

Kommentar von Alexander Klepel (LPRS)

Die Kommunikationslandschaft hat sich in den letzten Jahren rapide gewandelt. Das bedeutet gerade für professionelle Kommunikatoren neue Herausforderungen, aber auch Chancen, sich im führenden Management zu profilieren. Wie Dr. Alexander Güttler, Ausbildungsbeauftragter der GPRA, bei einem Vortrag in Leipzig feststellte, fordere der Markt einen ganz neuen Typus PRler: nicht mehr den „Werksredakteur“, sondern den Kommunikationsmanager, dessen Fertigkeiten sich nach klaren Qualitätskriterien auszurichten habe, um im Unternehmen ernst genommen zu werden.

LPRS >>> LEIPZIGER PUBLIC RELATIONS STUDENTEN E.V.

Auch in den Agenturen wird man sich verstärkt gegenüber den originären Unternehmensberatungen behaupten müssen. Dementsprechend sind auch die hiesigen Ausbildungsstätten in der Pflicht, sich auf die neuen Anforderungen einzustellen.

Und tatsächlich: durch die wachsende Bedeutungszunahme für Kommunikation und die massive Suche nach hochqualifiziertem Nachwuchs ist Bewegung in den PR-Aus- und Weiterbildungsteich gekommen. So haben die nach zähem Ringen immens unter Zugzwang geratenen Verbände im April über die PZOK ihre Vorstellungen einheitlicher Prüfungsstandards im außeruniversitären Bereich auf Kurs gebracht. Ausruhen kann man sich darauf nicht. Denn zunehmend progressiv treten private Fachhochschulen auf den Plan, die mit einer Fülle eigener Abschlüsse den Markt schwemmen. Was in diesem

rege geführten Schlagabtausch um Deutschlands neue PR-Qualitätsstandards leider zu oft unerwähnt bleibt, ist, dass diese woanders schon lange gesetzt sind. Ob Münster, München, Hohenheim oder Leipzig - jährlich verlassen erstklassige Absolventen die universitären PR-Schmieden. Deren klare Ansage lautet nach wie vor: Qualitätssteigerung beruht nicht nur auf der schieren Vermittlung von Best-Practice, sondern auf der Fähigkeit, reflektieren und steuern zu können, wie und wohin sich die Branche derzeit entwickelt und künftig entwickeln wird. Einige Lehrstühle haben, wie mit der Etablierung des Master of Communication Management

in Leipzig, die Zeichen der Zeit schon früh erkannt. Ohne theoretische Fundierung und Forschung zu vernachlässigen, fokussieren auch sie verstärkt auf Management-Skills und die Bewusstseinsbildung, wie im unternehmensstrategischen Rahmen Wertschöpfung durch Kommunikation entsteht und messbar wird. Die Universitäten tragen damit der steigenden Komplexität des Berufsfeldes Rechnung, deren Bewältigung zunehmend eine fachspezifische akademische Ausbildung erfordert.

Wie nachhaltig die alten und neuen Player ihre Programme etablieren und weiterentwickeln können, wird die Zukunft zeigen. Der Wettbewerb wird sicherlich interessant werden - aber nur dann für die künftigen Absolventen (auch im internationalen Vergleich) fruchtbar, wenn sich dabei auf Inhalte und nicht auf Grabenkämpfe konzentriert wird. ■

DER VERLAG DIETER ZIMPEL ENGAGIERT SICH IM AUS- UND WEITERBILDUNGSBEREICH U.A. MIT FOLGENDEN KOOPERATIONSPARTNERN:

com+plus, Münster

- www.complus-network.de
- Ausbildung zum PR-ManagerIn (ZAK), PR-BeraterIn - ReferentIn (PZOK), PR-BeraterIn (DPRG), PR-FachwirtIn (IHK)
- 12-monatiger Fernstudiengang: 12 Units und 5 Praxisworkshops

FH Gelsenkirchen, Gelsenkirchen

- www.fh-gelsenkirchen.de
- Public Relations: berufs begleitender Masterstudiengang
- Voraussetzungen: abgeschlossenes Studium sowie eine mindestens einjährige Berufserfahrung im Bereich PR.
- Regelstudienzeit: 4 Semester
- Abschluss: Master of Arts

oeffentlichkeitsarbeit.de, Heidelberg

- www.oeffentlichkeitsarbeit.de
- Gesamtprogramm richtet sich an Berufsanfänger sowie erfahrene Berater.
- enge Verzahnung von praktischen Erfahrungen, wissenschaftlichen Grundlagen und didaktischen Methoden.
- einer der größten Anbieter in der PR-Ausbildung und PR-Weiterbildung im deutschsprachigen Raum.

University of Management and Communication (FH), Potsdam

- www.umo-potsdam.de
- Wissens- und Kompetenzzentrum für Aus- und Weiterbildung sowie für Forschung und Beratung.
- Grundlage: integriertes Kommunikations- und Medienmanagements an den Schnittstellen von Unternehmen, Markt und Öffentlichkeit.
- Angebotsportfolio: B.A.-Studium Kommunikationsmanagement, BA-Studium PR-Management, MBA-Studium Unternehmenskommunikation / Corporate Communication, Abendstudium / Fernstudium „Public Relations - Öffentlichkeitsarbeit - Unternehmenskommunikation“, Seminare, Trainings und Inhouse-Trainingskurse, Vorlesungsreihe „Management & Kommunikation“

Fachhochschule Osnabrück Institut für Kommunikationsmanagement, Lingen

- www.fh-osnabrueck.de
- Studiengang Kommunikationsmanagement seit dem Wintersemester 06/07.
- Grundlage: Ausrichtung an den Erfordernissen einer managementorientierten Praxis im Kommunikationsbereich, grundlegende Kenntnisse in der Markt- und Meinungsforschung sowie unterschiedliche theoretische Perspektiven.
- Berufspraktika
- Regelstudienzeit: 6 Semester
- Abschluss: Bachelor of Arts (B.A.)

campus relations e.V., Münster

- www.campusrelations-muenster.de
- Der Verein hat seinen Sitz am Institut für Kommunikationswissenschaft der WWU Münster und organisiert u.a. Vorträge, Workshops und den PR Careers Day.

LPRS (Leipziger Public Relations Studenten e.V.), Leipzig

- www.lprs.de
- Der Verein hat seinen Sitz am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.
- Der LPRS bietet Veranstaltungen zu Themen der Kommunikation an und unterhält Netzwerke zu Studenten anderer Hochschulen, Alumni, Wissenschaftlern, Agenturen und Unternehmen.

depak, Berlin

- www.depak.de
- Grundlage: Prüfungsanforderungen der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK).
- vier berufsbegleitende Ausbildungsmöglichkeiten:
- Fernstudium/Abendstudium: Für Interessenten mit erster Berufserfahrung
- Kompaktstudium: Für Interessenten mit mehrjähriger Erfahrung
- Grundlagenbildung: Für Quereinsteiger

Kommentar von Alexander Klepel (LPRS)

Die Kommunikationslandschaft hat sich in den letzten Jahren rapide gewandelt. Das bedeutet gerade für professionelle Kommunikatoren neue Herausforderungen, aber auch Chancen, sich im führenden Management zu profilieren. Wie Dr. Alexander Güttler, Ausbildungsbeauftragter der GPRA, bei einem Vortrag in Leipzig feststellte, fordere der Markt einen ganz neuen Typus PRler: nicht mehr den „Werksredakteur“, sondern den Kommunikationsmanager, dessen Fertigkeiten sich nach klaren Qualitätskriterien auszurichten habe, um im Unternehmen ernst genommen zu werden.

LPRS >>> LEIPZIGER PUBLIC RELATIONS STUDENTEN E.V.

Auch in den Agenturen wird man sich verstärkt gegenüber den originären Unternehmensberatungen behaupten müssen. Dementsprechend sind auch die hiesigen Ausbildungsstätten in der Pflicht, sich auf die neuen Anforderungen einzustellen.

Und tatsächlich: durch die wachsende Bedeutungszunahme für Kommunikation und die massive Suche nach hochqualifiziertem Nachwuchs ist Bewegung in den PR-Aus- und Weiterbildungsteich gekommen. So haben die nach zähem Ringen immens unter Zugzwang geratenen Verbände im April über die PZOK ihre Vorstellungen einheitlicher Prüfungsstandards im außeruniversitären Bereich auf Kurs gebracht. Ausruhen kann man sich darauf nicht. Denn zunehmend progressiv treten private Fachhochschulen auf den Plan, die mit einer Fülle eigener Abschlüsse den Markt schwemmen. Was in diesem

rege geführten Schlagabtausch um Deutschlands neue PR-Qualitätsstandards leider zu oft unerwähnt bleibt, ist, dass diese woanders schon lange gesetzt sind. Ob Münster, München, Hohenheim oder Leipzig - jährlich verlassen erstklassige Absolventen die universitären PR-Schmieden. Deren klare Ansage lautet nach wie vor: Qualitätssteigerung beruht nicht nur auf der schieren Vermittlung von Best-Practice, sondern auf der Fähigkeit, reflektieren und steuern zu können, wie und wohin sich die Branche derzeit entwickelt und künftig entwickeln wird. Einige Lehrstühle haben, wie mit der Etablierung des Master of Communication Management

in Leipzig, die Zeichen der Zeit schon früh erkannt. Ohne theoretische Fundierung und Forschung zu vernachlässigen, fokussieren auch sie verstärkt auf Management-Skills und die Bewusstseinsbildung, wie im unternehmensstrategischen Rahmen Wertschöpfung durch Kommunikation entsteht und messbar wird. Die Universitäten tragen damit der steigenden Komplexität des Berufsfeldes Rechnung, deren Bewältigung zunehmend eine fachspezifische akademische Ausbildung erfordert.

Wie nachhaltig die alten und neuen Player ihre Programme etablieren und weiterentwickeln können, wird die Zukunft zeigen. Der Wettbewerb wird sicherlich interessant werden - aber nur dann für die künftigen Absolventen (auch im internationalen Vergleich) fruchtbar, wenn sich dabei auf Inhalte und nicht auf Grabenkämpfe konzentriert wird. ■

DER VERLAG DIETER ZIMPEL ENGAGIERT SICH IM AUS- UND WEITERBILDUNGSBEREICH U.A. MIT FOLGENDEN KOOPERATIONSPARTNERN:

com+plus, Münster

- www.complus-network.de
- Ausbildung zum PR-ManagerIn (ZAK), PR-BeraterIn - ReferentIn (PZOK), PR-BeraterIn (DPRG), PR-FachwirtIn (IHK)
- 12-monatiger Fernstudiengang: 12 Units und 5 Praxisworkshops

FH Gelsenkirchen, Gelsenkirchen

- www.fh-gelsenkirchen.de
- Public Relations: berufs begleitender Masterstudiengang
- Voraussetzungen: abgeschlossenes Studium sowie eine mindestens einjährige Berufserfahrung im Bereich PR.
- Regelstudienzeit: 4 Semester
- Abschluss: Master of Arts

oeffentlichkeitsarbeit.de, Heidelberg

- www.oeffentlichkeitsarbeit.de
- Gesamtprogramm richtet sich an Berufsanfänger sowie erfahrene Berater.
- enge Verzahnung von praktischen Erfahrungen, wissenschaftlichen Grundlagen und didaktischen Methoden.
- einer der größten Anbieter in der PR-Ausbildung und PR-Weiterbildung im deutschsprachigen Raum.

University of Management and Communication (FH), Potsdam

- www.umo-potsdam.de
- Wissens- und Kompetenzzentrum für Aus- und Weiterbildung sowie für Forschung und Beratung.
- Grundlage: integriertes Kommunikations- und Medienmanagements an den Schnittstellen von Unternehmen, Markt und Öffentlichkeit.
- Angebotsportfolio: B.A.-Studium Kommunikationsmanagement, BA-Studium PR-Management, MBA-Studium Unternehmenskommunikation / Corporate Communication, Abendstudium / Fernstudium „Public Relations - Öffentlichkeitsarbeit - Unternehmenskommunikation“, Seminare, Trainings und Inhouse-Trainingskurse, Vorlesungsreihe „Management & Kommunikation“

Fachhochschule Osnabrück Institut für Kommunikationsmanagement, Lingen

- www.fh-osnabrueck.de
- Studiengang Kommunikationsmanagement seit dem Wintersemester 06/07.
- Grundlage: Ausrichtung an den Erfordernissen einer managementorientierten Praxis im Kommunikationsbereich, grundlegende Kenntnisse in der Markt- und Meinungsforschung sowie unterschiedliche theoretische Perspektiven.
- Berufspraktika
- Regelstudienzeit: 6 Semester
- Abschluss: Bachelor of Arts (B.A.)

campus relations e.V., Münster

- www.campusrelations-muenster.de
- Der Verein hat seinen Sitz am Institut für Kommunikationswissenschaft der WWU Münster und organisiert u.a. Vorträge, Workshops und den PR Careers Day.

LPRS (Leipziger Public Relations Studenten e.V.), Leipzig

- www.lprs.de
- Der Verein hat seinen Sitz am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.
- Der LPRS bietet Veranstaltungen zu Themen der Kommunikation an und unterhält Netzwerke zu Studenten anderer Hochschulen, Alumni, Wissenschaftlern, Agenturen und Unternehmen.

depak, Berlin

- www.depak.de
- Grundlage: Prüfungsanforderungen der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK).
- vier berufsbegleitende Ausbildungsmöglichkeiten:
- Fernstudium/Abendstudium: Für Interessenten mit erster Berufserfahrung
- Kompaktstudium: Für Interessenten mit mehrjähriger Erfahrung
- Grundlagenbildung: Für Quereinsteiger

EDITORIAL



Dr. Laurin Paschek,
Verlagsleiter

Liebe Leserinnen und Leser,

so viel ist klar: Das Berufsbild der PR-Schaffenden hat sich seit dem Siegeszug des Internet radikal gewandelt. Genau wie die Kommunikationswege. Pressemitteilung und Pressekonferenz werden ergänzt durch die weitverzweigte Vielfalt des Internet. Die Meinungsbildung ist vielschichtiger, individueller, schwieriger nachvollziehbar geworden. Das setzt auf Seiten der Kommunikatoren viel Fachwissen und ständige Weiterbildung voraus. Deshalb widmet sich diese Ausgabe der Zimpel Kundennews einer Frage, die die Branche in den letzten Monaten bewegt hat: Welche Standards tragen den gehobenen Ansprüchen an Ausbildung und Qualifikation Rechnung, im universitären wie im außeruniversitären Bereich?

Allen, die in den kommenden Sommerwochen einen Urlaub geplant haben, wünsche ich erholsame Ferientage und die Gelegenheit, wieder neue Kraft zu schöpfen. Und allen anderen, dass die Bürotage nicht allzu schweißtreibend werden.

Herzlichst, Ihr

Dr. Laurin Paschek

laurin.paschek@zimpel.de

AUS- UND WEITERBILDUNG IN DER PR

Deutschland einig Prüfungsland?

Vor einem Jahr gegründet und seit Anfang 2008 operativ vorbereitet, hat die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft“, kurz PZOK, zum 1. April Prüfungen aufgenommen. Dicht gefolgt von der AKOMM.

Mit der PZOK geht ein lange gehegter Traum nach verbandsübergreifender Qualitätssicherung im Bereich Kommunikation in Erfüllung. Die Branche verfügt nun über eine unabhängige, weitgehend einheitliche außeruniversitäre PR-Prüfung in Deutschland. Der Start hingegen war alles andere als traumhaft:

Bereits im Frühjahr 2007 hatten die PR-Verbände Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) und der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) ein gemeinsames Konzept entworfen: Eine nicht-universitäre PR-Prüfung für angehende PR-Berater und Pressesprecher. Was folgte waren langwierige Irritationen etwa über die künftigen Bezeichnungen der Abschlüsse. Auch fehlende Prüfungsordnungen brachten Sand ins Getriebe. Das ambitionierte Ziel einer verbandsübergreifenden Prüfung drohte an dem Fehlen einer kompetenten Organisation des Prüfungswesens zu scheitern.

Im April dieses Jahres konnte die PZOK dann dennoch mit einer komplett eigenständigen PR-Beraterprüfung starten. Nicht jedoch ohne für erneuten Wirbel in Form einer Abmahnung an Gerhard Pfeffer (PR-Journal) zu sorgen. Pfeffer hatte die Entstehung der PZOK von Beginn an kritisch begleitet und diejenigen mit Munition versorgt, die der PZOK eine

unangemessene „Abzocke von Prüflingen“ vorwarfen. Die juristische Retourkutsche der PZOK stieß in der Branche hingegen erneut auf Verwunderung.

Wenig erfreulich für die PZOK war wohl auch die Tatsache, dass am 22. April mit der „Akademie für Kommunikationsmanagement“, kurz AKOMM, eine erneut konträre Entwicklung auf dem PR-Ausbildungsmarkt entstanden ist. Eberhard Knödler-Bunte, Präsident der privaten UMC Potsdam erhofft sich mit dieser ebenfalls eine „unabhängige, von den Bildungsträgern getragene Prüfungskommission für Kommunikations- und Medienberufe“.

Die PZOK vergab ihre ersten Abschlüsse im April, die AKOMM folgte im Mai 2008. Bis Jahresende prüft die PZOK noch nach Prüfungsordnung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Die AKOMM hat eine eigene Prüfungsordnung für die Abschlüsse PR-Juniorberater und PR-Berater konzipiert, die seit Juni 2008 Gültigkeit hat. Statt DPRG und DAPR nun also PZOK und AKOMM: Deutschland bleibt weiter von einer einheitlichen Prüfungslandschaft entfernt: Letztlich stellt sich jedoch die Frage, ob es diese überhaupt geben kann.

Lesen Sie auf Seite 2 das Kommentar von Alexander Klepel, Stv. Vorsitzender, LtG. Kommunikation der LPRS - Leipziger Public Relations Studenten e.V. ■

ÜBER DIE PZOK:

Die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft GmbH“ (PZOK) ist eine gemeinnützige anerkannte GmbH. 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 der BdP, die DPRG und die GPRA. Die Prüfungen finden zurzeit als Abschlussprüfungen konkreter Kurse bei unterschiedlichen Bildungsträgern statt und können bei Bedarf auch für Externe geöffnet werden.

Kontakt:

Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) GmbH
Dr. Holger Sievert
holger.sievert@pzok.de
030-225027760 / 030-225027761

ÜBER DIE AKOMM:

Die Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) ist eine gemeinsame unabhängige Prüfungsinstitution von acht Bildungsträgern aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und Medien. Sie wurde am 22. April 2008 in Frankfurt a.M. gegründet und sieht sich in der Tradition der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) als Prüfungseinrichtung für hochwertige Aus- und Weiterbildung. Die AKOMM hat eine eigene Prüfungsordnung für die Abschlüsse PR-Juniorberater und PR-Berater konzipiert, die seit Juni 2008 Gültigkeit hat.

Kontakt:

Eberhard Knödler-Bunte
e.knoedler-bunte@umc-potsdam.de
030-27560329 / 030-27560330

EDITORIAL



Dr. Laurin Paschek,
Verlagsleiter

Liebe Leserinnen und Leser,

so viel ist klar: Das Berufsbild der PR-Schaffenden hat sich seit dem Siegeszug des Internet radikal gewandelt. Genau wie die Kommunikationswege. Pressemitteilung und Pressekonferenz werden ergänzt durch die weitverzweigte Vielfalt des Internet. Die Meinungsbildung ist vielschichtiger, individueller, schwieriger nachvollziehbar geworden. Das setzt auf Seiten der Kommunikatoren viel Fachwissen und ständige Weiterbildung voraus. Deshalb widmet sich diese Ausgabe der Zimpel Kundennews einer Frage, die die Branche in den letzten Monaten bewegt hat: Welche Standards tragen den gehobenen Ansprüchen an Ausbildung und Qualifikation Rechnung, im universitären wie im außeruniversitären Bereich?

Allen, die in den kommenden Sommerwochen einen Urlaub geplant haben, wünsche ich erholsame Ferientage und die Gelegenheit, wieder neue Kraft zu schöpfen. Und allen anderen, dass die Bürotage nicht allzu schweißtreibend werden.

Herzlichst, Ihr

Dr. Laurin Paschek

laurin.paschek@zimpel.de

AUS- UND WEITERBILDUNG IN DER PR

Deutschland einig Prüfungsland?

Vor einem Jahr gegründet und seit Anfang 2008 operativ vorbereitet, hat die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft“, kurz PZOK, zum 1. April Prüfungen aufgenommen. Dicht gefolgt von der AKOMM.

Mit der PZOK geht ein lange gehegter Traum nach verbandsübergreifender Qualitätssicherung im Bereich Kommunikation in Erfüllung. Die Branche verfügt nun über eine unabhängige, weitgehend einheitliche außeruniversitäre PR-Prüfung in Deutschland. Der Start hingegen war alles andere als traumhaft:

Bereits im Frühjahr 2007 hatten die PR-Verbände Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) und der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) ein gemeinsames Konzept entworfen: Eine nicht-universitäre PR-Prüfung für angehende PR-Berater und Pressesprecher. Was folgte waren langwierige Irritationen etwa über die künftigen Bezeichnungen der Abschlüsse. Auch fehlende Prüfungsordnungen brachten Sand ins Getriebe. Das ambitionierte Ziel einer verbandsübergreifenden Prüfung drohte an dem Fehlen einer kompetenten Organisation des Prüfungswesens zu scheitern.

Im April dieses Jahres konnte die PZOK dann dennoch mit einer komplett eigenständigen PR-Beraterprüfung starten. Nicht jedoch ohne für erneuten Wirbel in Form einer Abmahnung an Gerhard Pfeffer (PR-Journal) zu sorgen. Pfeffer hatte die Entstehung der PZOK von Beginn an kritisch begleitet und diejenigen mit Munition versorgt, die der PZOK eine

unangemessene „Abzocke von Prüflingen“ vorwarfen. Die juristische Retourkutsche der PZOK stieß in der Branche hingegen erneut auf Verwunderung.

Wenig erfreulich für die PZOK war wohl auch die Tatsache, dass am 22. April mit der „Akademie für Kommunikationsmanagement“, kurz AKOMM, eine erneut konträre Entwicklung auf dem PR-Ausbildungsmarkt entstanden ist. Eberhard Knödler-Bunte, Präsident der privaten UMC Potsdam erhofft sich mit dieser ebenfalls eine „unabhängige, von den Bildungsträgern getragene Prüfungskommission für Kommunikations- und Medienberufe“.

Die PZOK vergab ihre ersten Abschlüsse im April, die AKOMM folgte im Mai 2008. Bis Jahresende prüft die PZOK noch nach Prüfungsordnung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Die AKOMM hat eine eigene Prüfungsordnung für die Abschlüsse PR-Juniorberater und PR-Berater konzipiert, die seit Juni 2008 Gültigkeit hat. Statt DPRG und DAPR nun also PZOK und AKOMM: Deutschland bleibt weiter von einer einheitlichen Prüfungslandschaft entfernt: Letztlich stellt sich jedoch die Frage, ob es diese überhaupt geben kann.

Lesen Sie auf Seite 2 das Kommentar von Alexander Klepel, Stv. Vorsitzender, Ltg. Kommunikation der LPRS - Leipziger Public Relations Studenten e.V. ■

ÜBER DIE PZOK:

Die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft GmbH“ (PZOK) ist eine gemeinnützige anerkannte GmbH. 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 der BdP, die DPRG und die GPRA. Die Prüfungen finden zurzeit als Abschlussprüfungen konkreter Kurse bei unterschiedlichen Bildungsträgern statt und können bei Bedarf auch für Externe geöffnet werden.

Kontakt:

Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) GmbH
Dr. Holger Sievert
holger.sievert@pzok.de
030-225027760 / 030-225027761

ÜBER DIE AKOMM:

Die Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) ist eine gemeinsame unabhängige Prüfungsinstitution von acht Bildungsträgern aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und Medien. Sie wurde am 22. April 2008 in Frankfurt a.M. gegründet und sieht sich in der Tradition der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) als Prüfungseinrichtung für hochwertige Aus- und Weiterbildung. Die AKOMM hat eine eigene Prüfungsordnung für die Abschlüsse PR-Juniorberater und PR-Berater konzipiert, die seit Juni 2008 Gültigkeit hat.

Kontakt:

Eberhard Knödler-Bunte
e.knoedler-bunte@umc-potsdam.de
030-27560329 / 030-27560330