



Public Relations in Großbritannien

-

Einblicke, Trends, Chancen und Skandale





Thorsten Lützler

**Policy-/External Affairs Officer
Institute of Public Relations
London**





IPR



Worum geht's hier?

International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





International Public Relations

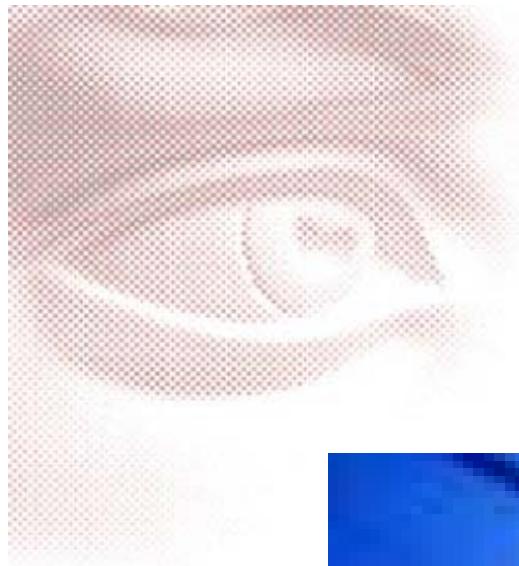
Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





One Europe?





Internet-Nutzer

- | | | |
|-----|--------------------|---------------------|
| 1. | Sweden | 680 per 1000 people |
| 2. | Denmark | 630 per 1000 people |
| 3. | Netherlands | 606 per 1000 people |
| 36. | Bosnia/Herzegovina | 11 per 1000 people |
| 37. | Albania | 3 per 1000 people |
| 38. | Moldova | 3 per 1000 people |

Source: CIA World Factbook 2002





Anzahl von TV-Geräten

- | | | |
|-----|------------|---------------------|
| 1. | Monaco | 780 per 1000 people |
| 2. | Malta | 700 per 1000 people |
| 3. | Luxembourg | 635 per 1000 people |
| 40. | Greece | 240 per 1000 people |
| 41. | Romania | 235 per 1000 people |
| 42. | Albania | 198 per 1000 people |

Source: CIA World Factbook 2002





Zeitungsverbreitung

1.	Norway	560 per 1000 people
2.	Hungary	465 per 1000 people
3.	Finland	440 per 1000 people
18.	Macedonia	53 per 1000 people
19.	Portugal	31 per 1000 people
20.	Lithuania	30 per 1000 people

Source: CIA World Factbook 2002





'We need a European body of knowledge.

**There is no point in imitating the US way.
No other science would do that'**

(van Ruler, im IPR-Magazin "Profile", Juni 2003)





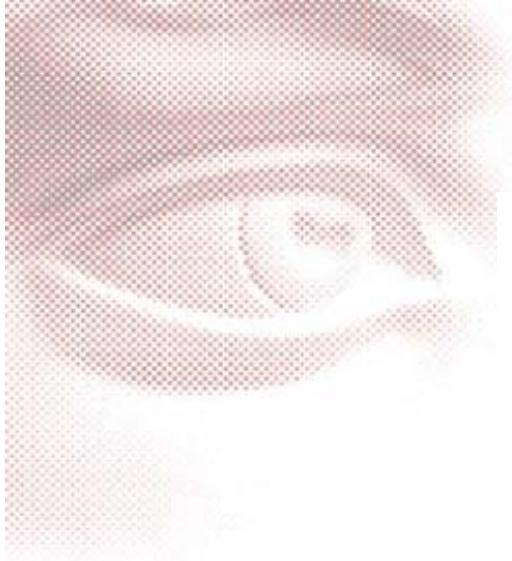
Confédération Européene des Relations Publiques

Europäischer PR-Dachverband

22 nationale Verbände, wie die DPRG

Repräsentiert ca. 20.000 PR-Schaffende





global alliance

Ein Verbund der führenden
PR und Kommunikationsverbände weltweit

30 nationale Verbände plus Dachverbände
(wie CERP für Europa)

Repräsentiert ca. 100.000 PR-Schaffende





Gemeinsame Ziele

Ein Forum bieten für:

Ideen und Best Practice

Gemeinsame Interessen und Standards

Interkulturellen Autausch

Verdeutlichung und Aufklärung über
unterschiedliche kulturelle Gegebenheiten



Globale Nachrichtenrealität

24 Stunden, sieben Tage pro Woche

Internet zunehmend als Nachrichtenquelle

Individuelle Überprüfung von Meldungen

Einfacher Zugang zu Unternehmensmeldungen

Transparente Unternehmen

Globale Nachrichtenverbreitung







International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





Radio

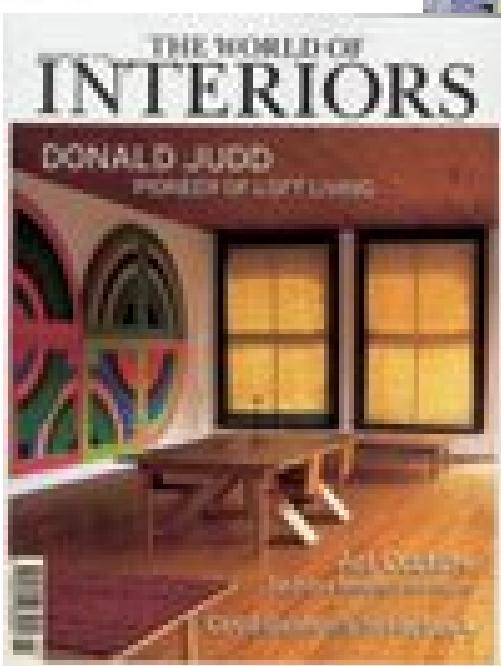
Zeitungen

Fernsehen

Internet

Zeitschriften







International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





Marktdaten I

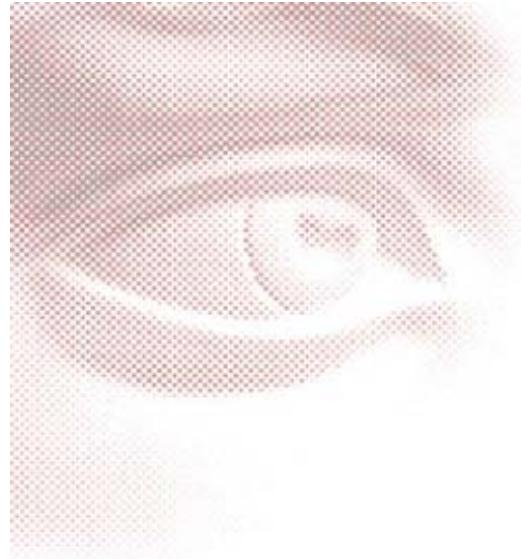
PR ist eine der beliebtesten drei Berufsrichtungen
für Uni-Absolventen

Ca. 30.000 PR-Tätige

Ca. 2.800 PR-Agenturen

Fragmentierter und spezialisierter Markt





Marktdaten II

NGOs, Charities, Städte sowie Hochschulen betreiben professionelle PR

50% aller PR-Profis arbeiten in Greater London

Ausserhalb dominieren unabhängige Agenturen

GB ist erste Anlaufstelle für US-Agenturen



Die zehn grössten Agenturen in GB:

1. Bell Pottinger Communications
2. Citigate
3. Edelman
4. College Hill Associates
5. The Red Consultancy
6. Beattie Media
7. Harrison Cowley
8. Firefly Communications
9. Lansons Communications
10. Lewis Communications

(Quelle: PR Week April 2003)





Die fünf grössten Agenturen ausserhalb Londons:

1. Battie Media (Glasgow)
2. Harrison Cowley (Various)
3. Harvard Communications (Middlesex)
4. Golley Slater Public Relations (Cardiff)
5. Ptarmigan Consultants (Leeds)

(Quelle: PR Week April 2003)





The Institute of Public Relations

Grösster europäischer PR-Verband

8.000 Mitglieder in Großbritannien

27 feste Mitarbeiter

Internationaler Austausch, Interessenvertretung
der Branche, Training & Fortbildung, Networking



Arbeitsschwerpunkte 2003:

Regulierung des Berufsstandes

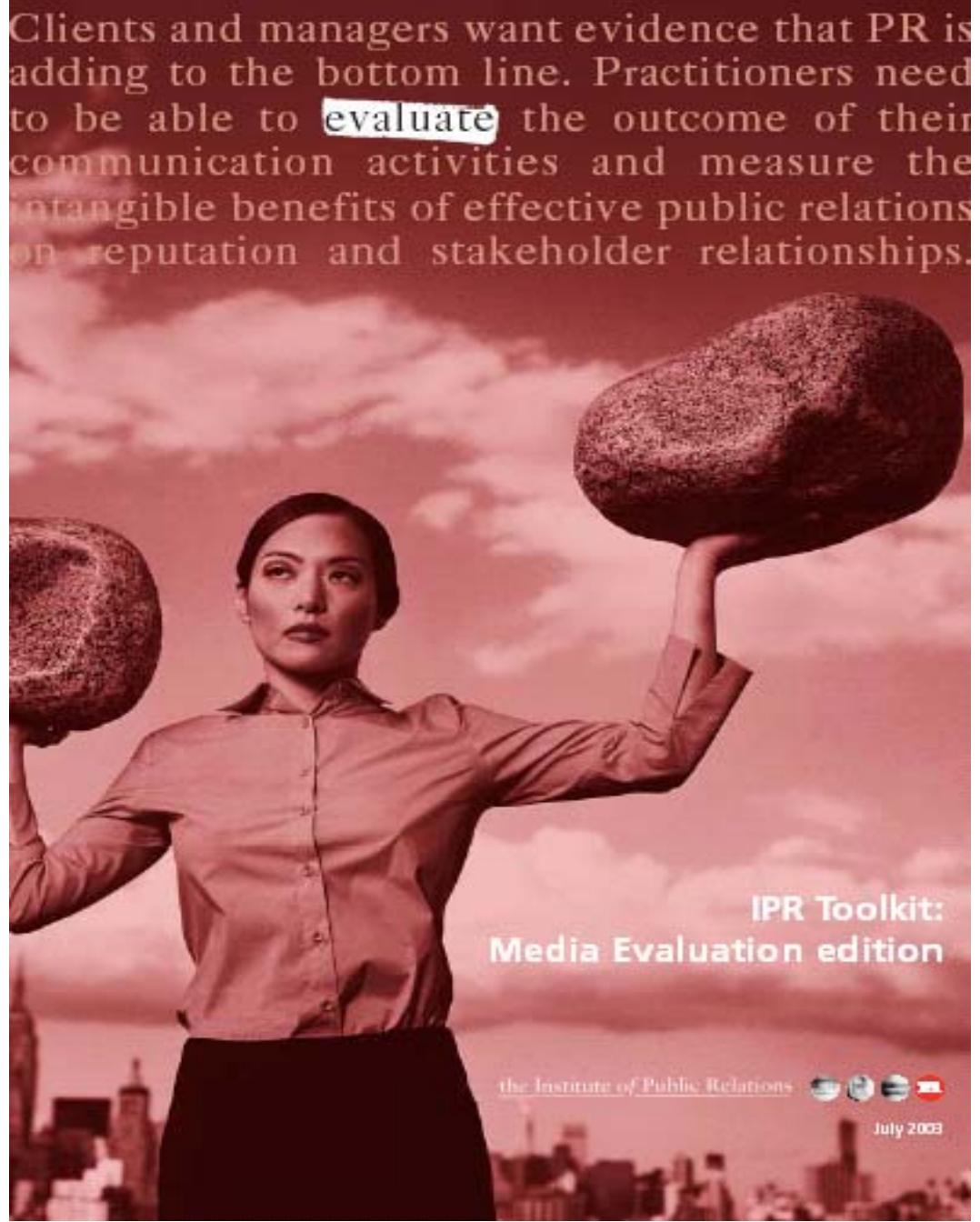
CSR (Corporate Social Responsibility)

Non Financial Reporting

Evaluation

PR-Ausbildung, Professionalisierung





Clients and managers want evidence that PR is adding to the bottom line. Practitioners need to be able to evaluate the outcome of their communication activities and measure the intangible benefits of effective public relations on reputation and stakeholder relationships.

**IPR Toolkit:
Media Evaluation edition**

the Institute of Public Relations



July 2009





The PRE Process





Non-Financial Reporting:

Beteiligung an DTI Company Law Reform und
Government White Paper Konsultation

IPR-MORI FTSE 1000 Befragung von PR-Leitern bez.
OFR-Regularien

High-level OFR Roundtable-Diskussionen

Konsultation bez. der Bedeutung der IPR OFR
Guidelines für die Kommunikationsindustrie in GB





Reputation
and the
bottom line.

A communications guide to
reporting on corporate reputation

IPR





Stand der PR-Ausbildung in Großbritannien

IPR Advanced Certificate und IPR-Diploma

Zertifizierung von Uni-Kursen in GB und im Ausland

18 IPR-zertifizierte universitäre Studiengänge

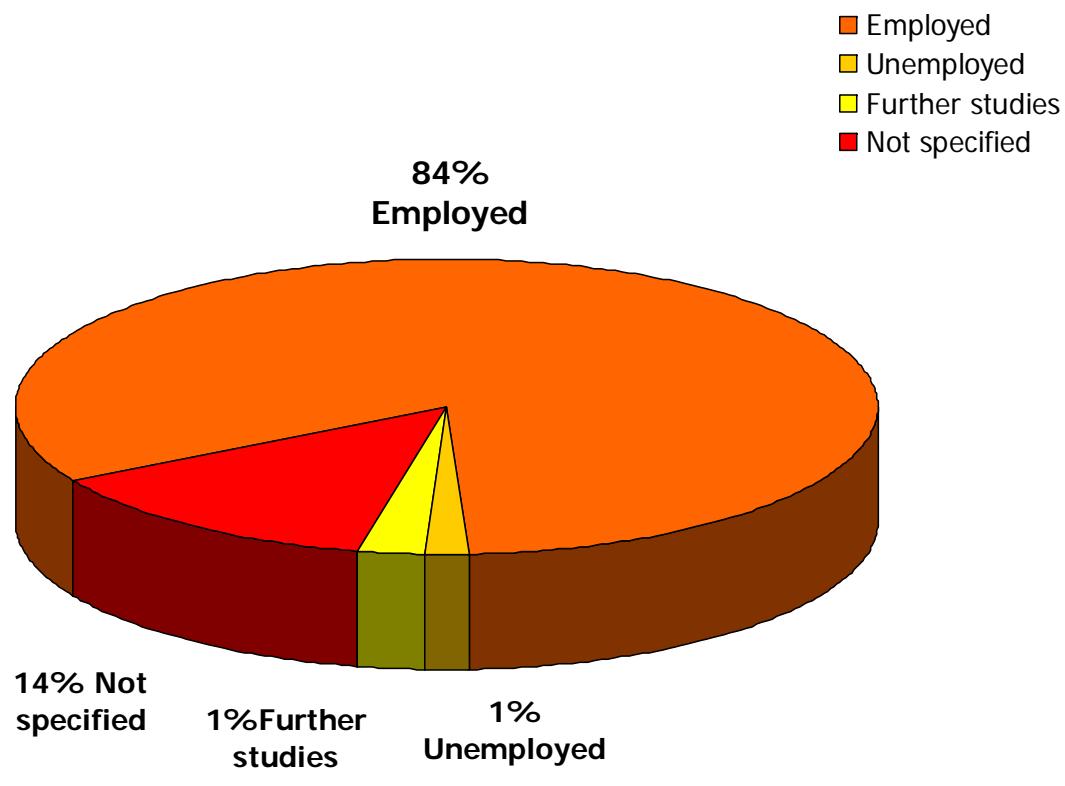
IPR Scientific Conference

IPR Careers Day

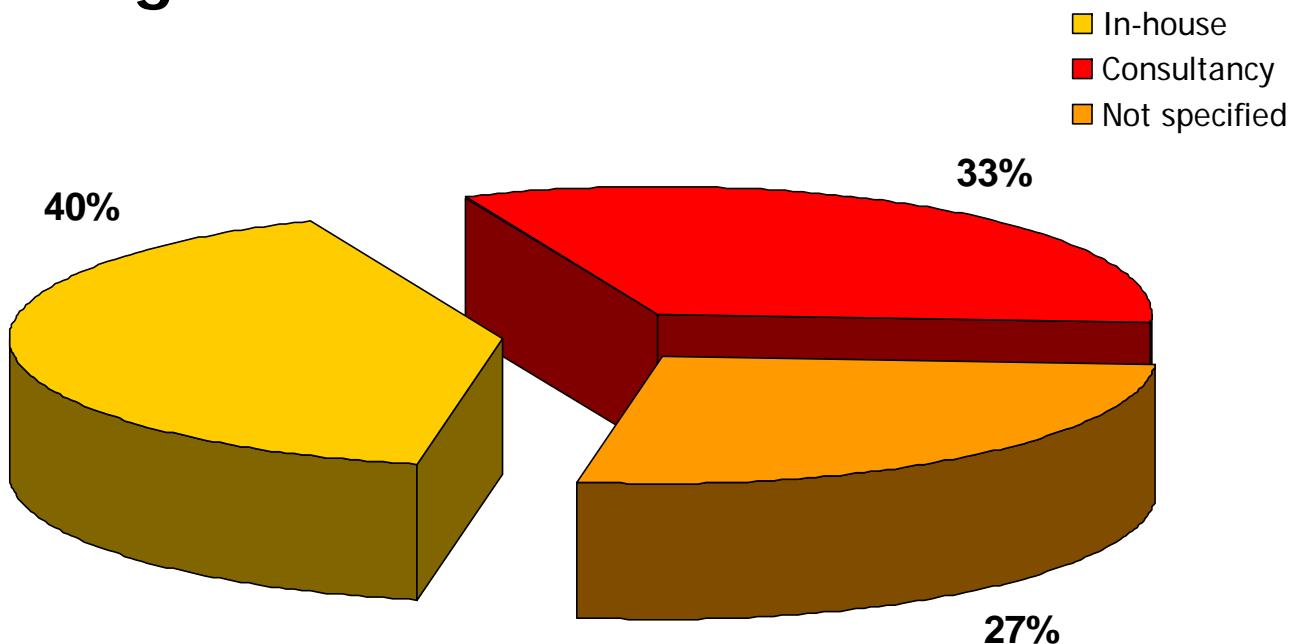


Situation für Berufseinsteiger

340 Absolventen insgesamt



Beschäftigung In-House oder auf Agenturseite?

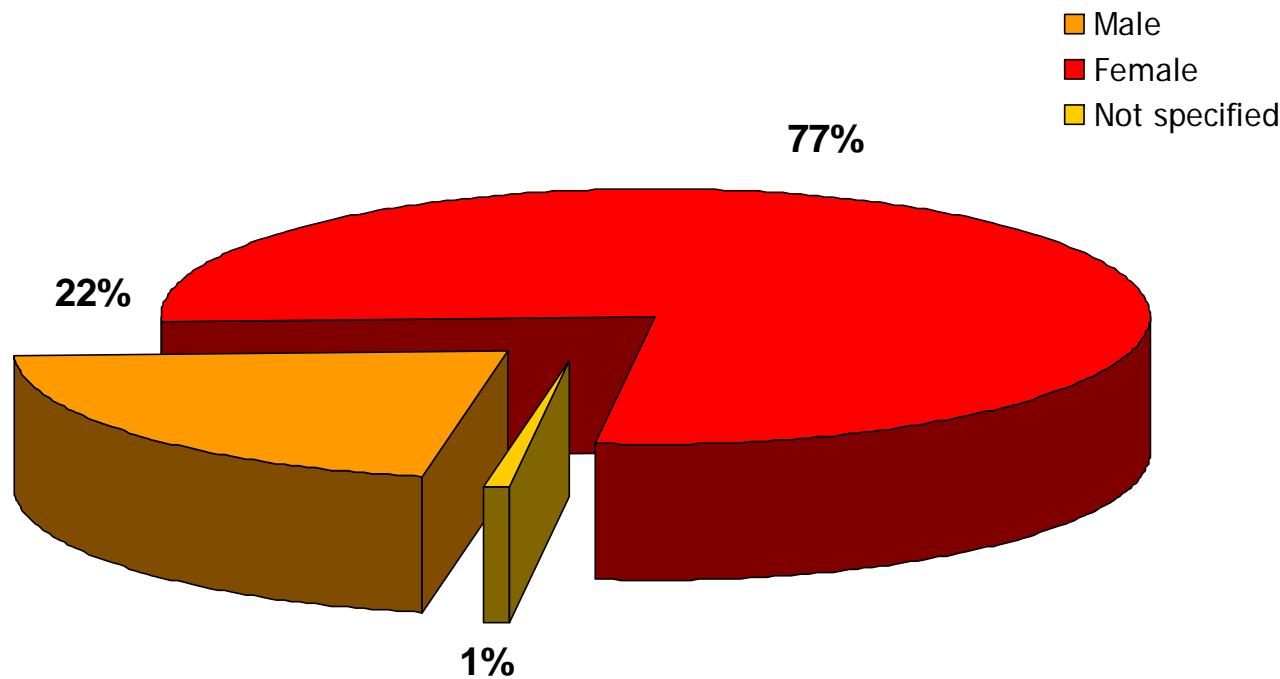


■ In-house
■ Consultancy
■ Not specified





Geschlecht der Absolventen





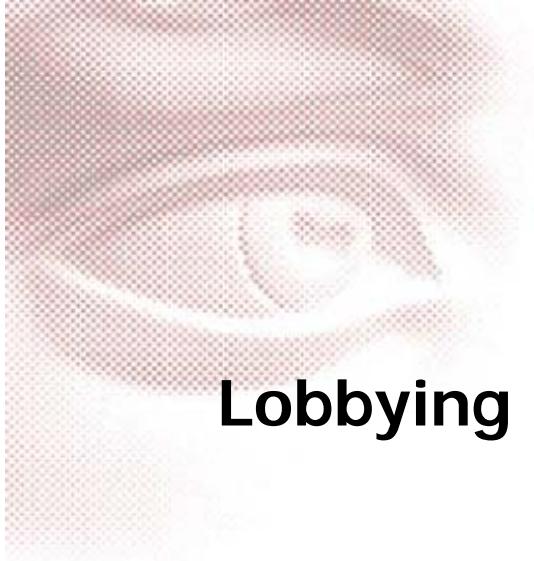
Spezialgebiete

Investor Relations – Beziehungen mit der CITY

Healthcare/Pharma

Lobbying





Lobbying

Jo Moore Skandal / Phillis Review

Managing Public Affairs:
Von der politischen Kommunikation
zum politischen Marketing

Lars Rademacher (Hrsg.)

Lit Verlag Münster, 2004





International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





Media Relations

Persönliche Kontakte

Anbieten der Themen über das Telefon

Hohe Kreativität ("PR-Stunts")



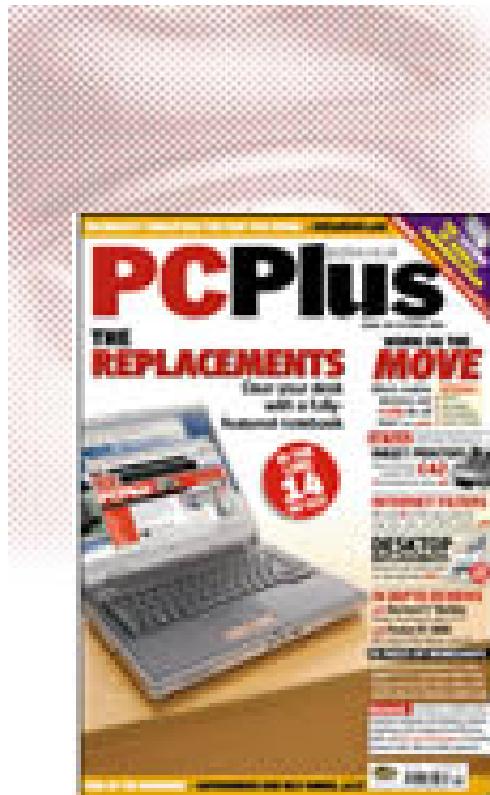


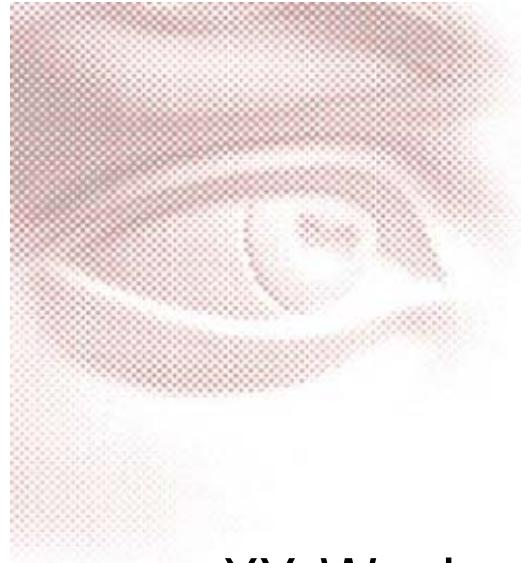
Das angewandte Modell eines typischen

Beziehungspflegekreislaufs

zwischen PR-Beratern und
Journalisten im Vereinigten
Königreich Großbritannien







Media Relations

XY-Woche (Horseracing Awareness Week)

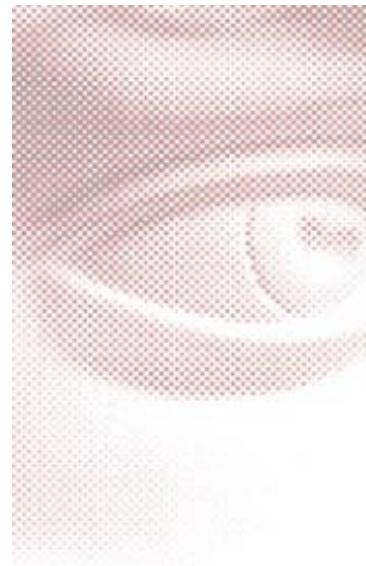
Umfragen

Nackte Tatsachen, Skandale, Tiergeschichten

Celebrities

CSR





P. J. Polk





International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





Medien - Politik

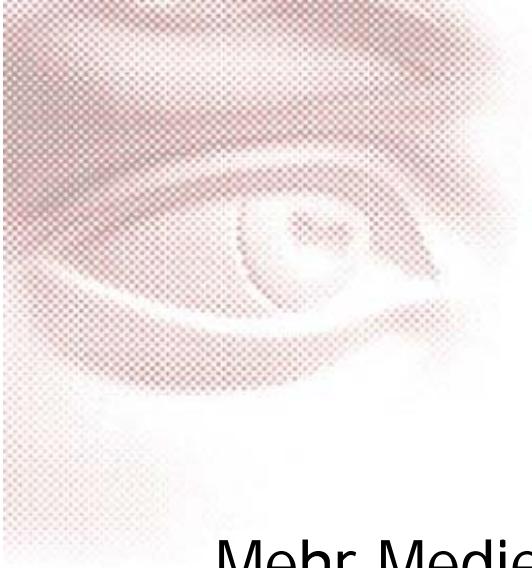
“Love – Hate Relationship” ohne “Love”

Abnehmende Bedeutung der politischen Berichterstattung

Zuschauer beteiligen sich aktiv am Programm

BBC - Krise





Strategische PR-Ebene ("PR-Manager")

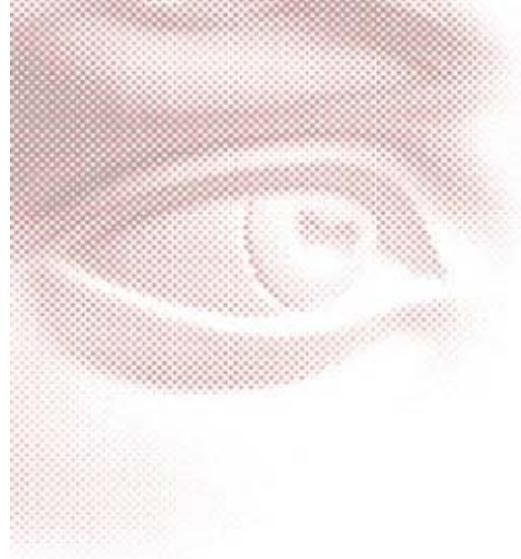
Mehr Medien-gerichtet als Management-gerichtet

30% der Top-Kommunikatoren sitzen im executive committee, keiner im Vorstand

PR-Absolventen schlechter angesehen als Business-Absolventen

PR-Jobs werden als Technik-lastig empfunden





Die Zukunft

“Unlocking the potential of Public Relations”

Grosse Bestandsaufnahme der PR-Erfolgsfaktoren,
Verbesserungspotentiale und Risiken in GB

Daraus abgeleitet:

IPR-Strategie für die kommenden fünf Jahre





Was haben wir jetzt den Anderen voraus?

International Public Relations

Die britische Medienlandschaft

Der britische PR-Markt

Media Relations in Großbritannien

Spannungsfeld Medien - Politik





Thorsten Lützler

Mail@Thorsten-Luetzler.de

www.ipr.org.uk

www.ipr.org.uk/csr

www.cerp.org

www.globalpr.org





IPR



IPR Policy-Beispiele

DTI OFR Working Group on Materiality

DTI Consultation and Information Directive

Wick's Committee ninth report:

"Defining the Boundaries within the Executive:
Ministers, Special Advisers and permanent Civil Service"





corbis.com





Corporate Social Responsibility

An introduction



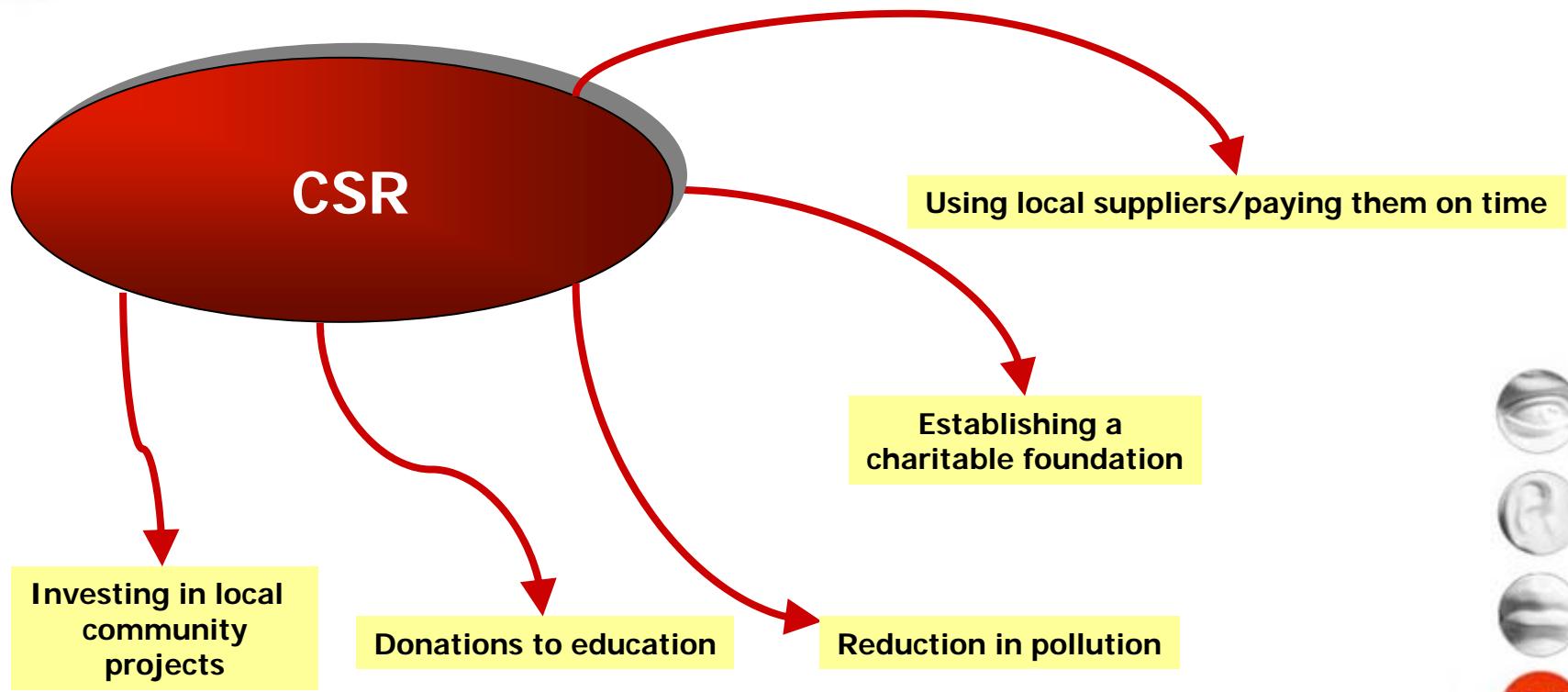


What is CSR?

CSR
concerns a company's
strategic action of
goodwill towards
stakeholders



Examples?





CSR

a company's effort to solve social problems caused by a company

a strategic decision in which a company undertakes an obligation to society

a process by which a company manages its relationships with groups that have the capacity to influence an organisation's ability to succeed in its chosen endeavours



Watch out for stakeholders



Better informed than ever before

More active and powerful when expressing concerns

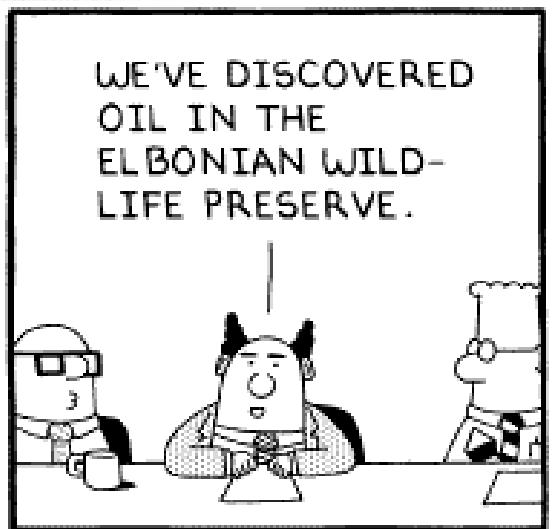
Increasing professionalism in addressing companies or the general public





New hobby:
Uncovering irresponsible business practice





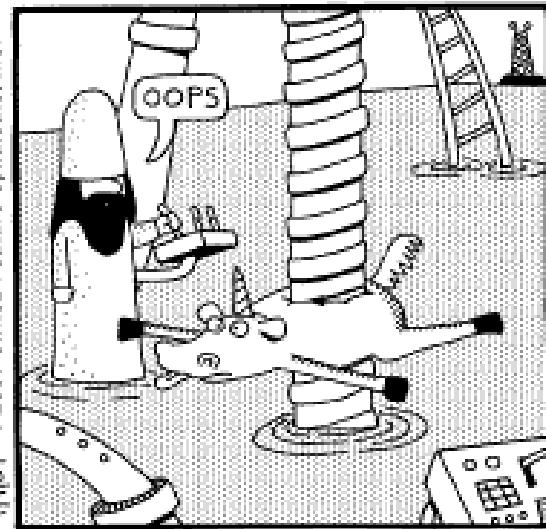
scottadams@pac.com

www.dilbert.com



scottadams@pac.com

© 2001 United Feature Syndicate, Inc.



Copyright © 2001 United Feature Syndicate, Inc.
Redistribution in whole or in part prohibited





Why is CSR important?

- Growth of ethical consumer
- Increasingly sceptical media
- Larger and larger companies
- Maintain reputation
- Building competitive advantage





Competitive advantage

Free market economy in the UK

Companies perceived as socially responsible appear more favourable to consumers





CSR and financial performance



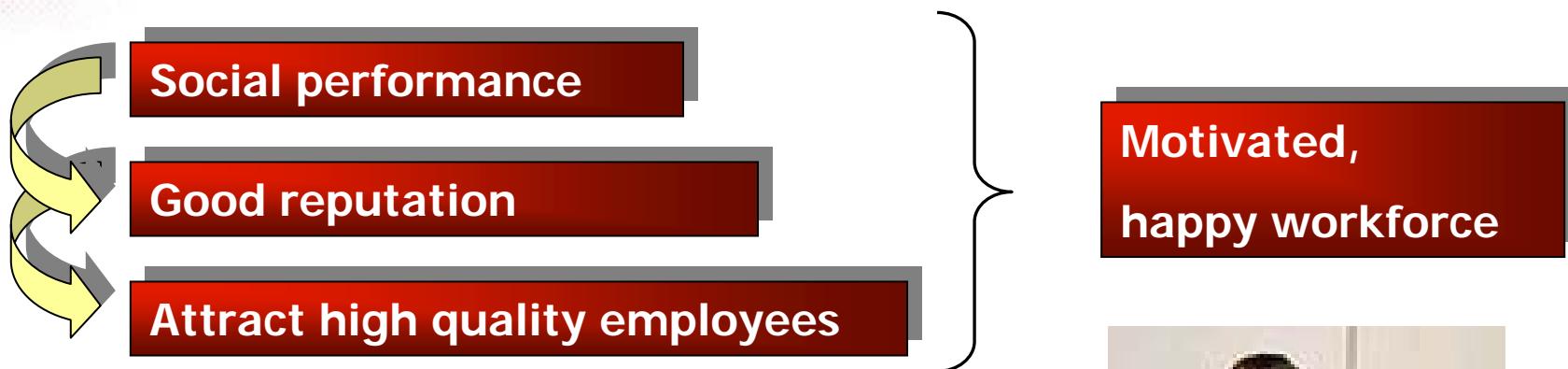
positive correlation between economic performance, CSR performance and disclosure

shareholder = key stakeholder





CSR and employees

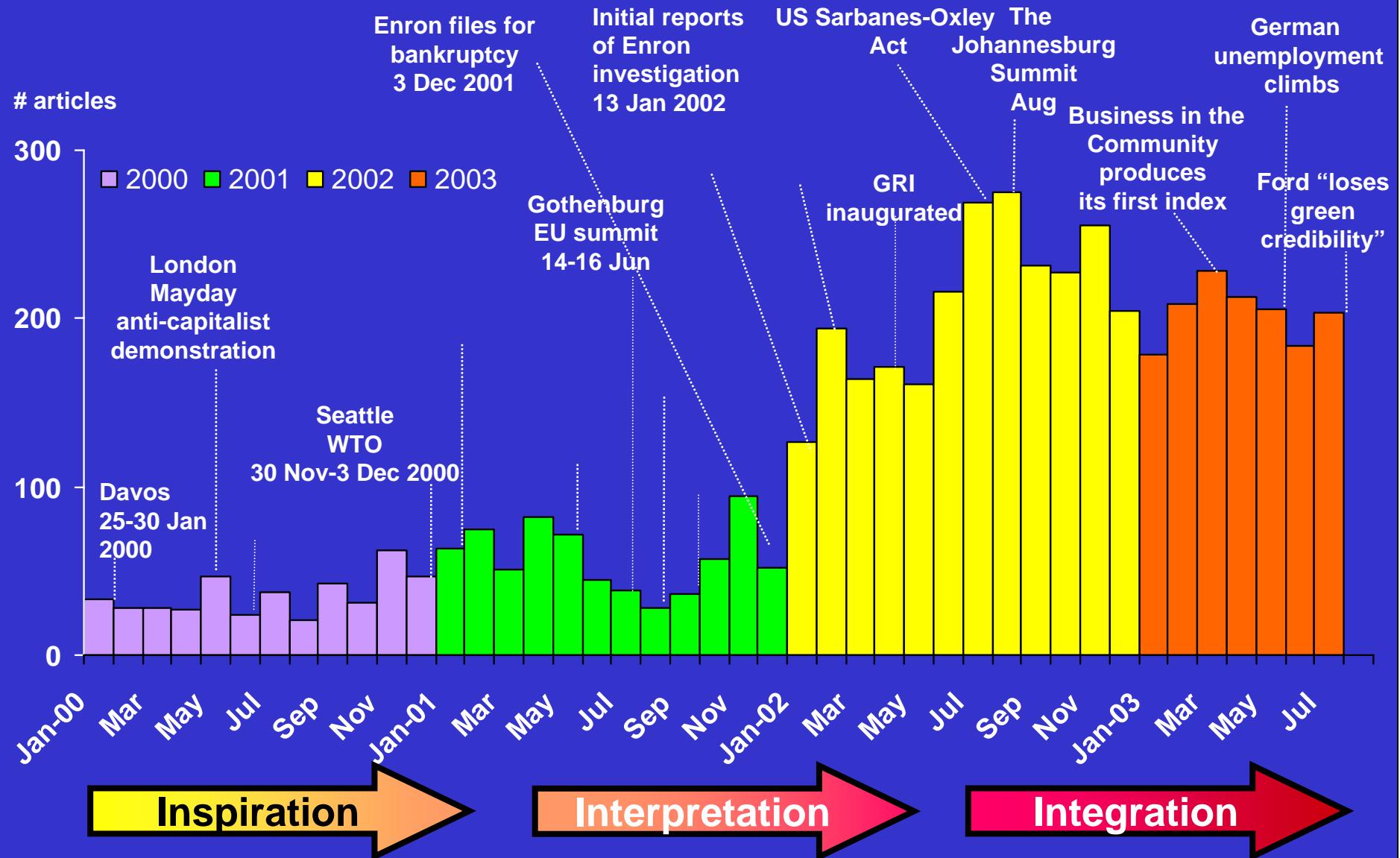




What
has all this
to do with
PR?

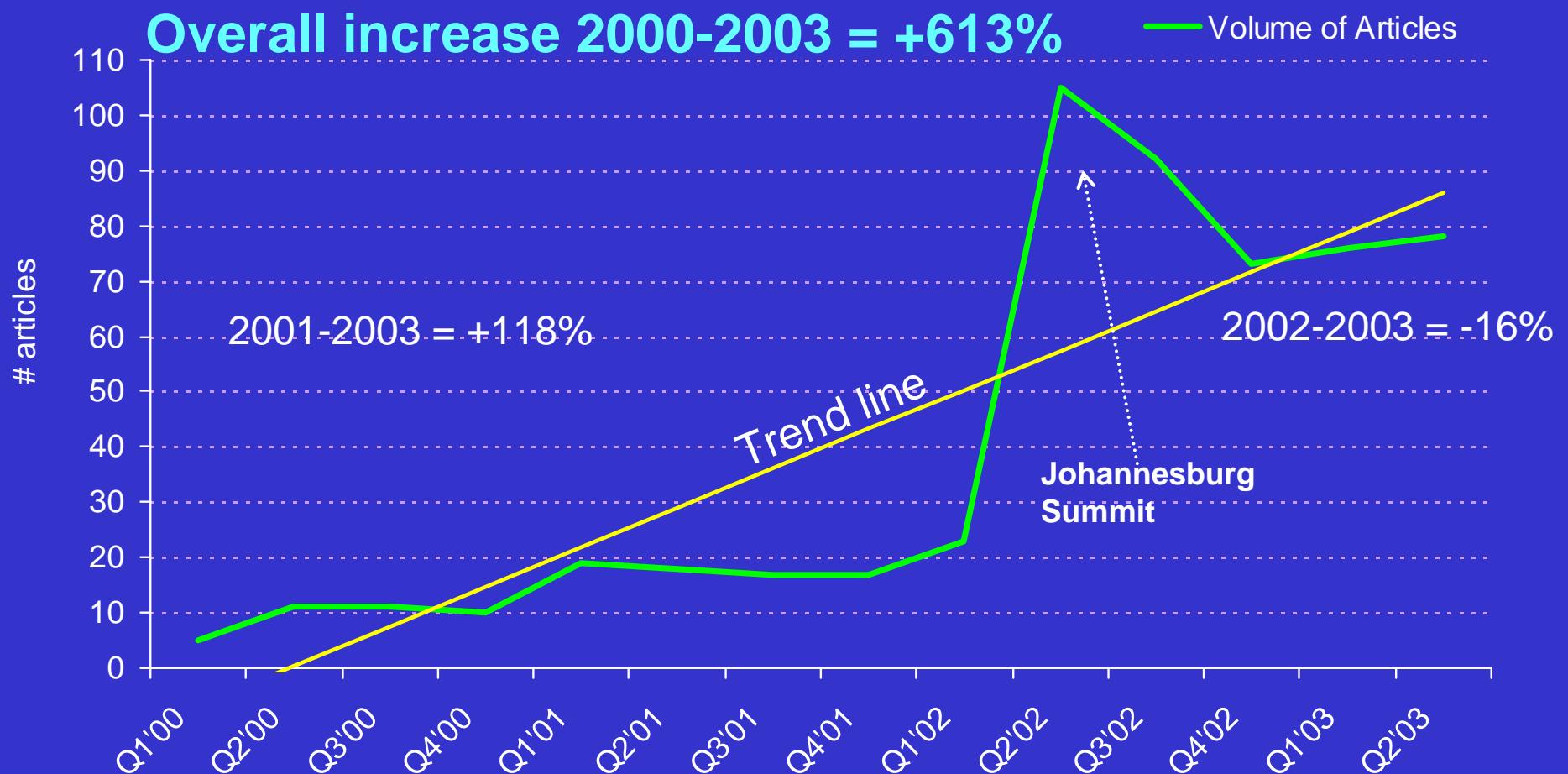


CSR in the media



Coverage of Ethical Investment

By Volume



Media coverage Jan 2000 to July 2003



UK: CSR-active terrain

Business has the responsibility to address community issues

CSR minister Stephen Timms MP

CSR policy for pension funds in 2000

Ethical stock market indices

IPR CSR Network and other CSR activities





Is PR not ethical enough?

The PR practitioner should be the most ethical person in the company



BUT: PR used for lying, distortion, selective disclosure, cover up



PR not perceived as ethical



CSR placed in those hands???





Thorsten Lützler

Mail@Thorsten-Luetzler.de

www.ipr.org.uk/csr

