

Uprava Slovenskega društva za odnose z javnostmi v sestavi:

mag. Natalija Postružnik – predsednica
Aleksander Salkič - podpredsednik
Gregor Kos – podpredsednik

**v času januar 2006 – december 2006
podaja:**

POROČILO O DELU

[Pregled izvedenih aktivnosti po programskih sklopih](#)

➤ Strokovna srečanja članov PRSS

V letu 2006 so **Srečanje komunikatorjev iz omrežne skupine 02** postala plačljiva za nečlane društva, saj ocenjujemo, da so brezplačna srečanja prednost naših članov. Vodja organizacije srečanj 02 je ostala pobudnica Petre Slanič iz podjetja S. Oliver SLO. Srečanja so se v letu 2006 vrstila vsak drugi mesec, saj je bila želja udeležencev srečanj, da bi se lahko udeležili tako srečanj v 01 kot v 02. Vsakega od srečanj se je udeležilo od 20 do 40 ljudi in vsa so prejela dobre ocene.

8. *srečanje omrežne skupine 02 (14. februar 2006):* **Lobiranje**, predaval je **Božidar Novak** iz SPEMa, gostiteljica je bila Lidija Novak, ŠOUM.
9. *srečanje omrežne skupine 02 (11. april 2006):* **Okrogla miza o odnosih z zaposlenimi**, pogovor je vodila **Jana Bogdanovski** iz agencije Imelda Ogilvy, pri okrogli mizi pa so sodelovali **Darinka Pavlič Kamien**, vodja službe za OJ pri Telekomu Slovenije, **Božena Steiner**, vodja razvoja kadrov iz Premogovnika Velenje, **Viktor Vild**, poslovni sekretar v Zavarovalnici Triglav, OE Murska Sobota in **Branko Medik**, sekretar Območne organizacije Sindikata kovinske in elektroindustrije za Podravje. Gostiteljica je bila Karin Zagomilšek iz podjetja Elektro Maribor.
10. *srečanje omrežne skupine 02 (13. junij 2006):* O **organizacija dogodka**, je predavala **Ladeja Godina Košir** svetovalka za komuniciranje in partnerka Inštituta za poslovno rast in kreativnost. Jubilejno 10. srečanje je gostila Mira Rupnik iz Term Maribor.
11. *srečanje omrežne skupine 02 (10. avgust 2006):* Predavanje o **učinkoviti rabi interneta v odnosih z javnostmi** pa je izpeljal **Gašper Čehovin** iz Parsek Interactive. Gostil nas je Franc Vrtič, tiskovni predstavnik Policijske uprave Maribor.
12. *srečanje omrežne skupine 02 (12. september 2006):* Svoje izkušnje, želje in predstave o **poslovnem obdarovanju** smo izmenjali z Ano Ivandič, kreativno direktorico v agenciji za integrirane komunikacije **Formitas**. Na Ptuj nas je gostila mag. Adriana Čeh, vodja marketinga v podjetju Tenzor.
13. *srečanje omrežne skupine 02 (12. december 2006):* O **kriznem komuniciranju** je predavala **Simona Rodež** iz podjetja Genea. V mehiški restavraciji Tako's v Mariboru nas je gostila Nina Kirbiš.

Tudi v letu 2006 smo nadaljevali s **Srečaji poslovnih komunikatorjev iz omrežne skupine 01**. Prav tako kot v Mariboru smo jih pripravljali vsak neparni mesec, tako da so se izmenjavala s srečaji v Mariboru. Organizacijo je še naprej vodila **Nina Tomažin** iz PR Obrata s svojo ekipo. Srečanja v Ljubljani so ostala brezplačna za člane društva in plačljiva za ostale udeležence.

4. *srečanje omrežne skupine 01 (26. januar 2006):* **Slovenska nogometna pravljica** o ozadju kritičnih dogodkov na svetovnem prvenstvu v nogometu v Koreji in na Japonskem, kdo so bili glavni akterji spora ter kako bi se lahko izognili veliki medijski aferi so nam zaupali: slovenska nogometna športna urednika **Goran Obrez** (EKIPA), **Mitja Lomovšek** (Slovenske Novice), družbo pa jima je delal **Uroš Stanič**, predstavnik odnosov z javnostmi pri NZS, pogovor je povezoval **Gregor Lednik** Zavarovalnica Maribor.
5. *srečanje omrežne skupine 01 (2. marec 2006):* O **novem predlogu zakona o medijih** so govorili

dr. Sandra Bašić Hrvatin, predsednica sveta za radiodifuzijo, **Gregor Repovž**, predsednik Društva novinarjev Slovenije, **Igor Prodnik**, generalni direktor Direktorata za medije Ministrstva za kulturo, in **Sonja Trančar**, podsekretarka Direktorata za medije Ministrstva za kulturo.

6. *srečanje omrežne skupine 01 (20. junij 2006): Okrogla miza z naslovom Kako pripraviti dobro interno glasilo.* Na okrogli mizi, ki jo je povezovala predsednica SIK **Vesna Petkovšek**, Gorenje, so razpravljale članice žirije za nagrado Papyrus 2006 **mag. Nada Mihelec** z agencije Modra celica, ki je ocenjevala komunikacijsko vrednost glasil, **Jana Petkovšek**, novinarka Dnevnika, ki je glasila ocenjevala z vidika novinarstva in kakovosti jezika ter **Maja Perko**, tehnične urednica časnika Finance, ki je ocenjevala grafično oblikovanje.
7. *srečanje omrežne skupine 01 (avgust 2006);* Družabno srečanje na Paintballu je odpadlo zaradi slabega vremena.
8. *srečanje omrežne skupine 01 (20. september 2006);* O **lobiranju** je predaval **Miloš Čirič**, lobist in svetovalec predsednika uprave Zavarovalnice Maribor.
9. *srečanje omrežne skupine 01 (23. november 2006);* O **komuniciranju z lokalnimi skupnostmi** smo prisluhnili **Špeli Polak**, starejši svetovalki v agenciji Pristop.

➤ **Izobraževalne delavnice in predavanja**

Organizirali smo izobraževalne delavnice in predavanja za člane PRSS z naslednjimi vsebinskimi temami:

Delavnica Prizma (20. april 2006), z naslovom: **Kako pripraviti strategijo komuniciranja, postaviti cilje, opredeliti vire in meriti učinkovitost.** Delavnico je vodil **Matjaž Klipšteter** iz Future PR, letošnji predsednik žirije Prizma, svoja zmagovalna programa sta najprej predstavili dve lanski dobitnici Prizme, **agencija Formitas in agencija Pristop**. Obilico koristnih nasvetov glede priprave odličnega komunikacijskega programa je nato podala še **Barbara Gibson, predstavnica uprave IABC** (International Association of Business Communicators) za področje Evrope in Srednjega Vzhoda. V praktičnem delu delavnice pa so se udeleženci skupaj urili v pripravi učinkovitega komunikacijskega programa.

Predstavitve razvojnega projekta »Mladim materam/družini prijazno podjetje« (20. april 2006), projekt in cilje akcije so nam predstavili dr. Aleksandra Kanjuo-Mrcela (problematika in fragmenti iz raziskovalnega dela), Aleš Kranjc Kušlan (pilotsko podeljevanje znaka "Družini prijazno podjetje") in mag. Barbara Žaucer (komuniciranje na projektu).

Novi pristopi v komuniciranju, delavnica s hojo po žerjavici (22. september 2006), vodil jo je **Franjo Trojnar**. 20 članov društva se je seznanilo z novimi tehnikami in pristopi s komuniciranju. Da bi presegli omejujoča prepričanja in v sebi prebudili novo življenjsko energijo, smo delavnico zaključili z vajami za sproščanje in hojo po žerjavici.

➤ **Klub diplomantov PR Šole**

Upravljanje odnosov s kupci (CRM) (1. februar 2006), o upravljanju odnosov s kupci, ki ostaja ena od najbolj obetavnih trženjskih rešitev v zadnjih letih je spregovoril **Peter Curk iz podjetja Si.mobil**.

Delavnic, srečanj in izobraževanj se je skupaj udeležilo približno **450 oseb**.

➤ Mednarodne aktivnosti

PRSS je 2. februarja 2006 ponovno vzpostavil sekcijo **IABC Slovenija- International Association of Business Communicators (IABC)**; na ustanovni seji se je sestala iniciativna skupina, ki se je odločila, da ponovno oživi sekcijo IABC (Mednarodnega združenja poslovnih komunikatorjev) v Sloveniji. Člani iniciativne skupine so se odločili, da bo sekcija IABC v Sloveniji običajna sekcija s polnopravnim članstvom, kjer se posamezniki individualno in neposredno včlanijo v mednarodno združenje IABC.

Nagrado **Gold Quill** za najboljšo komunikacijsko strategijo, ki jo podeljuje združenje IABC, sta prejeli kar dve naši članici - Vita Kernel (GQA for Excellence) in Ivanka Mihelčič (GQA Merit).

28. marca 2006 je bilo v Banja Luki ustanovljeno **Udruženje za odnose sa javnošču Republike Srpske** – UOJRS (Public Relations Organization of Republic Srpska – PRO RS), ki ga je podprlo tudi Slovensko društvo za odnose z javnostmi.

V komisiji za izbor **nagrade Excel** za odličnost v komuniciranju menedžerjem, na Evropski konferenci mednarodnega združenja poslovnih komunikatorjev (Eurocomm) na Irskem, je sodelovala tudi mag. Natalija Postružnik, predsednica uprave PRSS in pridružena članica upravnega odbora IABC za Evropo in Srednji Vzhod.

4. marca je bila ponovno vzpostavljena **Evropska konfederacija nacionalnih združenj za odnose z javnostmi (CERP)**, v katero so vključena vsa večja nacionalna združenja za odnose z javnostmi v Evropi, tudi slovenski PRSS. Mag. Natalija Postružnik (predsednica uprave PRSS) je postala novo izvoljena članica upravnega odbora.

➤ PR zbirka

V sodelovanju med PRSS in GV Založbo je doslej izšlo **6 knjig** priznanih slovenskih in mednarodnih avtorjev. V letu 2006 je bila predvidena izdaja ene knjige, v letu 2007 pa treh.

Člani PRSS imajo 10-odstotni popust za vse knjižne zbirke GV Založbe z izjemo knjig s področja prava, kjer lahko uveljavljajo 5-odstotni popust. Vsi člani PRSS imajo 10-odstotni popust pri nakupu posameznih knjig iz Zbirke PR.

Dogovorili smo se tudi za prodajo knjig iz zbirke, ki so še na zalogi, na naših delavnicah in srečanjih po promocijski ceni in to tudi izvedli.

➤ Slovenska šola za odnose z javnostmi – PR Šola

9. marca se je pričela spomladanska PR Šola, ki jo je uspešno zaključilo 19 diplomantov. To je bila zadnja PR Šola, ki jo je organiziralo Slovensko društvo za odnose z javnostmi. Za to smo se odločili, ker je društvo nepridobitna dejavnost in se organizacija tovrstnih izobraževanj ni skladala s Temelnjim aktom društva. Glede na novi zakon o društvih in o neprofitnem poslanstvu PRSS je bila prodana blagovna znamka PR Šola Pristopy, PRSS pa je podprl obe izobraževalni šoli s področja odnosov z javnostmi v Sloveniji – PR Šolo in LSPR. Člani PRSS imajo ob vpisu v katerega koli od njiju 10-odstotni popust.

➤ **Certifikacija poklica**

V letu 2006 smo ustavili priprave na certifikacijo poklica zaradi strukturnih sprememb GZS. Zadnja aktivnost je bila udeležba na sestanku na GZS v juliju 2005, ko je Barbara Kranjc iz Službe za izobraževanje GZS sklicala sestanek, kjer je predstavila izsledke analize o potrebi po kadrih in izobraževanju. Na sestanek so bili povabljeni Toni Balažič, Nada Serajnik Sraka, Darinka Pek Drapal, Bojana Sever, Majda Dobravc, Bojana Leskovar, Darinka Pavlič Kamien in Andrej Škerlep. Sestanka so se udeležili Nada Serajnik Sraka, Bojana Sever, Barbara Kranjc in Mateja Verhovc Kajtner ter Ines Usar, ki sta se sestanka udeležili v imenu nove uprave. V letu 2007 bo ponovno vzpostavljen dialog z GZS, saj glede na izsledke raziskav med poslovno javnostjo ocenjujemo, da je certifikacija/licenciranje poklica in posameznikov znotraj PRSS pomembno za uveljavitev stroke in njenih standardov.

➤ Študentska sekcija PRSS (ŠS PRSS)

PRedigre

V letu 2006 smo nadaljevali z že tradicionalnimi izobraževalnimi delavnicami. Z začetkom po zimskem izpitnem obdobju, saj so naša ciljna javnost ravno študenti, ki pa v tem času študirajo in se pripravljajo na izpite in bi bile zato PRedigre neobiskane.

Delavnice in predavanja so opisane v nadaljevanju. PRedigre so potekale do maja, ker se potem začne poletno izpitno obdobje in prav tako ni obiska.

Teme:

Krizno komuniciranje
Organizacija časa
Osebnostne lastnosti dobrih piarovcev
Komuniciranje z mediji
PR v globalnih podjetjih
Predstavitev ŠS PRSS, Prime
Elektronsko trženje – trženje oglasnega prostora na internetu
Vladno komuniciranje z vidika novinarja
PR in varovanje okolja
PR političnih strank
Small talk na prireditvah – kako se izogniti nezaželenim temam
Vizualni mediji
Pomembnost zgodb za blagovne znamke
Kako do zaposlitve?
Šokiranje kot način komuniciranja

PR'kofi

Tudi v letu 2006 smo se člani dobivali tedensko na PR'kofi, kjer se pogovorimo o vseh projektih, pri katerih sodelujemo in pomagamo. Osebni stik in komunikacija nam omogoča vedno boljše delo. Tako se med seboj spoznamo in lažje sodelujemo na različnih projektih, hkrati pa lahko motiviramo nove člane za aktivno sodelovanje na različnih projektih.

PRIME

MoJa Ocvirk (predsednica PRIME) in Veronika Čop (podpredsednica PRIME) sta nadaljevali z delom v skladu s svojima funkcijama tudi v letu 2006, saj sta imeli mandat do novembra 2006.

V letu 2006 smo registrirali organizacijo PRIME v Ljubljani, tako ima sedaj sedež na Fakulteti za družbene vede.

Aktivno smo sodelovali pri mednarodnih projektih, pripravljali in objavljali prispevke in poročila o dogajanju na področju PR na nacionalni ravni in obiskali evropska kongresa v Bruslju in Barceloni.

PROJEKTI

Prostovoljstvo.org

V letu 2006 smo jim pomagali pri organizaciji in pripravah na festival mladih prostovoljcev, ki je potekal aprila 2006 po celi Sloveniji.

ProstoRož06/Reka

Trem mladim arhitektkam smo pomagali pri promociji njihovega vsakoletnega dogodka ProstoRož06/Reka, kjer je bila v ospredje postavljena Ljubljana in dogajanje ob njej. Uspešno smo projekt predstavili različnim javnostim, saj je bilo dogajanje in instalacije ob Ljubljani zelo obiskano.

Promocija SS PRSS

Tudi s promocijo študentske sekcije smo nadaljevali in jo nadgrajevali. Rubrika Komuniciranje v Reviji Študent je ostala tudi v letu 2006. Člani smo vsak mesec prispevali svoje članke in razmišljanja o različnih temah.

Teme:

Kaj sploh je komuniciranje?
Znam brati oglase
Komuniciranje? Po PiaRovsko!
Križa podjetja – priložnost ali nadloga?
Biti ali ne biti še boljši!
Identiteta, podoba, ugled
Stiki? Ne ... odnosi!
In kaj je PR?
Komuniciranje v športu ... in Barcelona

Vsi članki so objavljeni tudi na spletni strani SS PRSS www.mojPiaR.net.

➤ Sekcija internih komunikatorjev (SIK)

V prvem letu delovanja SIK v okviru PRSS smo izvedli kar nekaj aktivnosti, izvršni odbor se je sestel šestkrat. Osrednja dejavnost je bilo **tekmovanje za najboljši interni medij**, za katerega smo ga na podlagi predlogov članov SIK, glasovanja izvršnega odbora sekcije in v dogovoru z upravo PRSS izbrali ime **Papirus**. Po uspešnem zaključku tekmovanja in razglasitvi rezultatov smo izvedli **okroglo mizo z žirijo za nagrado Papirus**. V okviru omrežne skupine 02 smo organizirali in vodili **okroglo mizo o aktualnih perečih vprašanih s področja internega komuniciranja**, izdelali smo **predstavitveno gradivo za sekcijo**, objavili **dva prispevka v reviji PR2** in bili ves čas aktivni pri zasledovanju izboljšav pri svojem delu. V prvem letu delovanja smo »dosegli« več objav v medijih. Izpolnili smo skoraj vse točke iz zastavljenega programa (v novembru oziroma decembru je predvidena še anketna raziskava o zadovoljstvu članstva z delom SIK) in dodali nekatere aktivnosti, ki niso bile predvidene v programu dela za to leto.

1. Na ustanovnem sestanku sekcije 27. oktobra 2005 sta bila izvoljena Vesna Petkovšek za predsednico in Brane Janjič za podpredsednika SIK, izbrano je bilo ime sekcije – Sekcija internih komunikatorjev ali skrajšano SIK.

2. Na prvih delovnih sestankih je izvršni odbor pripravil kar nekaj sprememb na doslej uveljavljeni potek dela. Za tekmovanje Papirus je izvršni odbor pripravil spremembe tako pri pravilih tekmovanja, pri imenu in več manjših praktičnih popravkov za organizacijo in izvedbo tekmovanja. Predsednica je pripravila Program dela sekcije za leto 2006.

Predlog novega imena za tekmovanje za najboljšo interno glasilo (to se je doslej imenovalo Zlato pero) izhaja iz želje po izogibanju nesporazumom zaradi istoimenske nagrade, ki jo podeljuje IABC. Najprej je bila podan izziv pred vse člane SIK. Prišlo je nekaj predlogov, med katerimi je izvršni odbor na podlagi skupnega premisleka izluščil dve najboljši ideji – Papirus in Prava beseda. Obe sta imeli dobre argumente in tudi nekatere protiargumente. Na podlagi posvetovanja z upravo PRSS je bil izbran papirus, ki je bil predlog **Braneta Janjiča**.

3. Srečanje v podjetju, 25. maj 2006, Velenje

Za spomladansko srečanje v podjetju smo izbrali dan mladosti, dobili pa smo se v Gorenju, kamor sta povabili **Dagmar Vrtačnik** in **Vesna Petkovšek**. Srečanja se je žal udeležilo malo članov (10). Udeleženci so najprej v osnovi seznanili s podjetjem, celovito so spoznali področje internega komuniciranja v tej družbi in se seznanili z aktualnimi aktivnostmi SIK. Sledil je ogled nekaterih izmed proizvodnih obratov Gorenja in avtomatiziranega viskoregalnega skladišča, kosilo ter družabni del z obiskom Velenjskega gradu in muzejskih zbirk na gradu.

4. Tekmovanje za nagrado Papirus, april 2006

30. marca 2006 je bil objavljen razpis za nagrado Papirus na spletni strani PRSS, člani PRSS so bili z razpisom seznanjeni po elektronski pošti, poleg njih pa je SIK po elektronski pošti o razpisu seznanil še člane nekdanjega aktiva pri DNS. Sporočilo za medije o objavi razpisa je bilo poslano medijem. Žirija je ocenjevala devetintrideset glasil, od tega dvaintrideset v kategoriji revija/časopis; prijavljen je bil tudi en bilten in šest elektronskih glasil. Odziv ocenjujemo kot zelo dober. Seveda pa je bilo temu primerno veliko dela s prispelim gradivom za tekmovanje, ki pa so ga **Stanka Ritonja**, **Rok Knafelj** in **Brane Janjič** kljub temu obvladali. Za lažje delo so predlagali nekatere organizacijske spremembe za naslednja leta, ki jih

izvršni odbor še obravnava.

Petčlanska žirija, ki jo sestavljajo **Gregor Kos**, podpredsednik PRSS, **Jana Petkovšek** iz Dnevnika, **Ladeja Godina Košir** iz Inštituta za poslovno rast in kreativnost, **Nada Mihelec** iz Modre celice in **Maja Perko** iz Financ, je bila na splošno pozitivno presenečena in meni, da je stroka odnosov z javnostmi na tem področju naredila zelo očiten korak naprej. Posebej je pohvalila vsebinsko vrednost glasil in izpolnjevanje zastavljenih komunikacijskih ciljev, medtem ko oblikovanje ne sledi kakovosti vsebine povsem enakovredno, prav tako žirija pričakuje izboljšave jezika. Najboljša glasila so si po kakovosti zelo podobna, zato so bile razlike v številu točk zelo majhne. Rezultati so bili razposlani sodelujočim na tekmovanju ter zatem medijem v obliki sporočila za javnost.

Na dveh sestankih z žirijo, na katerih sta sodelovali **Vesna Petkovšek** in **Stanka Ritonja**, smo pridobili koristne podatke za nadaljnje delo na področju organizacije tekmovanja.

Nagrada Papirus 2006 za Lekov interni časopis Kolektiv ter priznanji za drugo in tretje uvrščena časopisa Inside (družba Simobil) in naglas (Mladinska knjiga) bodo podeljeni na SKOJ na slavnostnem večeru s podelitvijo vseh nagrad PRSS.

5. Okrogla miza Kako pripraviti dobro interno glasilo, 20. junij 2006, Ljubljana

Okrogla miza z naslovom Kako pripraviti dobro interno glasilo je bila izvedena predvsem zato, da bi vsem, ki so se prijavili na tekmovanje in sodelovali na njem ponudili še dodatno vrednost – prisluhniti ocenam žirije Papirus 2006 o stanju na področju internih medijev v Sloveniji, njihovim priporočilom za še kakovostnejše in učinkovitejše delo praktikov na tem področju ter mnenjem o širših aktualnih temah s področja internega komuniciranja. Okroglo mizo je vodila **Vesna Petkovšek**, sogovorniki so bili trije člani žirije – po en za vsako od področij ocenjevanja - **mag. Nada Mihelec** z agencije Modra celica, ki je ocenjevala komunikacijsko vrednost glasil, **Jana Petkovšek**, novinarka Dnevnika, ki je glasila ocenjevala z vidika novinarstva in kakovosti jezika ter **Maja Perko**, tehnične urednica časnika Finance, ki je ocenjevala grafično oblikovanje.

Žiriji je prisluhnilo preko štirideset udeležencev, povsem polna dvorana v predavalnici Zavarovalnice Maribor v Ljubljani, kar je izjemno dobra udeležba, še posebej glede na poletni čas. Približno polovica udeležencev je bilo sodelujočih na tekmovanju Papirus.

Na okrogli mizi smo sodelujočim na tekmovanju razdelili ocenjevalne liste s komentarji žirije za vsako posamezno glasilo. Drugi so jih prejeli po pošti.

6. Spremembe dokumentov sekcije

Izvršni odbor je na podlagi izkušenj v prvem letu delovanja pripravil nekaj dopolnitev in sprememb v dokumentih in gradivih, ki jih uporablja pri svojem delovanju.

Največ sprememb je bilo narejenih na gradivih in dokumentih za nagrado Papirus, Brane Janjič pa je pripravil Pravilnik delovanja sekcije internih komunikatorjev, ki je bil poslan v obravnavo Skupščini SIK.

7. SKOJ

SIK je na jubilejnem – desetem SKOJ, ki je potekala od 19. do 21. oktobra 2006 v Podčetrtku, predstavila

svoje delovanje in povabila udeležence konference, ki še niso člani k včlanitvi v sekcijo. **Vesna Petkovšek** in članica izvršnega odbora ter sekretarka mednarodnega združenja FEIEA **Diana Janežič** sta imeli na voljo 15 minut za predstavitev smotra in delovanja sekcije ter aktualnih projektov, med poslušalce pa je bilo razdeljeno predstavitveno gradivo, ki so ga pripravili člani izvršnega odbora SIK. Gradivo, ki ga je uredila **Saša Zdolšek**, bo objavljeno tudi v zborniku, ki izide ob konferenci SKOJ in na spletnih straneh PRSS.

8. Mednarodno sodelovanje

Aktiv novinarjev v podjetjih in zavodih, ki je deloval v okviru Društva novinarjev Slovenije in je predhodnik sedanjega SIK, je bil od leta 1995 član FEIEA, to je evropske zveze združenj internih komunikatorjev. SIK je to članstvo nasledil.

FEIEA je mednarodna prostovoljna organizacija, ki jo povezujejo združenja profesionalnih komunikatorjev v 11 pridruženih članicah: Avstriji, Belgiji, Danski, Nemčiji, Veliki Britaniji, Madžarski, Irski, Italiji, Portugalski, Sloveniji in Švici.

Že po dveh letih članstva je Slovenija na kongresu v Billundu (Danska) leta 1997 dobila čast aktivno sodelovati v delovanju FEIEA – Diana Janežič je bila namreč imenovana za članico izvršilnega odbora. V njem je prevzela odgovornost za organizacijo podelitve častnih diplom.

Po dveh mandatih je Diana Janežič bila leta 2003 imenovana za generalno sekretarko; prvi mandat ji poteče oktobra 2007.

FEIEA se sestaja dvakrat letno: spomladi je zasedanje izvršilnega odbora, ki ga sestavlja 9 članov, jeseni pa je zasedanje sveta, kjer sodelujejo tudi nacionalni predstavniki (vsaka država ima dva, eden je predsednik nacionalnega združenja). V času zasedanja je organizirana tudi akademija FEIEA s predavanji, delavnicami o aktualnih temah v internem komuniciranju..., na kateri lahko sodelujejo vsi člani FEIEA.

FEIEA organizira tekmovanje za Grand prix, ki poteka v 11. kategorijah: najboljša revija, najboljši časopis, najboljši večjezični časopis, najboljšo letno poročilo, najboljša naslovnica, najboljši elektronski časopis, najboljša intranetna stran, najboljša grafična komunikacija, najboljša fotografija, najboljša avdio-vizualna komunikacija in najboljša interna komunikacijska strategija.

Članarina za sodelovanje v Grand prix je 50 € za člane FEIEA in 65 € za nečlane (sodeluje lahko kdorkoli, agencije...). Naša dosedanja praksa je bila, da na Grand prix prijavimo zmagovalce v tekmovanju za Papirus. Za druge je razpis odprt.

SIK je kolektivni član FEIEA. Članarina je 2,5 € za člana. PRSS poravna članarino za FEIEA za vse člane SIK, ki so plačali članarino PRSS.

FEIEA ima člansko izkaznico – press card, s katero člani v evropskih državah uveljavljajo prost vstop ali vstop s popusti v kulturne ustanove, na športne prireditve, uradne ustanove kot novinarji...

9. Objave v strokovni reviji PR2

V prvi številki revije PR2 smo s področja delovanja SIK prebrali dva članka: predstavitveni članek o sekciji Zaposleni so srčika podjetja in njegovi glasniki, **Vesna Petkovšek**, članek o mednarodnem sodelovanju sekcije v združenju FEIEA, **Diana Janežič** ter povzetek mednarodne raziskave tega združenja Delphy Study.

> **Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti**

Predsednica sekcije je Polona Marinček.

Ob ustanovitvi sekcije smo si med cilje in naloge zapisali:

- Spremljanje stanja družbene odgovornosti v organizacijah, kjer so zaposleni člani društva
- Dviganje zavesti in spodbujanje družbene odgovornosti med člani
- Podpora različnim projektom kot zunanji strokovni partner

- Prenašanje izkušenj med člani in povezovanje med organizacijami
- Sodelovanje v javnih diskusijah in na strokovnih srečanjih
- Oblikovanje standardov družbene odgovornosti

Spomladi leta 2006 smo se odzvali vabilu Razvojnega partnerstva »Mladim materam/družinam prijazno zaposlovanje«, da se kot zunanji strokovni partner pridružimo projektu uvajanja certifikata »Družini prijazno podjetje« v Sloveniji, saj ocenjujemo, da je ustvarjanje boljših pogojev za usklajevanje starševstva s službenimi obveznostmi zaposlenih eden od pomembnih prispevkov k povečanju družbene odgovornosti organizacij, v katerih so zaposleni naši člani. S podpisom sporazuma o sodelovanju smo se zavezali k izvajanju aktivnosti v času uvajanja certifikata »Družini prijazno podjetje«.

Novembra 2006 nas je zanimalo, kako člani društva kot praktiki odnosov z javnostmi razumejo in kako v njihovih organizacijah vključujejo družbeno odgovornost v svoje poslovanje in komuniciranje. Z vprašalnikom smo pridobili informacije o pomenu družbene odgovornosti v organizacijah, v katerih so zaposleni člani društva. Rezultate ankete smo vključili v predstavitev sekcije v okviru prispevka Korporativna družbena odgovornost (CSR) v slovenski praksi: Iz perspektive PR praktikov Alenke Jakomin na mednarodni konferenci o družbeni odgovornosti podjetij Aktualni trendi na področju družbene odgovornosti podjetij 2006.

V letu 2006 smo podprli tudi dobrodelno akcijo humanitarnega društva Ozara in sodelovali pri različnih aktivnostih Slovenskega društva za odnose z javnostmi.

➤ [Spletna stran PRSS](#)

V letu 2006 smo redno ažurirali spletno stran in pričeli tudi z njeno vsebinsko in oblikovno podobo. Do konca bo izvršena v letu 2007. Popolnoma pa smo spremenili spletno stran Slovenske konference o odnosih z javnostmi (www.skoj.si). Spletna stran je tako postala veliko bolj pregledna, privlačna in uporabna.

➤ [Revija PRSS PR² = krog](#)

10. junija 2006, **natanko petnajst let** od vpisa Slovenskega društva za odnose z javnostmi (PRSS) v register društev, je ponovno izšla **revija, namenjena področju odnosov z javnostmi – Piar na kvadrat – Logaritmni odnosov z javnostmi**. Prva številka je bila posvečena celostni grafični podobi - ob 15. obletnici je PRSS namreč prenovilo svoj videz.

Druga številka je izšla konec decembra 2006 in je bila posvečena merjenju učinkovitosti v komuniciranju.

Člani PRSS revijo prejemajo **brezplačno**.

Glavni in odgovorni urednik je bil Gregor Kos, uredniški odbor pa so sestavljali: Polona Pibernik, Natalija Postružnik, Alenka Jakomin, Vita Kernel, Edita Kuhelj Krajnovič, Boštjan Kuralt, Sonja Likar, Katarina Prešeren, Gorazd Postružnik, Ines Usar.

➤ **Slovenska konferenca o odnosih z javnostmi (SKOJ)**

Organizacija letne konference o odnosih z javnostmi je gotovo vsebinsko in organizacijsko najzahtevnejši projekt PRSS. Jubilejni 10. SKOJ je potekal od 19. do 21. oktobra, tokrat prvič v Termah Olimia v Podčetrku. Rdeča nit je bila: **Evolucija komuniciranja – Od posredovanja do povezovanja**. Vodja organizacijskega odbora je bila Karidia Toure Zagrajšek iz agencije Kraft&Werk. Jubilejna konferenca je bila prelomna v marsikateri točki. Prvič smo objavili razpis za prijavo prispevkov in prejeli kar 49 primerov. O njihovi ustreznosti je odločal programski odbor, katerega vodja je bil Rajko Dolinšek, eden od ustanovnih

članov društva iz agencije Informa Echo. Poleg izbranih predavateljev so veliko navdušenje prinesli tudi predavatelji iz tujine kot na primer Andras Maier in Ulrich Nies, najboljše pa so slušatelji ocenili posebno gostjo konference **Danah Zohar**. Še en izmed ciljev, ki smo jih preseglji je bila udeležba 280 udeležencev, ki so bili sodeč po odzivih zadovoljni tako z izbiro lokacije kot tudi z vsebino predavanj. Prvi večer smo na slavnostni prireditvi podelili nagrade Prizma, Papirus in Prostovoljec leta, drugi večer pa smo ob zvokih bobnov in ropotuljic z licitacijo in koktejli zbirali dobrodelne prispevke za Zvezo prijateljev mladine iz Podčetrka in zbrali skupaj **pol milijona tolarjev**. Po konferenci smo izdali tudi zbornik z zbranimi prispevki prejetih primerov, ki so jo udeleženci SKOJ-a in člani PRSS prejeli brezplačno.

➤ Članstvo

V obdobju januar 2006 - december 2006 smo sprejeli 60 novih članov PRSS. Sedaj šteje društvo 377 članov.

➤ Nagrade

PRIZMA

Prvi konferenčni dan 10 SKOJ-a so slovenski komunikatorji in gostje sklenili s **slavesnostjo ob 10. obletnici SKOJ-a** in podelitvijo nagrad za najboljše prakse komuniciranja **PRIZMA**, ki se podeljuje v kategorijah:

- Programi v profitni dejavnosti, celovite akcije, nagrajeni projekt: »**Hladilno-zmrzovalni aparat Gorenje s kristali Swarovski kot inovativno komunikacijsko orodje**«, podjetja Gorenje,
- Program v javnem-neprofitnem sektorju, celovite družbene akcije, nagrajeni projekt: »**10.000 spalnih vreč za Pakistan – humanitarna akcija za pomoč žrtvam potresa v Pakistanu**« agencije Pristop, naročnika Rdeči Križ Slovenije,
- Učinkovita raba PR orodij na posameznih področjih odnosov z javnostmi, nagrajeni projekt: »**Eksperimentalna novinarska konferenca, ko eden ključnih pojmov postane zaupanje. Videčim**«, agencije Futura PR, naročnika Zveza društev slepih in slabovidnih Slovenije,

PAPIRUS

30. marca smo v Slovenskem društvu za odnose z javnostmi (PRSS) v sodelovanju s Sekcijo internih komunikatorjev (SIK), ki deluje v okviru društva, objavili razpis za nagrado Papirus za najboljše slovensko interno glasilo. Žirija je ocenjevala devetintrideset glasil, od tega dvaintrideset v kategoriji revija/časopis; prijavljen je bil tudi en bilten in šest elektronskih glasil.

Žirija je med devetintridesetimi glasili, ki so bila prijavljena na razpis za nagrado Papirus 2006 najboljše ocenila **glasilo Kolektiv**, ki ga izdaja družba **Lek** iz Ljubljane. Najboljše slovensko interno glasilo se bo junija pomerilo še na evropskem tekmovanju **Grand Prix**, ki ga organizira evropska zveza združenj internih komunikatorjev FEIEA.

NAJ PROSTVOLJEC

Ta naziv prejme članica ali član PRSS, ki se s svojim prostovoljnim delom na področju odnosov z javnostmi v okviru delovanja društva in širše še posebej izkaže. Nagrado je društvo prvič podelilo leta 1998. Od leta 2005 prejme nagrajenec možnost izobraževanja v vrednosti tisoč evrov. V letu 2006 je na 10. SKOJU ta naziv prejela **mag. Mateja Verhovec Kajtner**.

➤ Raziskave

V letu 2006 je bila izvedena raziskava med poslovno javnostjo (menedžerji in novinarji).

- Raziskava, ki je bila izvedena v obliki intervjujev s predstavniki relevantnih poslovnih javnosti, daje predvsem **kvalitativni, poglobljen vpogled v imidž stroke** odnosov z javnostmi v Sloveniji.
- Na splošno ugotavljamo, da imajo sogovorniki **pozitivno percepcijo odnosov z javnostmi**, saj ocenjujejo, da gre za stroko, ki je v zadnjih letih **močno napredovala in pridobila na pomenu**, saj postaja nuja v poslovanju vsakega podjetja.
- Nadalje ocenjujejo, da so odnosi z javnostmi v Sloveniji **razmeroma dobro razviti in v fazi intenzivnega razvoja**, vendar še ne zelo razviti.
- Kljub podani splošni oceni pa so sogovorniki opozorili na **precejšnje razlike v stopnji razvitosti** te stroke **med različnimi podjetji** v Sloveniji. Navajali so naslednje kriterije, po katerih se podjetja v tem pogledu razlikujejo med seboj:
 - ✓ panoga podjetja in zahtevnost panoge,
 - ✓ uspešnost panoge v celoti,
 - ✓ velikost podjetij,
 - ✓ splošna razvitost in finančna uspešnost podjetja,
 - ✓ izvor lastništva podjetja.
- Kar zadeva različne oblike odnosov z javnostmi, sogovorniki ocenjujejo, da se v Sloveniji najpogosteje uporabljajo **stiki z mediji in interno komuniciranje**, nekoliko manj pa sponzorstva in donacije (ki jih je bilo več v preteklosti) ter organizacija dogodkov.
- Kar zadeva ciljne javnosti pa podjetja v Sloveniji po mnenju sogovornikov najpogosteje komunicirajo s **kupci oziroma strankami**, nato s **finančnimi javnostmi** in **interno javnostjo**. Prav slednji je velik del sogovornikov pripisal poseben pomen, saj naj bi se podjetja vedno bolj zavedala, da je komunikacija sprememb in delovanja podjetja zaposlenim v enaki meri pomembna kot komunikacija zunanjim javnostim. V posameznih primerih, glede na panogo podjetij, pa so pomembne še druge ciljne javnosti, kot so denimo strokovna javnost ali država.
- Sogovorniki ocenjujejo, da je funkcija odnosov z javnostmi v večini slovenskih podjetij **organizirana interno** (torej znotraj podjetja), in sicer najpogosteje kot služba ali oddelek, ki je **locirana neposredno pod upravo** in je upravi tudi odgovorna, v posameznih primerih pa tudi **v okviru služb ali oddelkov za marketing**.
- Nekateri sogovorniki so izpostavili, da v njihovih podjetjih **sodelujejo tudi z zunanjimi agencijami** za odnose z javnostmi, ki jih angažirajo kot svetovalce in strokovnjake predvsem v kriznih situacijah ali ob večjih in bolj pomembnih dogodkih.
- Sogovorniki glede na svojo funkcijo v podjetju **različno pogosto in ob različnih priložnostih sodelujejo s strokovnjaki za odnose z javnostmi** znotraj podjetij, pri vseh pa je zaznati željo po še večjem sodelovanju in bolj redni komunikaciji.
- Skozi **podobo idealnega strokovnjaka za odnose z javnostmi** so sogovorniki izrazili visoka pričakovanja do te stroke in posameznikov, ki se z njo ukvarjajo, saj si predstavljajo osebo s širokimi

- znanji in številnimi osebnostnimi kakovostmi.
- Kvantitativna raziskava je bila zasnovana kot nadaljevanje kvalitativne. Sodelujoči v spletni raziskavi so sodili v dve skupini, in sicer poslovna javnost ter skupina novinarjev in urednikov. Za slednjo velja, da so vsi prikazi v poročilu zgolj informativne narave, saj zaradi premajhnega števila sodelujočih ne moremo delati statistično zanesljivih analiz in zaključkov.
 - Obe skupini sodelujočih sta PR spontano v največji meri povezovali s komuniciranjem z javnostmi ter mediji/poročili oziroma novicami.
 - **Razvitost PR stroke v Sloveniji** poslovna javnost **v največji meri (35%) ocenjuje z oceno 5** (na lestvici od 1 do 7, kjer ocena 1 pomeni, da je PR stroka zelo slabo razvita in ocena 7, da je PR stroka zelo dobro razvita), 15% pa razvitost ocenjuje z oceno 6 ali 7. **Med novinarji/uredniki** so mnenja deljena – **največji delež (40%) razvitost PR stroke ocenjuje z oceno 4**, 27% pa z ocenama 6 ali 7. 9% anketirancev med poslovno javnostjo in 13% med novinarji/uredniki razvitost ocenjuje z ocenama 1 ali 2 (torej z najslabšima ocenama). Poslovna javnost kot glavni razlog za dobro razvitost PR stroke v Sloveniji navaja predvsem dobro komunikacijo z mediji, novinarji/uredniki pa organiziranost PR stroke kot take. Po drugi strani vidijo novinarji/uredniki glavni razlog za slabšo razvitost PR stroke v "piarovcih", ki pogosto posredujejo neverodostojne informacije.
 - Na splošno so novinarji/uredniki razvitost slovenske PR stroke v primerjavi z ostalimi državami EU ocenili boljše kot poslovna javnost. Poslovna javnost vidi **razlog slabše razvitosti** slovenskega PR-ja predvsem **v zastareli-socialistični miselnosti, pomanjkanju strokovnosti ter neodprtosti slovenskega managementa** za tovrstne oblike tržnega komuniciranja.
 - Obe skupini delita mnenje, da se slovenska podjetja **z vidika ciljnih javnosti** poslužujejo predvsem **odnosov z mediji ter odnosov s potrošniki oziroma strankami**.
 - Poslovna javnost navaja, da se z vidika **ciljnih dejavnosti** pri PR-ju uporabljata predvsem naslednji obliki: **članki v časopisih in revijah** (85%) ter **tiskovna gradiva in konference** (73%), medtem, ko novinarji/uredniki menijo, da se od oblik PR-ja najpogosteje uporabljajo **organizacije dogodkov** (87%) in **interna glasila oziroma časopisi** (73%).
 - Po mnenju poslovne javnosti se podjetja **pri komuniciranju s ciljnimi javnostmi** najpogosteje poslužujejo **oglaševanja, pospeševanja prodaje ter neposrednega trženja**, medtem, ko **novinarji/uredniki** poleg oglaševanja in pospeševanja prodaje med najpogostejše oblike komuniciranja vključujejo tudi **odnose z javnostmi**.
 - Percepcija poslovne javnosti o uporabi PR-ja je, da so odnosi z javnostmi enako pomembni za vsa podjetja (tako velika, srednja kot tudi mala podjetja) ter v veliki meri nasprotujejo miselnosti, da je PR primeren zgolj za velika podjetja. Po drugi strani se novinarji/uredniki s slednjim strinjajo, vendar v večji meri menijo, da bi moral biti PR ena izmed ključnih funkcij vsakega podjetja.
 - Mnenje obeh skupin je, da je **PR najbolj razvit v trgovinski dejavnosti ter v finančnih ustanovah**.
 - Kar 65% sodelujočih iz skupine poslovna javnost meni, da so določene oblike PR-ja v Sloveniji **zapostavljene**, pri tem ima polovica sodelujočih v mislih predvsem **organizacijo dogodkov, korporativno komuniciranje ter podporo in svetovanje vodilnim** v podjetju oziroma organizaciji.
 - V večini (68%) podjetij **skrbijo za PR interno**, torej se z njim ukvarjajo sami znotraj podjetja, tretjina podjetij pa uporablja kombinacijo internega PR-ja in zunanjih agencij oziroma strokovnjakov za PR. Pri tem je slaba polovica s svojo obliko organiziranosti PR-ja povsem ali zelo zadovoljna (oceni 6 in 7, na lestvici od 1 do 7, kjer 1 pomeni, da sploh niso zadovoljni in ocena 7, da so povsem zadovoljni).
 - Večina podjetij namenja za PR do 5% proračuna, namenjenega za komuniciranje.
 - Polovica sodelujočih iz skupine poslovna javnost ima s PR-jem opravka na vsakodnevni ravni. Gre predvsem za organiziranje dogodkov podjetja, pripravo člankov za medije ter redna delovna srečanja podjetja (sestanki in kolegiji). **Slaba tretjina je s sodelovanjem s PR strokovnjaki**

zadovoljna (povprečna ocena je 4,7, na lestvici od 1 do 7, kjer ocena 1 pomeni, da s sodelovanjem sploh niso zadovoljni in ocena 7, da so z sodelovanjem povsem zadovoljni).

- V primerjavi s poslovno javnostjo so **novinarji/uredniki** nekoliko **manj zadovoljni s sodelovanjem s predstavniki PR-ja** v gospodarskih družbah, še nižje pa je njihovo zadovoljstvo s predstavniki PR-ja v vladnih oziroma javnih službah in organizacijah. Moti jih predvsem, da predstavniki za PR vladnih in javnih služb/organizacij ne odgovarjajo jasno in konkretno.
- Poslovna javnost vidi **možnosti za izboljšanje sodelovanja** s PR strokovnjaki predvsem **v izobraževanju** na tem področju ter **v večjem poudarku na internem komuniciranju**, medtem, ko novinarji/uredniki vidijo priložnost **v profesionalizaciji stroke, rednih stikih, korektnem obnašanju, poznavanju dela** enih in drugih ter **večjem zavedanju o pomenu** komuniciranja z javnostmi.
- Po mnenju obeh skupin so **glavne lastnosti idealnega PR strokovnjaka: komunikativnost, podrobno poznavanje podjetja, za katerega dela in široka razgledanost.**
- **Ključne naloge** osebe, zadolžene za PR pa so:
 - priprava člankov za medije,
 - ohranjanje dobrih osebnih odnosov z novinarji in uredniki medijev,
 - organiziranje drugih dogodkov v podjetju (npr. seminarji),
 - organiziranje tiskovnih konferenc,
 - podpora in svetovanje vodilnim v podjetju oziroma organizaciji in
 - priprava govorov za direktorja in druge vodilne v podjetju oziroma organizacija tiskovnih konferenc.

Na osnovi izsledkov raziskav iz leta 2005 in 2006 so podana dobra merila in dobra osnova za izvajanje strategije, poslanstva in vizije PRSS.

➤ Partnerji

V letu 2006 smo ohranili partnerstva s partnerji, s katerimi smo podpisali pogodbe v letu 2005. Partnerji nam nudijo materialno pomoč, zato jih tudi navajamo na vseh tiskovinah in elektronskih sporočilih kot partnerje društva. S svojim logotipom in povezavo na svojo domačo stran so navedeni tudi na spletni strani društva.

Partnerji društva so bili:

- **DesignStudio**; uradni kreator tiskovin
- **Kuralt Inb**; uradni kreator oblikovanja
- **Časnik Finance**; medijski partner
- **Amis**; gostitelj spletnih strani
- **Pristop**; partner PR Šole
- **Mediade**; partner revije
- **Mediaspeed**; partner fotografije
- **Hiša Idej (Radioservice)**; partner zvočnih komunikacij
- **Gfk Gral-Iteo**; partner raziskav
- **GV Založba**; partner založništva (člani PRSS imajo 10-odstotni popust pri nakupu vseh knjig, ki jih izdaja založba, z izjemo knjig s področja prava-slednje lahko kupijo s 5-odstotnim popustom)
- **IEDC – Poslovna šola Bled**; partner izobraževanja (člani PRSS imajo 10-odstotni popust na udeležbo na seminarju »Finance za nefinančnike«, 10-odstotni popust za Young managers Program in General Manager Program IEDC Bled)
- **Lingula**; partner prevajanja (člani PRSS imajo 5-odstotni popust na storitve podjetja)
- **Pressclipping**; partner klipinga

➤ **Drugo**

PRSS je v sodelovanju z Društvom za marketing Slovenije pripravilo in organiziralo Marketinški fokus na temo odnosov z javnostmi.

Predstavniki PRSS so predavali na več konferencah, izobraževanjih in delavnicah v tujini in po Sloveniji ter tako ponesli glas o dejavnostih in znanju članov PRSS tudi navzven.

Urad Vlade za informiranje Republike Slovenije smo povabili h konkretnjšemu sodelovanju v okviru PRSS tudi za strokovnjake s področja odnosov z javnostmi v javni upravi. Pričakujemo konkretnjše aktivnosti v letu 2007.

➤ **Kdo je v letu 2006 sodeloval z društvom**

Sekretarko društva je Ines Usar, za odnose z mediji pa je skrbela Maja Bratovčak.

Programski odbor 10. SKOJ:

- Rajko Dolinšek, Informa Echo, vodja
- Lidija Bregar, Sava Tires
- Ladeja Košir Godina
- Tjaši Artnik Knibbe, Dnevnik
- Gordana Markovič, Informa Echo
- Mitja Blagajac, SPEM
- Betka Bouha, Formitas
- Sabrina Povšič Štimec, RTV Slo
- Uršula Menih Dokl, Gorenje

Organizacijski odbor 10. SKOJ:

- Karidia Toure Zagrajsek, Kraft&Werk, vodja
- Gregor Lednik, ZM
- Lidija Novak, ŠOUM
- mag. Mateja Verhovec Kajtner,
- Alenka Vidic, PR Obrat
- Tina Malešič, Toyota Adria
- Tatjana Lovrak, AV Studio
- Vesna Male, Zavod za turizem Maribor
- Maja Bratovčak,
- Tina Skaza
- Ines Usar, PRSS

Organizacijski odbor srečanj PR 01:

- mag. Nina Tomažin, ProPiar, vodja
- Alenka Vidic, ProPiar
- Mateja Lipuš, ProPiar
- Petra Cotman, Vzajemna
- Andreja Popovič Zupan, PR Obrat
- Daša Rankel, POP Tv

Organizacijski odbor srečanj PR 02:

- Petra Slanič, S.Oliver SLO, vodja

Organizacijski odbor Prizma:

- Maja Švent, SCT, vodja
- Aleksander Salkič, Petrol
- Asja Colja, Istrabenz turizem
- Tina Malešič, Toyota
- Mag. Mateja Verhovec Kajtner

Žirija Prizma 2006:

- Matjaž Klipšeter, Futura PR, predsednik
- Simona Rodež, Genea, podpredsednica
- Jana Bogdanovski, Imelda Ogilvy
- Mag. Alenka Paulin, KD Group
- Nada Serajnik Sraka, Urad vlade RS za informiranje
- Ula Spindler, Pristop
- Mateja Toplak, Spem

Žirija Naj prostovoljec:

- Polona Marinček, AV Studio
- Mateja Pelko, UMNA
- Aleksander Salkič, Petrol
- Petra Barborič, Triglav film