



## INHALT

ZIEL/ZIELGRUPPE	4
TRÄGER DER PRÜFUNG	5
ZULASSUNGSBEDINGUNGEN	6
STRUKTUR DES LEHRGANGS	7
PRÜFUNGSFÄCHER	8
PRÜFUNGSTERMIN	8
ABSCHLUSS/TITEL	8
LERNINHALTE/STUDENTAFEL	9
DOZENTINNEN/DOZENTEN	10
IWB-PRÜFUNGEN	10
INTENSIVSEMINAR	10
IWB-ZERTIFIKAT	11
METHODIK	11
KURSORGANISATION/KOSTEN	12
KURSDAUER/KURSZEITEN	13
INFORMATIONSSABEND	13
ANMELDUNG/AUSKUNFT	14
ANHANG	15
PRÜFUNGSSTOFF IM DETAIL	16

## ZIEL/ZIELGRUPPE

PR-Fachleute sind fachlich ausgewiesene Mitarbeiter/innen, die in einer Kommunikationsabteilung eines Unternehmens, einer Institution oder Behörde oder in einer PR-Agentur im Bereich der integrierten Unternehmenskommunikation tätig sind. Sie unterstützen die PR-Leitung in der gesamten Umsetzung der Kommunikationsstrategie, erstellen Teilkonzepte aufgrund unternehmensbezogener interner wie auch externer Problemstellungen und entwickeln entsprechende PR-Programme. PR-Fachleute sind in der Lage, entsprechende Kommunikationsmittel und -massnahmen in Zusammenarbeit mit externen Lieferanten professionell zu planen und zu realisieren. Sie sind für die gesamte Abwicklung von Kosten-, Termin- und Qualitätskontrollen in Zusammenhang mit der Gestaltung und Produktion verantwortlich. Eine weitere Kernkompetenz sind die Fachkenntnisse über die Medienlandschaft Schweiz sowie der Umgang mit den Medien im Praxisalltag. PR-Fachleute sind ausdrucksstark in Wort, Sprache und Bild und verfassen beispielsweise redaktionelle Texte, redigieren und setzen Botschaften mittels moderner Kommunikationskanäle wirkungsvoll um. Ergänzend wirken PR-Fachleute bei der Planung und Umsetzung von Event- und Sponsoringprojekten aktiv mit.

Der PR-Fachkurs richtet sich an:

- Sachbearbeiter/innen in PR, Werbung, Kommunikation, Marketing
- Medienschaffende mit Haupttätigkeit in der PR

Generelle Anforderungen:

- Gute Allgemeinbildung
- Vernetztes Denken
- Organisationsfähigkeit
- Kreativität
- Ausdrucksstark in Wort und Schrift

## TRÄGER DER PRÜFUNG

Die PK-SPRV führt, als eigenständige Prüfungsinstanz und unter Aufsicht des Bundesamts für Berufsbildung und Technologie BBT, jedes Jahr die Höhere Fachprüfung für PR-Berater/innen (seit 1979) und die Berufsprüfung für PR-Fachleute (seit 1984) durch, die zum Erwerb des eidg. Diploms für PR-Berater/innen und des Fachausweises für PR-Fachfrau/PR-Fachmann erforderlich sind.

Schweizerischer PR Verband SPRV  
Prüfungssekretariat  
Bälliz 62  
Postfach 2221  
6301 Thun  
Telefon 033 221 54 56  
[www.sprv.ch](http://www.sprv.ch)

## ZULASSUNGSBEDINGUNGEN

(Stand November 2008 – Änderungen bleiben vorbehalten)

### ZULASSUNG

Zur Prüfung wird zugelassen, wer

- a) die MarKom Zulassungsprüfung oder eine gleichwertige Prüfung innerhalb der letzten 5 Jahre bestanden hat und über mindestens 2 Jahre Berufspraxis in den Bereichen Public Relations, Marketingkommunikation, Marketing, Verkauf, Direkt Marketing oder Journalismus verfügt und den Nachweis einer der nachstehenden Ausbildungen erbringt:
- eidg. Fähigkeitszeugnis als Kauffrau/Kaufmann
  - eidg. Fähigkeitszeugnis in einem grafischen Beruf
  - eidg. Fähigkeitszeugnis in einem Verkaufsberuf
  - Diplom einer staatlich anerkannten Handelsmittelschule
  - Diplom einer staatlich anerkannten, mindestens 3-jährigen Diplom-Mittelschule
  - Maturitätszeugnis (alle Typen)
  - Diplom einer staatlich anerkannten Höheren Fachschule, Fachhochschule oder Hochschule im kaufmännischen Bereich
  - Fachausweis für Kommunikationsplanerin oder Kommunikationsplaner, für Marketingfachfrau oder -fachmann, für Verkaufsfachfrau oder -fachmann, für Direkt Marketing-Fachfrau oder -Fachmann

oder

- b) die MarKom Zulassungsprüfung oder eine gleichwertige Prüfung innerhalb der letzten 5 Jahre bestanden hat und über mindestens 3 Jahre Berufserfahrung in den Bereichen Public Relations, Marketingkommunikation, Marketing, Verkauf, Direkt Marketing oder Journalismus verfügt.

- c) die Prüfungsgebühr nach Ziff. 3.4. fristgerecht überwiesen hat.

### ZULASSUNGSENTSCHEID

Der Entscheid über die Zulassung zur Prüfung wird der Kandidatin oder dem Kandidaten mindestens 3 Monate vor Beginn der Prüfung schriftlich mitgeteilt. Ein ablehnender Entscheid umfasst eine Begründung und eine Rechtsmittelbelehrung.

### MÖGLICHKEIT EINES ZULASSUNGSVORBESCHEIDS

Wer vorgängig abklären möchte, ob er/sie die Zulassungsbedingungen zur Prüfung erfüllt, kann dies über einen Vorbescheid abklären lassen. Das entsprechende Formular ist beim SPRV-Prüfungssekretariat erhältlich:

Schweizerischer PR Verband SPRV  
 Prüfungssekretariat  
 Bälliz 62  
 Postfach 2221  
 6301 Thun  
 Telefon 033 221 54 56  
 www.sprv.ch

### STRUKTUR DES LEHRGANGS

KURSTEIL	DAUER	WANN	WAS	PRÜFUNGEN	TERMINE PRÜFUNGEN
<b>Vorbereitungskurs*</b> <i>(für alle, die noch nicht über die MarKom Zulassungsprüfung verfügen)</i>	1 Semester	Start: Januar und August, jeweils Dienstag und Donnerstag	Vorbereitungskurs für MarKom Zulassungsprüfung	MarKom Zulassungsprüfung	Juli  Januar
<b>Hauptkurs*</b>	2 Semester	Start: 28.8.2010, jeweils Freitag und Samstag	Hauptkurs zur Vorbereitung auf Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis	Berufsprüfung mit eidg. Fachausweis	August 2011 <i>(schriftliche Prüfungen)</i>  Oktober 2011 <i>(mündliche Prüfungen)</i>

## PRÜFUNGSFÄCHER

	Art der Prüfung	Zeit
Produktion von PR-Mitteln und -Massnahmen*	Schriftlich	4 Stunden
Schreiben und Redigieren*	Schriftlich	4 Stunden
Media Relations	Schriftlich	3 Stunden
Konzeptionelle Aspekte der PR	Mündlich	25 Minuten
Medienlandschaft	Mündlich	25 Minuten
Grundlagen und Ethik der PR	Mündlich	25 Minuten

\* Hauptfach gemäss Prüfungsreglement

## PRÜFUNGSTERMIN

Die eidgenössische Berufsprüfung findet jedes Jahr im August und Oktober statt. Die Prüfung wird gesamtschweizerisch durchgeführt.

## ABSCHLUSS/TITEL

PR-Fachfrau/PR-Fachmann mit eidgenössischem Fachausweis

## LERNINHALTE/STUDENTENTAFEL

Fächer	Lektionen à 45 Minuten
<b>GRUNDLAGEN DER PR</b>	<b>20</b>
Workshop Ethik	6
Marketing Refreshing	4
Workshop interne Kommunikation	8
<b>PRODUKTION VON PR-MITTELN UND -MASSNAHMEN</b>	<b>44</b>
Workshop Internet/Event	18
Produktion audiovisuelle Medien	14
<b>SCHREIBEN UND REDIGIEREN</b>	<b>28</b>
Workshop Werbetexten	14
Schreibwerkstatt	14
Workshop Texten fürs Internet	8
Workshop Fotos	4
<b>MEDIA RELATIONS</b>	<b>26</b>
Medienarbeit TV	6
Workshop Medienarbeit Radio	6
Workshop Medienarbeit E-PR	4
<b>MEDIENLANDSCHAFT</b>	<b>24</b>
<b>KONZEPTTECHNIK</b>	<b>8</b>
Konzeptwerkstatt und Projektbegleitung	8
Zeitmanagement/Moderation/Präsentationstechnik	16
Individuelles Lerncoaching	4
<b>SEMESTERPRÜFUNGEN</b>	<b>22</b>
<b>MÜNDLICHE PRÜFUNGEN</b>	<b>24</b>
<b>INTENSIVSEMINAR</b>	<b>30</b>
<b>Total Lektionen</b>	<b>370</b>

Änderungen bleiben vorbehalten.

## DOZENTINNEN/DOZENTEN

- Ralph Eichenberger, Fotograf, Filmer, Szenograf
- Andrea Helfenstein, Kommunikationsberaterin, Ausbilderin FA
- Christoph Hug, eidg. dipl. Verkaufsleiter
- Stefan Inderbitzin, Redaktor, Journalist
- Armin Meienberg, Gestalter/Konzepter
- Carola Minder, eidg. dipl. PR-Beraterin
- Renato Regli, Visueller Gestalter
- Uwe Stolzmann, dipl. Journalist
- Beatrice Suter, Kommunikationsberaterin
- Patrizia Egli, eidg. dipl. Verkaufsleiterin
- Marco von Ah, Redaktor, Journalist
- Corinne Wedekind, eidg. dipl. PR-Beraterin
- Rolf Wespe, lic. phil. I, Medientrainer
- Nicole Zeiter Sixt, MA UZH, eidg. dipl. PR-Beraterin, Autorin, Coach

## IWB-PRÜFUNGEN

Abschluss 1. Semester:

- 3 schriftliche Prüfungen gemäss Prüfungsreglement
- 1 Projektpräsentation mit Projektabgabe (Gruppenarbeit)

Abschluss 2. Semester:

- 3 schriftliche Prüfungen gemäss Prüfungsreglement
- 1 Projektpräsentation mit Projektabgabe (Einzelarbeit)
- 3 mündliche Probeprüfungen gemäss Prüfungsreglement

## INTENSIVSEMINAR

Das auswärtige Intensivseminar ist obligatorisch und dauert 3 Tage (in der Regel Samstag/Sonntag/Montag).

## IWB-ZERTIFIKAT

Am Schluss des Lehrgangs wird den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ein Zertifikat des INSTITUTS FÜR WEITERBILDUNG IWB ausgestellt, welches von der Teilnahme an den Kursen (inkl. Intensivseminar), vom Bestehen der Semesterprüfungen bzw. Probeprüfungen wie auch von der Projektarbeit abhängig ist.

## METHODIK

### UNTERRICHTSPHILOSOPHIE

Der Unterricht ist handlungs- und erkenntnisorientiert aufgebaut. Unser Dozententeam – ausgewiesene Fachleute aus der Kommunikationsbranche – schafft eine erwachsenenbezogene Lernkultur, damit die Studierenden optimal vom Fachwissen der Spezialisten/-innen profitieren können. Wir vermitteln den Teilnehmenden die Fähigkeiten, das bestehende Fachwissen selbständig weiterzuentwickeln und den direkten Transfer in die Berufspraxis herstellen zu können. Zudem unterstützen die Fachdozenten die Lernenden aktiv bei der Vorbereitung auf die eidgenössische Berufsprüfung.

### UNTERLAGEN UND UNTERRICHTSMETHODEN

- Skript pro Fach
- Minifälle und Lösungsansätze
- Gruppenarbeiten
- Fallstudien
- Praxisbeispiele
- Glossars und Checklisten
- Werkstätten
- Workshops

### WORKSHOPS

Während der Ausbildung finden mit fachkundigen Spezialisten kurze, praxisbezogene Workshops zu Spezialthemen der institutionellen Kommunikation statt. Fakultative Betriebsbesichtigungen ermöglichen einen zusätzlichen Einblick in die Berufspraxis.

## KONZEPTWERKSTATT

Die Konzeptwerkstatt wird begleitet durch ein Fachexpertenteam. In Gruppen wird eine Projektarbeit erstellt und am Ende des 1. Semesters präsentiert und vorgelegt. Die Arbeit und Präsentation wird mit einer Gruppennote bewertet. Am Ende des 2. Semesters wird eine Einzelarbeit vorgestellt und wiederum bewertet. Die Gesamtnote aus der Konzeptwerkstatt ist Bestandteil des IWB-Zertifikats.

## KURSORGANISATION/KOSTEN

### TEILNEHMERZAHL

Maximal 20 Personen

### KURSORT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN  
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB  
Dreilindenstrasse 20  
6006 Luzern

(Situationsplan unter [www.kbz.ch](http://www.kbz.ch))

### KOSTEN

Gemäss aktuellem KursInfo und [www.kbz.ch](http://www.kbz.ch)

Das Kursgeld wird semesterweise in Rechnung gestellt.

## KURSDAUER/KURSZEITEN

### DAUER

Vorbereitungskurs:  
1 Semester (total ca. 140 Lektionen)

Hauptkurs:  
2 Semester berufsbegleitend (total ca. 370 Lektionen)

### BEGINN HAUPTKURS

jeweils im August

### KURSTAGE/-ZEITEN HAUPTKURS

Jeweils Freitag, 17.45–21.00 Uhr/  
Samstag, 8.00–11.30/12.20/13.10/15.00 Uhr

## INFORMATION SABEND

### ZEITPUNKT

Gemäss aktuellem KursInfo und [www.kbz.ch](http://www.kbz.ch)

### ORT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN  
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB  
Dreilindenstrasse 20  
6006 Luzern

### INHALT

- Zulassungsbedingungen
- Kursinhalt, Aufbau und Kosten
- Kursleistungen
- Obligatorisches Intensivseminar
- Prüfungsformen und Termine
- Diplom/Titel

## ANMELDUNG/AUSKUNFT

Schriftlich mit der Anmeldekarte, die Sie im aktuellen KursInfo finden, oder online unter [www.kbz.ch](http://www.kbz.ch)

### ADMINISTRATIVE AUSKUNFT

KV BILDUNGSZENTRUM LUZERN  
INSTITUT FÜR WEITERBILDUNG IWB  
Dreilindenstrasse 20  
6006 Luzern  
Tel. 041 417 16 23  
Fax 041 417 16 01  
[iwb@kbz.ch](mailto:iwb@kbz.ch)  
[www.kbz.ch](http://www.kbz.ch)

### FACHLICHE AUSKUNFT

Andrea Helfenstein, Lehrgangsheiterin,  
Telefon 078 870 19 70  
[ah.kommunikation@gmx.ch](mailto:ah.kommunikation@gmx.ch)

Luzern, Januar 2010

## ANHANG

**Auszug Prüfungsreglement «Wegleitung zur Prüfungsordnung Berufsprüfung für PR-Fachleute» –  
Stand November 2008 – Änderungen bleiben vorbehalten**

Unter PR-Fachleuten werden fachlich ausgewiesene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verstanden, die in einer PR-Abteilung eines Unternehmens, in einer Institution, Non-Profit-Organisation, Behörde oder PR-Agentur tätig und in der Lage sind, die geplanten PR-Mittel und -Massnahmen umzusetzen. Sie müssen zudem über fachliches Verständnis in der konzeptionellen Bearbeitung von PR-Mitteln und PR-Massnahmen verfügen sowie die PR als Teilgebiet der integrierten Unternehmenskommunikation verstehen.

Sie wirken bei der Entwicklung von PR-Teilkonzepten mit und planen und realisieren diese selbstständig. Sie sind überdies zuständig für die fachlich und kaufmännisch einwandfreie Auftragsabwicklung an Lieferanten und Spezialisten sowie für die Erstellung von Kosten-, Termin- und Qualitätskontrollen in Zusammenhang mit der Gestaltung und Produktion von PR-Mitteln. Sie kümmern sich im Weiteren um die technische und redaktionelle Umsetzung von PR-Massnahmen und arbeiten bei deren Gestaltung mit.

## PRÜFUNGSSTOFF IM DETAIL

### PRODUKTION VON PR-MITTELN UND -MASSNAHMEN

#### (SCHRIFTLICH 4 STUNDEN)

Realisierung, Planung und Evaluation von PR-Mitteln und PR-Massnahmen, insbesondere jener von Veranstaltungen, Publikationen und internetbasierten Massnahmen

Die Kandidatin/der Kandidat kann:

- Die Möglichkeiten und Grenzen der einzusetzenden Lieferanten und Spezialisten erklären.
- Den fachlich und administrativ korrekten Geschäftsverkehr mit Lieferanten und Spezialisten umsetzen.
- Die verschiedenen Bezugs- und Datenquellen sowie Informationsbeschaffungsmöglichkeiten beschreiben.
- Die Kostengrössen von PR-Mitteln und PR-Massnahmen anwenden, interpretieren und einordnen.
- Verschiedene PR-Massnahmen wie Events, Messen, Sponsoring, interne und externe PR-Anlässe, etc. budgetieren, terminieren, organisieren, kontrollieren und umsetzen.
- Verschiedene gedruckte, audiovisuelle, elektronische und internetbasierte PR-Mittel budgetieren, terminieren, organisieren, kontrollieren und umsetzen.
- Terminpläne, Checklisten und Erfolgskontrollen für PR-Mittel und PR-Massnahmen erstellen sowie Vorgehensweisen definieren.
- Die Möglichkeiten und Kriterien bezahlter Streuung von PR-Botschaften beschreiben und einordnen.

### MEDIA RELATIONS

#### (SCHRIFTLICH 3 STUNDEN)

Realisierung und Evaluation von Massnahmen, welche die Botschaften via Medien aller Formen verbreiten, sowie Methoden zu Aufbau und Pflege des Kontakts mit Medien und Medienvertretern

Die Kandidatin/der Kandidat kann:

- Die Kommunikationsziele aus Vorgaben einordnen.
- Die Mechanismen im Umgang mit den Medien anwenden.
- Den Aufbau und die Organisation von Media Relations umsetzen.
- Ein Konzept für zielgruppengerechte Media Relations entwickeln, dieses budgetieren, planen, umsetzen und kontrollieren.

- Die medienrechtlichen Aspekte und die dazu gehörigen Instanzen erläutern.
- Die quantitativen und qualitativen Medienkontrollen realisieren.

### SCHREIBEN UND REDIGIEREN

#### (SCHRIFTLICH 4 STUNDEN)

Verfassen und Redigieren von Texten für diverse Bedürfnisse und Zielgruppen

Die Kandidatin/der Kandidat kann:

- Die Grundsätze und Regeln für das Erstellen von verschiedenen Texten beschreiben.
- Die Form und den Inhalt den Publikationsarbeiten entsprechend zuordnen.
- Zielgruppengerechte Texte für verschiedenste Verwendungszwecke entwickeln und verfassen.
- Vorgelegte Texte nach ihrer Verwendbarkeit überprüfen, korrigieren und modifizieren bzw. redigieren.

### KONZEPTIONELLE ASPEKTE DER PR

#### (MÜNDLICH 25 MINUTEN)

Formulierung von Zielen, Zielgruppen und PR-Massnahmen auf der Basis von wenig komplexen Sachverhalten

Die Kandidatin/der Kandidat kann:

- Die Elemente eines Kommunikationskonzeptes beschreiben.
- Die Kommunikationsziele und Zielgruppen aus Vorgaben einordnen und umschreiben.
- PR-Konzepte auf Basis einer einfachen Problemstellung entwickeln, planen, umsetzen und kontrollieren.
- Konzeptbezogene Kosten erfassen, zusammenstellen und prüfen sowie Terminpläne erstellen.

### MEDIENLANDSCHAFT

#### (MÜNDLICH 25 MINUTEN)

Beschreibung der wichtigsten, in den drei Schweizer Sprachregionen relevanten Printmedien, der audio-visuellen und elektronischen Medien, der Fachpresse sowie Erstellen von Medienverteilern aufgrund einfacher Ausgangslagen

- Die Kandidatin/der Kandidat kann:
- Die Bedeutung und Wirkung der Medien in einer demokratischen Gesellschaft beschreiben.
  - Die Strukturen und Spezifikationen der Schweizer Medienlandschaft darstellen.
  - Die in der Schweiz tätigen Medien und deren Verlagshäuser einordnen.
  - Die Entwicklung der Medienlandschaft und deren Bedeutung darlegen, umschreiben und interpretieren.
  - Die in der Schweiz tätigen Nachrichten- und Bildagenturen und deren Funktionen beschreiben.
  - Die für die Schweiz wichtigsten internationalen Medien und Nachrichtenagenturen benennen.

#### **GRUNDLAGEN UND ETHIK DER PR (MÜNDLICH 25 MINUTEN)**

Beschreibung der Public Relations, ihrer wichtigsten Ziele, Teilgebiete, Aufgaben sowie die Abgrenzung gegenüber Nachbardisziplinen wie Marketingkommunikation, Marketing, Direkt Marketing und Verkauf. Beschreibung der ethischen Grundlagen in den Public Relations und deren Berufsorganisationen

- Die Kandidatin/der Kandidat kann:
- Die Ziele und Aufgaben der Public Relations interpretieren und anwenden.
  - Die Teilgebiete der Unternehmenskommunikation umschreiben und einordnen.
  - Die ethischen Verhaltensgrundsätze (Kodizes) formulieren und erklären.
  - Die Berufsbilder der PR-Schaffenden umschreiben.
  - Die PR-Berufsorganisationen sowohl der Schweiz wie auch international beschreiben.
  - Die Berührungspunkte und den Koordinationsbedarf der Nachbardisziplinen abschätzen und interpretieren.
  - Die Unterschiede der kommerziellen zur institutionellen Kommunikation einordnen.

Quelle: Auszug Prüfungsreglement «Wegleitung zur Prüfungsordnung der Berufsprüfung für PR-Fachleute» – Stand August 2008 (Änderungen vorbehalten)