

Zwei Termine im September zum Spezialpreis

Zwei neue APA-OTS Workshops: Web-Communications und PR-Controlling

Gezielte Kommunikation, aussagekräftige Erfolgskontrolle, professionelle Strategie. Studien zeigen, dass richtiges Timing und die Wahl der angemessenen Kanäle ebenso wichtig für die Wirkung von Öffentlichkeitsarbeit sind, wie die Botschaft selbst.

Der Workshop „PR Controlling“ am 21. September (9 bis 17 Uhr) befasst sich mit den Ergebnissen aktueller Medienresonanzstudien und den Möglichkeiten des Einsatzes dieser Methode. Dazu haben die beiden Trainer Mag. Peter Kropsch und Mag. Clemens Pig echte und fiktive Fallbeispiele im Praxisteil parat.

Der APA-OTS Workshop: "Texte für das Internet" findet am 28. September von 9 bis 17.30 Uhr statt. Trainer ist Mag. Johannes Lindsberger, selbständiger Kommunikationsberater, Texter und

Konzeptionist in den Bereichen Werbung und Webkommunikations.

Studien zeigen, dass Texte im Internet zum größten Teil nicht gelesen, sondern auf der Suche nach Information lediglich überflogen werden. Das Internet als besonders schnelles Informationsmedium stellt besondere



Mag. Clemens Pig bringt echte Fallbeispiele aus der Praxis
Fotos (3): APA



Mag. Peter Kropsch befasst sich mit PR Controlling

Ansprüche an die Gestaltung von Texten.

Der Workshop richtet sich an alle, die Texte und redaktionelle Beiträge für das Internet erstel-



Trainer Mag. Johannes Lindsberger ist selbständiger Kommunikationsberater

len sollen, bis jetzt aber noch keine oder wenig Schreiberefahrung mitbringen. Die APA-OTS Workshop finden direkt in der APA- Austria Presse Agentur, 1060 Wien, Laimgrubengasse 10, statt. Für rasch entschlossene gilt der Special-Preis: € 540,- (statt € 600,-) exkl. USt. pro Person und Termin.

Rückfragehinweis:
APA-OTS

Originaltext-Service GmbH
Tel.: 01-360 60-5313
mailto: info@ots.at

Nächster Meilenstein für österreichisches Internet:

Österreichische Webanalyse peilt Neues an: Mit vergleichbaren Reichweiten und Strukturdaten in die Internetzukunft

Die Österreichische Webanalyse (ÖWA) erhebt seit 1998 exakte Zugriffszahlen für alle teilnehmenden Sites. Diese Nutzungsdaten sind zur „harten Währung“ für die Werbewirtschaft geworden, ermöglichen bisher jedoch keine Aussagen über die Zahl der Personen, die eine Website nutzen sowie zum Profil der Nutzerinnen und Nutzer.

Mit der schnellen Entwicklung des Internet-Markts in Österreich steigen die Anforderungen der Werbewirtschaft an.

Diese Lücke soll nun durch eine umfassende Online-Studie mit dem Arbeitstitel „ÖWA Plus“ geschlossen werden, die auf dem Multimethodenmodell der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) in Deutschland basiert. Als Ergänzung zur ÖWA-Vollerhebung auf monatlicher Basis sollen in Zukunft zuverlässige Reichweiten sowie Strukturdaten (Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen etc.) für die Mediaplanung zur Verfügung gestellt

werden. Damit wird die Online-Mediaplanung mit der klassischen Mediaplanung kompatibel. Die ÖWA erwartet damit einen weiteren Nachfrageschub für die Internetwerbung in Österreich.

Die methodische Grundlage des

eingesetzten Verfahrens ist ein Drei-Säulen-Modell, in dessen Zentrum die technische Vollerhebung steht und die durch eine Onsite-Befragung, sowie eine bevölkerungsrepräsentative Offsite-Befragung ergänzt wird. Die neue Online-Studie der ÖWA wird gemeinsam mit den Dienstleistern der AGOF umgesetzt. TNS Infratest fungiert dabei als Generalunternehmer, die weiteren Vertragspartner sind spring und Interrogare. Das Verfahren



Mag. Stephan Thurm (Präsident der ÖWA), Mag. Gerlinde Hinterleitner (Vorsitzende der AG Soziodemografisches Verfahren), Dr. Oliver Ecke (TNS Infratest), Oliver Pischke (spring)
Foto: ÖWA

wird im 4. Quartal 2006 mit einer Pilotphase gestartet und soll 2007 mit zwei Wellen pro Jahr in den Regelbetrieb übergehen. Von den 38 teilnehmenden Online-Plattformen werden 18 am Pilotbetrieb teilnehmen.

Öster. Werbeanalyse: Wir freuen uns, dass wir schon jetzt zu diesem Ergebnis gekommen sind und möchten nun hier den nächsten wichtigen Entwicklungsschritt für den österreichischen Internetmarkt setzen.

Deutscher PR-Preis 2006 in Gold wurde jetzt an Britta Schmitz verliehen

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) hat die Dortmunderin Britta Schmitz im Rahmen der Verleihung des Deutschen PR-Preises 2006 am 8. September in Wiesbaden mit dem Deutschen PR-Preis in Gold ausgezeichnet. Britta Schmitz erhielt den Preis für ihre Konzeptionsarbeit „DO IT. Standort-PR zur Vernetzung des Fraunhofer-Instituts für Software- und Systemtechnik in der Dortmunder Wirtschaft“, die sie im Rahmen ihrer Prüfung zum "PR-Berater" erstellt hat.



DPRG-Präsident Ulrich Nies und Britta Schmitz bei der Preisverleihung
Foto: DPRG

Die Gewinner-Konzeption behandelt mit den Themen Wissenschaftskommunikation und Corporate Citizenship gleich zwei aktuelle und viel diskutierte Arbeitsfelder der PR.

Britta Schmitz, die seit 2002 als PR-Referentin am Dortmunder Fraunhofer ISST tätig ist, hat im Mai 2006 ihr Fernstudium bei dem Heidelberger Anbieter PR+plus mit der Prüfung vor dem Berufsverband DPRG beendet. Für die studierte Sozialwissenschaftlerin war es naheliegend, für ihre Abschlussarbeit ein Thema aus ihrem Arbeitsumfeld zu wählen, das sie danach würde umsetzen können.

„Das Fraunhofer ISST wird als Technologie-Partner von der regionalen Wirtschaft nicht genug wahrgenommen. Nun haben wir ein umfassendes Konzept für eine Kampagne, die verstärkt Aufklärungsarbeit leisten soll. Ich möchte mit meinem Konzept vor allem eines erreichen: dass sich das Fraunhofer ISST mit seinen unterschiedlichen Kompetenzfeldern bei den Dortmunder Unternehmen profiliert“, so Schmitz.

Wissenschaftliche Themen für

jedermann verständlich darzustellen und so in der öffentlichen Diskussion zu platzieren, ist ein schwieriger Spagat. Mit dem Deutschen PR-Preis für Britta Schmitz hat die DPRG im vierten Jahr in Folge eine PR+plus-Absolventin für herausragende Prüfungsleistungen ausgezeichnet. „Der DPRG-Preis zeigt wieder einmal den Erfolg unseres Ausbildungskonzepts: theoretisch fundiert, branchenumfassend, immer auf dem neuesten Stand der Entwicklungen“, so Stefan Kombüchen, Geschäftsführer von PR+plus. „Vor allem ist unser Konzept auch für Teilnehmer wie Britta Schmitz machbar, die bereits Vollzeit und in verantwortungsvollen Positionen in der PR tätig sind“, erläutert Kombüchen.

PR+plus startet im September seinen 32. Kurs am Workshopstandort Köln, im Oktober beginnt Kurs 33 am Redaktionsort Heidelberg.

Interessenten finden unter www.prplus.de weitere Informationen zum Studium.

Ist germanblogs.de auch eine Fundgrube für Journalisten?

Wenige Monate nach dem Start bereits 50 verschiedene Themen

Neue Partnerschaften für Deutschlands erstes themenorientiertes Experten-Blognetzwerk: germanblogs.de kooperiert ab sofort mit der Office-Zeitung BusinessNews sowie mit der Tageszeitung Südkurier. Beide Medien erweitern durch die Veröffentlichung von Auszügen aus den Blogs das Meinungsspektrum ihrer Berichterstattung.

Carsten Schütte, Geschäftsführer BOOGIE MEDIEN: "Immer mehr klassische Medien erkennen die Relevanz von Blogs als Spiegel differenzierter Meinungen. Die Themenblogs aus dem Netzwerk von germanblogs.de sind dabei besonders interessant, weil sie direkt von Experten kommen. Die aktuellen Kooperationen, über die wir uns sehr freuen, unterstreichen diese Entwicklung."

Bereits wenige Monate nach dem Start verzeichnet germanblogs.de bereits 50 themenorientierte Weblogs aus den Bereichen Gesellschaft, Leben, Unterhaltung, Metropolen, Sport und Technik. Die Blog-Beiträge stammen ausschließlich von kompetenten und begeisterten Experten, die ohne den Umweg einer Redaktion zu ihrem Thema bloggen. Die Autoren sind keine Journalisten, sondern Experten ihres Themengebiets. Alle Artikel zeichnen sich laut w&p München durch anspruchsvolle, glaubwürdige und unabhängige Inhalte aus. germanblogs.de ist damit Deutschlands erstes Portal für Qualitäts-Blogging.

germanblogs.de wurde im April 2006 von der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gestartet. Für die Konzeption und Umsetzung zeichnet das Medien- und Consulting-Unternehmen BOOGIE MEDIEN verantwortlich. BOOGIE MEDIEN ist Spezialist im Bereich "Customized Weblogs" und "Consumer Generated Media".