutschen PR-Preis

Aus 366 Einreichern nominierte die Jury des Deutschen PR-Preises 2007 bei ihrer Sitzung am 01. und 02. Juni in Ludwigshafen 44 Finalisten für den Branchenpreis. 53 Prozent aller Einreichungen wurden von Agenturen verantwortet. Die Preisträger wurden in geheimer Abstimmung ermittelt. Ihre Bekanntgabe erfolgt anlässlich der Gala zur Verleihung des Deutschen PR-Preises am 14. September im Kurhaus Wiesbaden. Die Jury verständigte sich ebenfalls auf den „Kommunikator des Jahres“ und den „PR-Kopf des Jahres“.

PR-Branche fehlt die Professionalisierung

Über zwei Drittel (68 %) aller PR-Verantwortlichen in Unternehmen sind branchenfremd: Sie haben kein PR- oder kommunikationsspezifisches Studium absolviert. Dazu kommt, dass 24 Prozent der PR-Ansprechpartner PR nebenher erledigen, weil ihre Haupttätigkeit eine andere ist. Zu diesem Ergebnis innerhalb der PR-Branche kommt eine Umfrage, die die Beratungsgesellschaft für strategische Kommunikation PR-Com in München unter 126 PR-Verantwortlichen in mittelständischen und großen Unternehmen durchgeführt hat.

Die PR-Branche wächst und mit ihr auch die Anforderungen an deren Verantwortliche. Um die Nachfrage an qualitativ hochwertiger Presse- und Öffentlichkeitsarbeit effizient bedienen zu

können, fehlen aber die Profis und vor allem eine einheitliche Ausbildung für PR-Berufe.

"Um die Professionalisierung der PR-Fachkräfte ist es schlecht bestellt, und es besteht akuter Handlungsbedarf", erklärt Alain Blaes, Geschäftsführer von PR-Com. "Die Studie zeigt, dass zwar immerhin 79% der PR-Ansprechpartner einen Hochschulabschluss haben, aber kaum einer das Handwerk von der Pike auf gelernt hat." Die Bestrebungen der Verbände sowie vereinzelte Studiengänge deckten den Bedarf bei weitem nicht ab.

Anm.: Mit Verlaub, liebe PR-Com'ler aus München, diese Meldung bedarf einer Anmerkung. Im Interesse einer professionellen PR-Klarheit sollte man aus 128 Befragungen keine Allgemeinschlüsse auf die Branche ziehen. Die Situation ist sicher verbesserungsbedürftig. Dann wäre aber auch hilfreich gewesen, zu wissen, woher die 128 Befragten kamen - Unternehmen, Agenturen, Behörden, Verbände, groß, mittel, klein, Funktion, Position und, und... So enthält die Meldung nichts Neues, nur Allgemeinplätze, bestätigt Vorurteile, hilft nicht wirklich weiter und ist nicht viel mehr als heiße Luft! -fff-

PR-Agentur Open2Europe: 7 Jahre Wachstum

Open2Europe, Spezialist für pan-europäische Öffentlichkeitsarbeit mit Sitz in Gennevilliers im Großraum Paris, feiert dieses Jahr sein siebenjähriges Bestehen. Nach der Gründung im Jahr 2000 hat sich das Unternehmen schnell zum PR-Partner zahlreicher amerikanischer, europäischer und asiatischer Firmen entwickelt. Für das Geschäftsjahr 2007 wird ein Umsatz von über drei Millionen Euro erwartet.

Die geplante Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter für dieses Jahr beträgt 45. Die Mitarbeiter gehören 23 verschiedenen Nationalitäten an. Grundlage des Erfolgs ist das Konzept von Open2Europe: Ein Beraterteam wird von Paris aus gleichzeitig in ganz Europa oder in einem Teil von Europa aktiv, um Visibilität und Produktpräsenz der Kunden zu steigern.