

Pressemitteilung

„Tübinger Kinder-Uni“ erhält PR-Preis

„1. Best-Practice-Award für innovative Non-Profit-PR“ in Augsburg verliehen

6.Juni 2005. Das Projekt „Tübinger Kinder-Uni“ ist mit dem 2. Platz des Best-Practice-Award für innovative Non-Profit-PR ausgezeichnet worden. Die Tübinger Kinder-Uni ist ein Projekt, das Kindern Zugang zur Wissenschaft bietet. Ziel ist, die Universität als wissenschaftliche Einrichtung einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Ausgezeichnet für die hervorragende PR-Arbeit wurde Michael Seifert, Öffentlichkeitsreferent der Eberhard-Karls-Universität Tübingen. In der Kooperation Universität mit dem Schwäbischen Tagblatt wird deutlich, wie eine gemeinsame Aktion einer Non-Profit-Organisation mit einem Wirtschaftsunternehmen bei geringem Mittelaufwand ein Ergebnis zeigen kann, das beiden Seiten nutzt., so die Jury. Vom Weiterbildungsinstitut burcom wurden bundesweit außergewöhnliche Praxisbeispiele für einfallsreiche und zugleich hochprofessionelle Öffentlichkeitsarbeit auf dem Gebiet der Non-Profit-PR gesucht.

Teilgenommen an dem Wettbewerb hatten insgesamt 33 Einsendungen aus ganz Deutschland. Die Jury lobte die insgesamt hohe Qualität der Einreichungen: „Die Auswahl der Finalisten fiel angesichts der zahlreichen überzeugenden PR-Ideen sehr schwer“, sagte Jury-Mitglied Norbert Schnorbach von der Securvita-Krankenkasse bei der Preisverleihung. Die Entscheidung, welcher der drei Finalisten letztendlich welchen Preis entgegennehmen durfte, traf das Fachpublikum des 1. PR-Praxis-Symposiums für Non-Profit-PR, in dessen Rahmen der PR-Preis in Augsburg verliehen wurde.

„In 72 Stunden werden wir die Welt ein wenig besser machen“, lautete das Motto der „72-Stunden-Aktion“ des Bundes der Deutschen Katholischen Jugend (BDKJ) im Südwesten Deutschlands im Oktober vergangenen Jahres. Von der Idee ließen sich nicht nur rund 30.000 junge Menschen überzeugen, sondern auch die Juroren des 1. Best-Practice-Awards für innovative Non-Profit-PR: Die PR-Verantwortlichen der BDKJ-Aktion, Marc Boos und Oliver Schopp, erhielten den 1. Preis bei dem Wettbewerb, der erstmals verliehen worden ist. Ein weiterer 2. Platz ging an den Diözesan-Caritasverband Köln, der ein Kinderbuch zum Thema „Armut in Deutschland“ entwickelt hat.

Veranstaltet wurde der Wettbewerb vom Weiterbildungsinstitut burcom, das auf die Professionalisierung von Non-Profit-PR spezialisiert ist. Der Wettbewerb soll zeigen, dass gute Öffentlichkeitsarbeit für Einrichtungen wichtig ist, um sich gesellschaftlich Gehör zu verschaffen. Non-Profit-Organisationen müssen viel mehr Kreativität für ihre Imagearbeit aufbringen als Industrieunternehmen, da kaum Geld für PR und Marketing vorhanden sind. „Wir wollen zeigen, dass allein durch gute Einfälle und durchdachte Strategien viel fürs Image einer Einrichtung getan werden kann“, so Dr. Daniela Burkhardt, Leiterin des Instituts mit Sitz in Wachtberg bei Bonn.

Weitere Informationen über www.burcom.de

Bei Rückfragen; Dr. Daniela Burkhardt, Tel. 02 28-3 24 04-80

Der Downloads von Fotos (JPEG, 300 dpi) ist möglich unter www.burcom.de > Presse