

Besondere Rechtsvorschriften für die IHK-Weiterbildungsprüfung Fachwirt/Fachwirtin Public Relations

Die Industrie- und Handelskammer zu Köln erlässt aufgrund des Beschlusses des Berufsbildungsausschusses vom 20. März 2002 als zuständige Stelle nach § 46 Absatz 1 in Verbindung mit § 41 Satz 2 - 4 und § 58 Absatz 2 Berufsbildungsgesetz (BBiG) vom 14. August 1969 (BGBl. I S. 1112), zuletzt geändert durch das arbeitsrechtliche Beschäftigungsförderungsgesetz vom 25. März 1998 (BGBl. I, S. 596, 606), folgende besondere Rechtsvorschriften für die Prüfung zum anerkannten Abschluss „Fachwirt/Fachwirtin Public Relations“:

§ 1 Ziel der Prüfung

In der Prüfung soll die/der Bewerber/in nachweisen, dass sie/er alle praktischen und theoretischen Fähigkeiten, umfassende berufliche Erfahrungen, Kenntnisse und Fertigkeiten besitzt, um im Bereich der Public Relations die unterschiedlichsten Aufgaben zu erfüllen.

§ 2 Zulassungsvoraussetzungen

- (1) Voraussetzungen für die Zulassung zur Prüfung sind:
 1. eine mit Erfolg abgeschlossene Ausbildung als Werbekauffrau/-mann und eine weitere einschlägige Berufspraxis von mindestens zwei Jahren im Bereich der PR/Öffentlichkeitsarbeit oder
 2. eine mit Erfolg abgeschlossene Ausbildung in einem sonstigen anerkannten Ausbildungsberuf und eine weitere einschlägige Berufspraxis von mindestens drei Jahren im Bereich der PR/Öffentlichkeitsarbeit oder
 3. eine mindestens sechsjährige einschlägige Berufspraxis im Bereich der PR/Öffentlichkeitsarbeit.
- (2) Abweichend von Absatz 1 kann auch zugelassen werden, wer durch Vorlage von Zeugnissen oder auf andere Weise glaubhaft macht, dass er/sie Erfahrungen, Kenntnisse und Fertigkeiten erworben hat, die die Zulassung zur Prüfung rechtfertigen.

§ 3 Prüfungsfächer und Gliederung der Prüfung

- (1) Die Prüfung gliedert sich in folgende Prüfungsteile:
 1. Strategische Planung und Ziele der PR
 2. Medienanalyse / Medienstrukturen
 3. Klassische Pressearbeit
 4. Sonderformen der PR
 5. Wettbewerbs- und Medienrecht
 6. Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen
- (2) Die Prüfung wird schriftlich und mündlich durchgeführt.

§ 4 Schriftliche Prüfung

In den Fächern 1 – 6 ist eine schriftliche Arbeit unter Aufsicht anzufertigen. Die Bearbeitungsdauer beträgt in der Regel 90 Minuten pro Prüfungsfach.

§ 5 Mündliche Prüfung

- (1) Das in § 3 Abs. 1 Nummer 1 genannte Prüfungsfach ist in Form eines situationsbezogenen Fachgespräches mündlich zu prüfen. Das Fachgespräch ist nur zu führen, wenn in der schriftlichen Prüfung im Fach Strategische Planung und Ziele der Public Relations mindestens ausreichende Leistungen erzielt wurden.
Das Fachgespräch ist nach Inhalt und Form gesondert zu bewerten und soll 20 Minuten nicht überschreiten.
- (2) Die schriftliche Prüfung gemäß § 4 kann auf Antrag des Prüfungsteilnehmers oder zur eindeutigen Beurteilung der Prüfungsleistung nach Ermessen des Prüfungsausschusses durch eine mündliche Prüfung ergänzt werden. Dem Antrag des Prüfungsteilnehmers ist stattzugeben, wenn die schriftliche Prüfungsleistung mit weniger als 50 Punkten aber mindestens mit 40 Punkten bewertet wurde. Der Antrag ist abzulehnen, wenn mehr als eine Prüfungsleistung mit weniger als 50 Punkten bewertet wurde. Die einzelne Ergänzungsprüfung soll in der Regel nicht länger als 10 Minuten dauern.
Die Bewertung der schriftlichen Prüfungsleistung und die der Ergänzungsprüfung werden zu einer Note zusammengefasst. Dabei wird die Bewertung der schriftlichen Prüfungsleistung doppelt gewichtet.

§ 6 Bestehen der Prüfung

Die Prüfung ist bestanden, wenn der/die Prüfungsteilnehmer/in in allen Fächern und in dem Fachgespräch mindestens ausreichende Leistungen erzielt hat.

§ 7 Prüfungsanforderungen

Die Prüfung erstreckt sich auf die nachfolgenden Sachgebiete in den genannten Prüfungsfächern:

1. Strategische Planung und Ziele der Public Relations

- 1.1 Zielbildung in der Public Relations
 - Visionäre, strategische und taktische Ziele
- 1.2 Positionierung
- 1.3 Strategien der Public Relations
- 1.4 Taktiken der Public Relations

2. Medienanalyse/Medienstrukturen

- 2.1 Grundlagen, Aufbau und Strukturen
- 2.2 Evaluation und Medienresonanzanalyse
 - Printmedien
 - Hörfunk und TV
 - Neue Medien

3. Klassische Pressearbeit

- 3.1 Grundlagen
- 3.2 Die Presselandschaft
- 3.3 Die Redaktion
- 3.4 Presstexte/Sprache im Journalismus
- 3.5 Organisation der Pressearbeit

4. Sonderformen der Public Relation

- 4.1 Sponsoring

- 4.2 Lobbying
- 4.3 Fund Raising
- 4.4 Product Placement/Produkt-PR
- 4.5 Events

5. Wettbewerbs- und Medienrecht

- 5.1 Liefer- und Leistungsverträge
 - Agenturverträge
- 5.2 Werberecht national wie international (EU)
 - Grundlagen des UWG
- 5.3 Medienrecht
 - Presserecht
 - Urheberrecht
 - Lizenzrecht
 - Musikrecht
 - Autorenrecht
 - Film- und Fernsehrecht
- 5.4 Grundlagen des Arbeitsrechts

6. Betriebs- und volkswirtschaftliche Grundlagen

- 6.1 Betriebswirtschaftslehre
 - Aufgaben, Ziele, Begriffsbestimmung
 - Rechtsform der Unternehmen
 - Betriebliche Funktionen
(Beschaffung, Lagerhaltung, Produktion, Absatz, Finanzierung, Investitionen)
 - Kosten- und Leistungsrechnung
 - Betriebswirtschaft in der Kommunikationswirtschaft
- 6.2 Grundlagen der Volkswirtschaftslehre
 - Wesen, Aufgaben und Grundbegriffe der Volkswirtschaftslehre
 - Wirtschaftssystem und Wirtschaftskreislauf
 - Märkte und Marktformen
 - Geld, Konjunktur, Wachstum, Außenwirtschaft
 - Bedeutung der Kommunikations-/Medienwirtschaft

§ 8 Inkrafttreten, Genehmigung

Diese Rechtsvorschriften treten am ersten Tage des auf die Verkündung im Mitteilungsblatt der Kammer „markt+wirtschaft“ folgenden Monats in Kraft.

Industrie- und Handelskammer zu Köln

Alfred Freiherr von Oppenheim
Präsident

Dr. Herbert Ferger
Hauptgeschäftsführer

Die Genehmigung des Ministeriums für Wirtschaft und Arbeit des Landes Nordrhein-Westfalen ist am 20.10.2004 erteilt worden.