

## **Information für die Medien**

### **DPRG zeichnet Medien der Internen Kommunikation aus**

**„inkom. Grand Prix 2010“: Springer-Verlag und Deutsche Telekom gewinnen in Kategorie Print, Deutsche Post DHL siegt in Kategorie Intranet**

**Top-Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen stehen Verlagsmedien nicht mehr nach**

**Intranet-Trend in Unternehmen: Weg vom „Informationsmüll“, hin zum schnellen Auffinden**

**Uni Siegen entwickelte wissenschaftliches Intranet-Bewertungsverfahren**

Berlin, 2. Juli 2010 – Der Verlag Axel Springer-Verlag und die Deutsche Telekom dürfen sich als Herausgeber der besten deutschsprachigen Mitarbeiterpublikation bezeichnen. Und die Deutsche Post DHL kann für sich in Anspruch nehmen, das beste Intranet zu betreiben. Grundlage dafür ist das Ergebnis beim „inkom. Grand Prix 2010“, dem ältesten Wettbewerb für Mitarbeitermedien in Deutschland. In diesem Jahr fand in Berlin am 2. Juli in der Hauptstadt-Dependance der GTZ – Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit die 15. Preisverleihung statt. In der noch jungen Kategorie Intranet war es erst die zweite.

Springers Mitarbeitermedium „inside.mag“ wiederholte damit den Vorjahreserfolg, das Mitarbeitermagazin „you and me“ der Deutschen Telekom kletterte auf einen Spitzenplatz.

Die drei ersten Preisträger Axel Springer Verlag, Deutsche Telekom und Deutsche Post DHL wurden zudem auf die Shortlist für den Internationalen Deutschen PR-Preis gesetzt, den DPRG und F.A.Z.-Institut am 17. September 2010 in Wiesbaden vergeben.

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) als Initiator dieses Medienpreises registrierte mit dieses Jahr knapp 70 Einsendungen zwar weniger Teilnehmer als 2009. „Dafür ist aber die Qualität der Leistungen in der Breite deutlich gestiegen“ und es sind zahlreiche neue Einreicher hinzugekommen“, erklärte DPRG-Vorstand Dr. Gerhard Vilsmeier. Die

Einsendungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz werden in der Konzeption, den Texten, Fotos und im Layout von einer fünfköpfigen Jury bewertet.

Das Gros dieser Unternehmensmedien erscheint mittlerweile im DIN A4-Format mit einer immer stärkeren Magazin-Gestaltung. Vilsmeier, in dem Berufsverband unter anderem für die Interne Kommunikation verantwortlich: „Die Top-Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen brauchen den Vergleich mit den Verlagsmagazinen nicht mehr zu scheuen. Und die redaktionellen Mitarbeiter in den Unternehmen arbeiten mittlerweile schon crossmedialer als die journalistischen Kollegen in den Verlagshäusern, Rundfunk- und Fernsehanstalten.“ Dieser Multimedialität zolle auch der inkom. Grand Prix zunehmen Rechnung und werde in diese Richtung weiterentwickelt.

Insbesondere die Intranet-Anstrengungen in den Unternehmen seien mittlerweile von dem richtungsweisenden Ansatz geprägt, dieses elektronische Medium nicht mehr mit Informationen „zuzumüllen“.

Prof. Gebhard Rusch vom Institut für Medienforschung an der Universität in Siegen: „Inzwischen geht es nicht mehr darum, alles ins Intranet zu stellen, sondern die Informationen klar und einfach zu strukturieren, damit sie auch wieder gefunden werden!“ Rusch hat mit seinem Team eine wissenschaftliche Bewertungsgrundlage für das Intranet erarbeitet und führt im Auftrag der DPRG die Bewertungen im Rahmen des inkom. Grand Prix durch. Trotz um die Hälfte weniger Einreichungen, die auch etwas mit der Zugangssicherheit zum Intranet (insbesondere bei Banken) zu tun haben, sei die Qualität bemerkenswert. Dies gelte insbesondere für den diesjährigen Sieger in dieser Kategorie: die Deutsche Post DHL.

## **Die Platzierungen im Überblick (Titel, Herausgeber):**

### **Mitarbeiterzeitschriften/-zeitungen, erster Preis**

- „inside.mag“, Axel Springer AG
- „you and me“, Deutsche Telekom AG

### **Mitarbeiterzeitschriften/-zeitungen, zweiter Preis**

- „Bosch-Zünder“, Robert Bosch AG.
- „DB Welt“, Deutsche Bahn AG.
- „Spitzmarke, KOOB Agentur für Public Relations.
- „direkt“, Bayer AG.
- „Forum“, Deutsche Bank AG.
- „Commerzbanker“, Commerzbank AG.
- „Wintershall Information“, Wintershall Holding GmbH.

- „autogramm“, Volkswagen AG.
- „one“, UniCredit Group.

### **Mitarbeiterzeitschriften/-zeitungen, dritter Preis**

- „Y – Das Magazin der Bundeswehr“, Bundesministerium für Verteidigung.
- „Folio“, Evonik Industries AG.
- „team:“, RWE AG.
- „atrium“, TOTAL Deutschland GmbH.
- „RocheNachrichten“, F. Hoffmann-La Roche AG.
- „life“, Vaillant Group.
- „Carl Zeiss im Bild/CZiB“, Carl Zeiss AG.
- „intern“, ING-DiBa AG.

### **Mitarbeiterzeitschriften/-zeitungen, Sonderpreis**

- „Extrawurst“, Fleischerei Richter GmbH (Oederan/Sachsen).

### **Intranet, Platz eins**

- Deutsche Post DHL AG

### **Intranet, Platz zwei**

- Orange Austria Telecommunication GmbH

### **Intranet, Platz drei**

- Helios Kliniken GmbH

### **Ansprechpartner/ Kontakt**

Michael Kalthoff-Mahnke  
Bundesgeschäftsführer

DPRG e. V. Bundesgeschäftsstelle  
Marienstraße 24  
10117 Berlin-Mitte

Telefon +49 (0) 30 8040 9733  
Telefax +49 (0) 30 8040 9734  
Mobil +49 (0) 171 8362410  
E-Mail kama@dprg.de  
Web www.dprg.de

**DPRG – so vielfältig wie die Branche!**

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) ist ein starker Berufsverband für alle Kommunikations- und PR-Fachleute. Er wurde 1958 in Köln gegründet. Seine rund 3000 Mitglieder repräsentieren die Vielfalt der Kommunikationsbranche in Deutschland. Der Berufsverband bietet ein kommunikatives Netzwerk, das Praktiker und Theoretiker sämtlicher Kommunikationsdisziplinen zusammenbringt, fördert den PR-Nachwuchs und engagiert sich für die weitere Professionalisierung des PR-Berufsstandes. Sitz der Bundesgeschäftsstelle ist Berlin. Der Bundesverband, die neun Landesgruppen, die elf Facharbeitskreise sowie die Junioren bieten 2010 bundesweit mehr als 130 hochkarätige Veranstaltungen an. Die DPRG ist Träger des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR) und Mitgesellschafter der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft GmbH (PZOK).