

PRESSEINFORMATION

PZOK indirekt an neuem internationalen PR-Sammelband beteiligt

Düsseldorf/Gütersloh, 5. Januar 2009. PR in Deutschland durchlebt langsam, aber sicher eine Entwicklung weg von der reaktiven Pressearbeit und hin zu einem modernen Kommunikationsmanagement. Um dieses Ziel jedoch wirklich zu erreichen, bedarf es verstärkter Anstrengungen der gesamten Branche. Das ist das Ergebnis eines Expertenpanels, das im Dezember in Düsseldorf anlässlich der Vorstellung ihrer neuen englischsprachigen Publikation „Communication and Leadership in the 21st Century“ veranstaltet wurde. Gleich mehrere PZOK-Vertreter sind an dem Sammelband beteiligt, darunter PZOK-Geschäftsführer Holger Sievert sowie die PZOK-Prüfer Alexander Güttler (komm.passion GmbH) und Arne Westermann (w.komm Kommunikation).

Auf dem Podium bei der Buchvorstellung saßen Vertreter aller wichtigen Institutionentypen aus dem PR-Bereich: Susanne von Bassewitz (E.ON AG) berichtete von den Unterschieden zwischen ihren Anfangsjahren in der PR und dem heutigen Kommunikationsmanagement in einem großen Konzern. Hier habe es eine sehr positive Entwicklung gegeben. Bestätigen könnte diese Perspektive Jan Sass (Kommunikationsberatung Lautenbach Sass), der als Beispiel für diese Entwicklung vor allem die zunehmende Bedeutung von Evaluationsmethoden in der Kommunikation anführte. Frank Stäudner (Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft) konnte aus Non-Profit-Sicht diese Tendenz bestätigen, sah seinen eigenen Sektor vom Kommunikationsmanagement her aber noch nicht ganz auf Augenhöhe mit den Konzernen. Mehr Managementorientierung in der Kommunikationsausbildung forderte Winfried Ebner (T-Mobile), der früher ein entsprechendes Qualifizierungsprogramm für Führung und Kommunikation mit aufgebaut hatte.

Moderiert wurde die Runde von PZOK-Geschäftsführer Holger Sievert, der den neuen Sammelband gemeinsam mit Daniela Bell (Bertelsmann Stiftung) herausgegeben hat. Das Buch enthält zwölf Beiträge namhafter Autoren aus der Kommunikationswissenschaft und der Betriebswirtschaftslehre. Die Einführung hat Deutschlands Marketing-Papst Heribert Meffert (Universität Münster) geschrieben; einzelne Beiträge stammen u. a. von Manfred Bruhn (Universität Basel), Hans-Joachim Gergs (Ludwig-Maximilians-Universität München), Kathrin Möslein (Universität Erlangen-Nürnberg), Ralf Reichwald (Technische Universität München), Betteke van Ruler (Universität Amsterdam) sowie Li Xiguang (Xinghua Universität Peking). Die Hauptkapitel sind in Anlehnung an klassische betriebswirtschaftliche Forschungs- und Unterrichtsbereiche gegliedert, denen jeweils eine spezifische kommunikative Komponente gegeben wurde. Statt „Marketing“ findet sich so etwa ein Abschnitt „Integrated Market and Corporate Communication“.

Das Buch entstand im Rahmen der Initiative ¡communicate! von Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung, Daimler-Fonds und Technischer Universität München; es ist für 30 EUR über den Buchhandel erhältlich (ISBN 3-89204-942-4).

Kontakt:

Prüfungs- und
Zertifizierungsorganisation der
deutschen
Kommunikationswirtschaft
(PZOK) GmbH

Dr. Holger Sievert
holger.sievert@pzok.de
030-225027760
030-225027761

Dorotheenstraße 54
10117 Berlin

www.pzok.de

Über die PZOK:

Die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft GmbH“ (PZOK) ist eine als gemeinnützig anerkannte GmbH, die sich u. a. zur Aufgabe gemacht hat, in der PR-Branche einheitliche und unabhängige Prüfungen auf hohem Qualitätsniveau abzunehmen. Gegründet wurde die PZOK im März 2007, operativ tätig ist sie seit Januar 2008. Seit April 2008 werden eigenständige Prüfungen abgenommen. Träger der GmbH sind die drei großen Kommunikationsverbände Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP), Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) und Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA).