

# Pfeffers Newsletter

## Nr. 21 / 19. Woche 2005

Seite.1 \_\_\_\_\_

### A&B: Ohne Bimboese + Ehgartner

Die Gesellschafter von A&B Ahrens & Bimboese (GPRA), Frankfurt am Main und Bodo Bimboese haben die Trennung im besten gegenseitigen Einvernehmen vereinbart. Etwas über ein Jahr nach dem Eintritt von Bimboese in die Gesellschaft ist man gemeinsam zu der Übereinkunft gelangt, die Zusammenarbeit nicht mehr fortzusetzen. Der Grund: Unterschiedliche Auffassungen in der strategischen Ausrichtung und im Management der Agentur. Bimboese ist mit sofortiger Wirkung aus der Geschäftsführung ausgeschieden.

Die Gesellschafter von A&B haben außerdem beschlossen, Stefan Ehgartner von seinem Amt als Geschäftsführer des Münchener Büros abuberufen. Ehgartner ist ab sofort nicht mehr für die Agentur tätig. Die Betreuung der von Bimboese und Ehgartner verantworteten Projekte und Kunden ist durch die A&B Geschäftsführung und die etatverantwortlichen Teams in Frankfurt am Main und München gewährleistet.

### Personalien \_\_\_\_\_

#### Pfeffer konzentriert sich auf journalistische Arbeit

Abschied nun auch von der DAPR. In eigener Sache hier eine Information betreffend meiner beruflichen Entscheidungen: Nachdem ich zum Jahresende 2004 meine persönlichen Mitgliedschaften in diversen Berufsverbänden aufgegeben hatte (um meine journalistische

Unabhängigkeit zu stärken), vereinbarte ich bereits am 8. Dezember mit dem Präsidenten (Aufsichtsratsvorsitzenden) der DAPR Deutsche Akademie für Public Relations GmbH, Jürg W. Leipziger, in Frankfurt am Main, dass ich meine nichthonorierte Tätigkeit als Geschäftsführer der DAPR nach sechs Jahren ebenfalls beenden möchte. Nachdem in dieser Zeit die DAPR organisatorisch, inhaltlich und vor allem finanziell sehr gute Ergebnisse erzielt hatte und nun endlich auch eine Lösung für eine gemeinsame PR-Prüfung der Verbände DPRG, GPRA und Pressesprecherverband in Sichtweite lag, war das Frühjahr 2005 der richtige Zeitpunkt für die Funktionsaufgabe. Deshalb wurde bei einer ordentlichen Gesellschafterversammlung der DAPR am 19. April dieser Plan realisiert. Den Zeitgewinn werde ich wie geplant nutzen, um das neue PR-Portal weiterhin so erfolgreich wie bisher ausbauen zu können. Dazu kommen ja auch die Aufgabe als (Doppel-)Chefredakteur des Portals "agenturcafé" und dessen Integration in einem Internet-"PR-Journal" sowie eine planerische und redaktionelle Mitwirkung bei



benchpark, Düsseldorf/Hamburg. Dort soll nun auch für die PR-Branche ein seriöses und valides Qualitätsranking entwickelt werden. (gez.: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg)

### Personalien compact (12) (19.KW-05)

01: **Marc-Sven Kopka** wird am 1. Juli die Leitung des Fachbereichs Externe Kommunikation bei der WestLB AG in Düsseldorf übernehmen. Kopka ist noch als Vice President Corporate Communications der AOL Europe in London für die europaweite Kommunikation des Unternehmens verantwortlich. Bei der WestLB berichtet er an den Leiter der Konzernkommunikation, **Hans Obermeier**.

02: **Harald Günter** (54) wurde neuer Pressesprecher der Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, Kitzingen. Er kommt vom Medizinproduktehersteller Paul Hartmann, Heidenheim.

03: **Claudia Kasper** (25) übernimmt in der Hyundai-Pressestelle in Neckarsulm die Aufgaben

 <p>zum neuen DPRG-NL</p>	 <p>Ohne Ticker fehlt Dir was.</p> 	
--	--	---

Kooperationen, Sponsoring und die Betreuung des FIFA Fußball-WM-Engagements.

04: **Sabine Kurz**, München unterstützt als freie Mitarbeiterin die PR-Abteilung des Young-Fashion-Unternehmens New Yorker in Braunschweig.

05: **Egon Wilcek** (37) wird neuer Marketingdirektor bei Siebel Systems in München. Damit ist er auch für die Pressearbeit der deutschen Niederlassung verantwortlich. Er folgt auf **Stefan Sonntag**.

06: **Professor Dr. Christoph Fasel** (47) übernimmt am 1. Januar 2006 die Leitung der renommierten Henri-Nannen-Journalistenschule von Gruner+Jahr/Die Zeit in Hamburg von **Ingrid Kolb** (64), die dann in den Ruhestand geht.

07: **Gernot Hacker** (36) ist neuer Director Corporate Communications der H+BEDV Datentechnik in Tettngang. Er kommt von Sophos, Nieder-Olm.

08: **Ulrich Neufert** (52) wurde zum neuen Chefredakteur der "Hannoverschen Allgemeinen Zeitung" (HAZ) berufen. Vorgänger **Wolfgang Mauersberg** geht in den Ruhestand. Neufert kommt aus dem Hause Madsack, er war Chef bei der "Hannoverschen Neuen Presse".

09: **Jenny Achtermann** (26) ist neue Managerin PR, Event und Synergie beim TV-Sender Disney Channel, München.

10: **Carsten Wagner** (32) wechselt vom Bundesministerium für Gesundheit und Soziale Sicherung (BMGS), Berlin zur ortsansässigen PR-Agentur Ahrens & Bimboese (GPRA) - er leitet dort das Redaktionsbüro Prävention.

11: **Fabian Doehla** (27) hat die neu geschaffene Stelle des PR-Managers beim Computerspielerhersteller Sega of Germany übernommen.

12: **Christian Gallus** (41) wird Anfang Juni neuer Leiter der Kommunikationsabteilung von Kia Motors Deutschland. Er ist Nachfolger von **Klaus Rippelmeyer**.

- Anzeige -

### achtung! kommunikation sucht Senior-PR-Berater/in "Marke / Food"

Standort: Hamburg

Beginn: bestenfalls sofort

**Sie verfügen** über mindestens fünf Jahre PR-Agenturerfahrung und haben umfassende Kenntnisse im Bereich Marken- und Produktkommunikation gesammelt. Sie haben auch Kunden im Food & Beverage-Bereich betreut.

**Sie lieben** den Umgang mit Kunden sowie Mitarbeitern und haben Überzeugungskraft. Mit Feuer und Energie bohren Sie sich in neue Themen und suchen sich dabei auch Wege, fernab der ausgetretenen Kommunikationspfade.

Kreativität ist Ehrensache. **Als Senior-PR-Berater/in betreuen Sie** mit Ihrem Team bestehende Marken-Kunden eigenständig.

**Wir bieten:** Gestaltungsmöglichkeiten innerhalb einer erfolgreichen und wachsenden Agentur, attraktive Bedingungen, Weiterentwicklungs- und Karrierechancen, tolle Kunden und fordernde Projekte sowie Freiräume, in denen Sie Verantwortung übernehmen und selbst entscheiden können.

**Bewerbungen an:**

Wiebke Fritzemeier

achtung! kommunikation gmbh

Hoheluftchaussee 95

20253 Hamburg

[www.achtung-kommunikation.de](http://www.achtung-kommunikation.de)

## Etats

### Ketchum macht Pixar-PR in Deutschland

Die US-amerikanischen Pixar Animation Studios, Macher der erfolgreichen Zeichentrickfilme *Toy Story 1 und 2*, *Das Große Krabbeln*, *Monster AG*, *Findet Nemo* und *Die Unglaublichen*, engagiert Ketchum, München als deutsche PR-Agentur. Ketchum wird alle Bereiche der Unternehmenskommunikation für Pixar in Deutschland verantworten. Buena Vista International übernimmt weiterhin Vertrieb, Marketing und Werbung für Pixars Kinofilme. *Cars*, der neueste Film von Pixar, wird am 9. Juni in die amerikanischen Kinos kommen. Die Pixar Animation Studios verbinden Kreativität und Technologie bei der Produktion computeranimierter Filme. Besonders die ungewöhnlichen Geschichten und Charaktere begeistern alle Altersgruppen.

### Etats compact (8) (19.KW-05)

01: BasWare (Software für Automatisierung von Finanzprozessen), München + Düsseldorf  
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**, München

02: Kosmetikmarke Ricarda M., Hamburg  
 an: **Maisberger Whiteoaks**, Hamburg

03: Internet-Shoppingportal billiger.de, Karlsruhe  
 an: **Märzheuser/Gutzky**, München

04: Frogster Interactive Pictures, ???  
 an: **Borgmeier Media Communication**,  
 Delmenhorst/Hamburg

05: Xtramind Technologies, Saarbrücken  
 an: **unicat communications**, München

06: Die Gefährten Agentur für Marken- und  
 Produktkommunikation am P.O.S., ???  
 an: **Koschade PR**, München

07: Bundesverband der Betriebskrankenkassen  
 (BKK) - Spitzenorganisation von über 200  
 Betriebskrankenkassen, Berlin  
 an: **fischerAppelt Kommunikation (GPRA)**,  
 Berlin

08: Malev Hungarian Airlines, Frankfurt am Main  
 an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

- Anzeige -

Geschenk-Lose der Aktion Mensch "Da hätte ich auch früher drauf kommen können ...", werden Sie gleich sagen. **Denn Lose der Aktion Mensch sind ein ideales Marketing-Instrument.** Zur Kundengewinnung. Zur Kundenbindung. Als Prämie, Preis oder Incentive. Beste Gewinn-Chancen verbinden sich dabei mit vielfältigem sozialen Engagement: Mehr dazu unter [www.aktion-mensch.de/lotterie](http://www.aktion-mensch.de/lotterie).

## Branche

### Pleon setzt Expansion in Belgien, Spanien und der Türkei fort

Pleon, Europas führende Kommunikationsberatung mit dem Hauptsitz in Düsseldorf, hat ihr Angebot ausgebaut und neue Partner in Europa gewonnen. Nur sechs Monate nach der Gründung hat das Unternehmen sein Netzwerk um Agenturen in Spanien und der Türkei erweitert und die bestehende Public-Affairs-Niederlassung in Brüssel um eine PR-Unit ergänzt. Zudem hat Pleon im vergangenen Jahr das Umsatzziel von 75 Millionen Euro

übertrafen. Brüssel ist bereits seit fünf Jahren Sitz der Public-Affairs-Experten von Pleon. Indem die Agentur die Niederlassung um ein PR-Team erweitert, unterstreicht sie ihre führende Position im europäischen Kommunikationsmarkt. "Wir legen damit den Grundstein für erfolgreiche Geschäftskontakte mit europäischen Institutionen über den belgischen Markt hinaus", sagt Rainer Zimmermann, CEO von Pleon.

### Trennung: komm.passion und PRP Kronberg

Nach zweieinhalb Jahren Zugehörigkeit zur Düsseldorfer komm.passion Group trennt sich die Agentur Public Relations Partners von der Agenturgruppe um Joachim Klewes und Alexander Güttler. PRP-Gründerin Hannemie Stitz übernimmt ihre Anteile und die Geschäftsführung ihrer Agentur wieder in Alleinverantwortung. Im Gegenzug gibt Stitz ihre Anteile an der komm.passion GmbH an die Gesellschaft zurück. Das operative Geschäft werde unverändert weitergeführt, heißt es in einer offiziellen Mitteilung. In der Betreuung bestehender Kunden werde es keine Veränderungen geben.- Die in Berlin, Hamburg, Düsseldorf und München vertretene komm.passion startet im Zuge der Trennung in Frankfurt am Main eine eigene Niederlassung.

## Medien

### Chefredakteure für Qualitätsorientierung

Eine verstärkte Qualitätsorientierung halten zahlreiche Chefredakteure für die richtige Strategie in der anhaltend schwierigen Marktlage für Tageszeitungen und Zeitschriften. Das zeigt eine Umfrage, die anlässlich der bevorstehenden Verleihung des Henri Nannen-Preises gemeinsam von der Zeitschrift Stern und dem Verlag Gruner + Jahr bei rund 80 Print-Chefredakteuren von Tageszeitungen und aktuellen Magazinen aus ganz Deutschland durchgeführt wurde. Sorgfältige Recherchen, Gründlichkeit, Zuversicht, eine kritische Berichterstattung und Unabhängigkeit werden als wichtige Voraussetzungen dafür gesehen, dass sich Printmedien auch in Zukunft behaupten können.

Quelle: [textintern.de](http://textintern.de)

## Medien compact (4) (19.KW-05)

01: Bei den **TV-Marktanteilen im April 2005** hat sich Das Erste (ARD) bei den Zuschauern ab drei Jahren mit 13,8 Prozent knapp auf Platz eins behauptet. Zweiter ist nun RTL (13,6) vor dem ZDF (13,5). Danach kommen schon mit einigem Abstand die beiden Privatsender Sat.1 (11,1) und ProSieben (7,1 Prozent).

02: Die Münchener Verlagsgruppe Hubert **Burda Medien** hat mit der Übernahme der Verlagsgruppe Milchstrasse lt. IVW die **Vertriebs-Marktführerschaft** im Magazin-Gesamtverkauf erreicht (und hat damit die Bauer Verlagsgruppe überholt). Mit 39 Titeln wurden 17.731.983 Exemplare verkauft.

03: Den mit 12.000 Euro dotierten ersten Preis des wichtigen "**Wächterpreises der Tagespresse**" erhielt in diesem Jahr Frank Seidlitz, Reporter der Tageszeitung "Die Welt". Er wurde für eine Serie über die geplante Zerschlagung des Baustoff-Konzerns Readymix durch Marktkonkurrenten ausgezeichnet. Der zweite Preis mit 8.000 Euro ging an Jens Weinreich, Redakteur der "Berliner Zeitung". Den mit 6.000 Euro dotierten dritten Preis erhielten Thomas Fritz, ein freier Mitarbeiter der Würzburger "Main-Post", und dessen Redaktionskollege Rainer Stumpf.

04: Die ARD-Vorabendserie "Verbotene Liebe" ist mit dem internationalen **Fernsehpreis "Rose d'Or"** ausgezeichnet worden. Auch Entertainer Thomas Gottschalk bekam für seine ZDF-Show "Wetten dass...?" eine Goldene Rose. Insgesamt hatten sich 126 TV-Formate aus 33 Ländern für das 45. Festival der Fernsehunterhaltung in Luzern/Schweiz (früher in Montreux) qualifiziert.

## Services + Tipps

### Services compact (2) (19.KW-05)

01: Nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden vom 4. Mai lagen die Preise für **Telekommunikationsdienstleistungen** aus Sicht der privaten Haushalte im April 2005 im Vergleich zum April 2004 um 0,4 Prozent niedriger. Gegenüber dem März 2005 blieb der Gesamtindex unverändert. Gegenüber dem März 2005 sank der Preisindex für das Telefonieren im

Festnetz um 0,1 Prozent. Die Preise für das Mobiltelefonieren lagen im April 2005 um 0,7 Prozent unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahresmonats. Die **Internet-Nutzung** verbilligte sich im April 2005 gegenüber April 2004 um 1,6 Prozent.

02: Für Februar 2005 meldeten die deutschen Amtsgerichte 2.962 **Unternehmensinsolvenzen**, 3,9 Prozent weniger als für Februar 2004. Dagegen haben die Verbraucherinsolvenzen um 43,8% auf 4.667 Fälle erneut zugenommen, wie das Statistische Bundesamt mitteilt.

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

### Seminare compact (6) (19.KW-05)

01: Am 13. Mai findet um 17 Uhr mit pressensprecher-Chefredakteur Alexander Gutzmer eine **Online-PR-Sprechstunde** bei [www.prnetzwerk.de](http://www.prnetzwerk.de) statt. Thema: "Wie viel journalistisches Know-how braucht PR?".

02: Das **Qualifizierungsprogramm communicate!** startet am 30. Mai in München mit einem Festakt. Festredner wird der bayerische Ministerpräsident Edmund Stoiber (CSU) sein. Infos: [www.communicate-program.de](http://www.communicate-program.de).

03: Eine Neuentwicklung und zwei Klassiker bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. in den kommenden Wochen: Neu im Programm ist das PR W5 – Kreativ Schreiben (25.05., Frankfurt). Im Klassiker PR B1 – PR-Arbeitsmethodik, 1. Teil vermittelt die AFK alle Grundlagen der Public Relations (02.06 – 10.06, Gummersbach). Das PR W7 – Journalistisches Schreibtraining trainiert die Techniken der Pressearbeit (13.06 – 17.06, Gummersbach). Informationen unter [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

04: Die **WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation** in Köln startet zwei neue Studiengänge: Der Abendstudiengang zum/r "Fachwirt/in für Online-Marketing WAK" und der Wochenendstudiengang zum/r "Fachwirt/in für Non-Profit-Marketing WAK". Infos: [www.wak-koeln.de](http://www.wak-koeln.de).

05: Zwei **PR+plus-Kurse** sind in diesem Jahr bereits erfolgreich gestartet - nun läuft die Anmeldung für den Starttermin am 15. Juli.

Interessenten können sich über das 18-monatige Fernstudium im Internet unter [www.prplus.de](http://www.prplus.de) informieren. Dort sind die Studienberater aus der Heidelberger Redaktion auch virtuell in einer Online-Beratung zu erreichen.

06: Am 12. Mai referiert die Bestsellerautorin Anne Koark beim **PR-Club Hamburg**. Thema: "PR im Fall der Insolvenz". Infos: [www.pr-club-hamburg.de](http://www.pr-club-hamburg.de).

## Kommentare \_\_\_\_\_

### Kerlikowskys Kommentar... über Kapitalismuskritik und (Ex-) "Staatsunternehmen"



Guten Tag! Ja, Herr Müntefering, es gibt viele Gründe für eine Kapitalismuskritik, nämlich die des Staatskapitalismus, wie er sich, nur ein Beispiel, bei der sogenannten Privatisierung der Deutschen Telekom AG und ihrer Tochtergesellschaft T-

Online AG gezeigt hat.

Nehmen wir das Stichwort unverantwortlicher Arbeitsplatzabbau. Die Deutsche Telekom hat innerhalb der 10 Jahre, die das Unternehmen als AG agiert, 100.000 Arbeitsplätze abgebaut. Gegenwärtig sind noch 170.000 Mitarbeiter beschäftigt.

In den Jahren 2005 bis 2007 sollen jährlich weitere 5 Prozent der Belegschaft abgebaut werden, das heißt jährlich ca. 8.000 Mitarbeiter. Allerdings erleiden die Entlassenen nicht das Schicksal der Arbeitnehmer in der privaten Wirtschaft, die durch die Hartz IV-Gesetze nach zwei Jahren auf das Einkommensniveau von Sozialhilfeempfängern herabsinken können; denn die Telekom-Mitarbeiter werden auch ohne Beschäftigung noch fürstlich weiter entlohnt; sei es mit Gehältern in Beschäftigungsgesellschaften oder sei es im Vorruhestand. Bezahlen muß das zum großen Teil der Steuerzahler. Die vom Staat erlösten Gelder aus der Privatisierung, die für Pensionen von Telekom-Beamten geplant waren, sind längst im Staatshaushalt verschwunden und belasten den Staatshaushalt.

Der Großaktionär der Telekom, personifiziert durch Finanzminister Hans Eichel, konnte nicht

nur durch die Teilprivatisierung der Telekom AG, sondern auch beim Börsengang der Telekom-Tochter T-Online indirekt Kasse machen. Als im April 2000 T-Online an die Börse gebracht wurde, konnte die Muttergesellschaft durch den Verkauf von 9,8 Prozent des Kapitals drei Milliarden Euro Erlösen. Eichel bezeichnete damals die Aktie als "Substanzwert". Der Kurs stieg auch rasant gleich am ersten Handelstag vom Ausgabekurs 27 Euro auf 37,50 Euro; doch die gläubigen Aktionäre erlebten dann den Absturz auf unter 10 Euro. Als jetzt von dem Großaktionär Telekom mit der Stimmenmehrheit die Einverleibung von T-Online beschlossen und auf der Hauptversammlung durchgepeitscht wurde, hatten die Aktionäre zwei Milliarden Euro verloren, die Telekom AG aber gewonnen.

Maßgebend für wichtige Entscheidungen bei der Telekom AG ist Hans Eichel. Er hält noch eine Staatsbeteiligung von 23 Prozent direkt und 15 Prozent indirekt durch bei der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) geparkte Aktien. So ist die Geschichte der Telekom und T-Online ein Lehrstück des Staatskapitalismus zu Lasten von Arbeitnehmern, Aktionären, Steuerzahlern und Kunden, die für viele Leistungen überhöhte staatlich genehmigte Gebühren zahlen.

Daß die Staatskapitalismus-Diskussion nun richtig in Gang kommt, das wünscht uns allen Ihr

*Dr. Horst Kerlikowsky*  
Berlin, den 23. April 2005

*Mit freundlicher Genehmigung übernommen aus (Copyright: Dr. Horst Kerlikowsky): [Media Selection](#) - ein Dienst von ETAGE Chef-Information. Weitere Infos und Abo-Bestellung bei Dr. Horst Kerlikowsky; Telefon: (030) 3 27 53 67 oder (089) 34 40 12; E-Mail: [MediaSelection@t-online.de](mailto:MediaSelection@t-online.de).*

### **P.S. Sie finden in dieser Ausgabe unter anderem folgende Themen:**

**Zinsen:** Die amerikanische Zinserhöhung wird den Dollar gegenüber dem Euro stärken  
**Private Equity-Gesellschaften:** 25 Milliarden Euro liegen für Beteiligung bereit  
**EU-Maut-Richtlinie:** Eine Steuer ohne zwingende Zweckbindung  
**Automobilindustrie:** Der neue Renault-Chef Ghosn zeigte bei Nissan, wie man an die Spitze fährt  
**Unternehmens-Strategien:** Kostensenkung allein bringt keinen langfristigen Erfolg  
**Osteuropa:** Die neuen EU-Beitrittsländer sind ein Wachstumsmotor für Deutschland.

## Pitch: Know-how-Klau für ein Taschengeld



Das Konzept war wirklich gut. Die Preise waren okay. Die Präsentation war die Beste von allen Wettbewerbern. Dann war Sendepause. Nach drei Wochen wurde der Agentur mitgeteilt, dass sie leider nicht gewonnen hätte, da sie für das Unternehmen zu gut sei. Ein Fall aus dem Alltag. Die Präsentation wurde mit einer niedrigen vierstelligen Summe honoriert. Durch Recherche wurde klar, dass seitens des potenziellen Kunden niemals daran gedacht war, die eigene Agentur zu wechseln, sondern sie lediglich durch den Pitch mit neuen frischen Ideen zur Umsetzung zu versorgen.

Ein anderer Fall: Zwei Partner erarbeiten ohne schriftlichen Vertrag eine Konzeption für einen Kunden.

Ohne den anderen Partner davon in Kenntnis zu setzen, verwirklicht der eine der Partner dieses Konzept bei dem Kunden, der nichts von dem gemeinsam erarbeiteten Konzept weiß. Der zweite Partner stellt deswegen eine Rechnung an seinen Partner. Dieser weigert sich, sie zu honorieren. Erst nach langem hin und her kommt es zu einem Vergleich.

Ein dritter Fall: Nach langen Telefongesprächen mit einem regen Ideenfluss seitens des Beraters hört dieser einige Wochen nichts mehr von dem Interessenten. Anschließend muss er feststellen, dass seine Ideen und Vorschläge beim potenziellen Kunden bereits zügig umgesetzt werden. Eine erfolgreiche Anwendung der Taktik "buy him a lunch" für ein paar Cent Telefongebühren statt hoher Bewirtungskosten.

Dumm gelaufen hätten wir früher gesagt. Aber diese Vorfälle und nicht nur sie, stammen aus den letzten Monaten. Wenn sich sogar ein Weltunternehmen der Chemie-Industrie, Agenturchefs und kleine und mittlere Unternehmen dieser Praktiken bedienen, dann ist erhöhte Aufmerksamkeit angesagt. Wertschöpfungsvorgänge in der Dienstleistungsgesellschaft dürfen kein Tummelplatz für Freibeuter und Oberschlaue werden, die unter der Maske von Corporate Governance und PR-Ethik schmarotzen wollen.

Vorsicht also beim Pitchen. Mein Ratschlag: Weniger kreative Geschwätzigkeit im Vorfeld eines möglichen Vertrages, vor allem bei

Einladungen und am Telefon und Hinterlegung der Präsentation beim Anwalt, um im Streitfall Zeitpunkt, Inhalt und Urheberschaft belegen zu können.

*Wolfgang Reineke, Journalist, Heidelberg*

## Ein Erfolgsrezept für Abzocker: Deine Idee, meine Idee

*Ein Berater muss beraten, ein Verkäufer verkaufen. Dass ein Verkäufer auch berät, versteht sich von selbst. Dass ein Berater auch verkauft – nämlich Beratung – wird gerne vermieden, sozusagen auf dem kurzen Dienstweg. Ich zeige Ihnen gerne wie:*

*Dazu rufen wir den Berater an und schildern ihm unser Problem. Wir bringen Zeit mit und legen Schreibzeug bereit. Der Berater wittert einen bezahlten Auftrag und lässt erste Lösungsvorschläge durchblicken. Reichlich unkonkret der Gute, geben wir uns erst einmal skeptisch. Er legt Details nach, um uns zu überzeugen.*

*Dass ich so lange nichts sage, liegt nicht daran, dass mich die Lösungsansätze nicht überzeugen. Sondern, dass ich nicht gleichzeitig denken, sprechen, zuhören und alles genau aufschreiben kann. Ich frage nun Details nach und werde nicht enttäuscht, mein Gegenüber am Telefon versteht sein Handwerk.*

*Ob er vorbeikommen, mir eine Konzeption schreiben solle, fragt er. Ich denke: Das hast du bereits getan mein Guter, sage aber: rufen Sie doch in zwei Monaten noch einmal an.*

*Er ruft tatsächlich an (wohl schwer von Begriff). Ich lade ihn auf einen halben!!! Tag ein und präsentiere ihm stolz das Ergebnis unserer „internen Projektgruppe“. Nur um sicher zu gehen, dass ich auch alles richtig mitgeschrieben habe. Und falls ihm in der Zwischenzeit noch etwas eingefallen ist.*

*Und er? Fährt aus der Haut, fordert Fair Play? Weit gefehlt! Lobt uns auch noch, der Trottel, meint, so ähnlich hätte er das auch gemacht. Will sich's wohl nicht ganz verscherzen mit uns. Für den nächsten lukrativen Auftrag halt. W.R.*

## PR-Jobs + Karriere

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer

Jobbörse stehenden Gesuche und Angebote.

## Gesuche

Die fünf aktuellen Gesuche für Volontariat/  
Trainee/ Praktikum finden Sie hier:

[www.neues-prportal.de/Jobgesuche/Volontariat-Trainee-Praktikum/](http://www.neues-prportal.de/Jobgesuche/Volontariat-Trainee-Praktikum/)

## Angebote

### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 32 aktuellen Angebote für diesen Bereich  
finden Sie hier:

[www.neues-prportal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/](http://www.neues-prportal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/)

### In Agenturen

[achtung! kommunikation sucht Senior-PR-Berater/in "Marke / Food"](#)

*Datum: Dienstag, 03 Mai 2005*

[Redakteur\(in\) für Fach-PR gesucht](#)

*Datum: Dienstag, 03 Mai 2005*

[Kaltwasser Kommunikation sucht Trainees, Juniorberater + Berater](#)

*Datum: Samstag, 30 April 2005*

[PR-Specialist/in für Agentur in Dortmund gesucht](#)

*Datum: Samstag, 30 April 2005*

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 09. Mai 2005 - 09:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **22.687 Empfänger** versandt.

---

## Impressum:

Herausgeber + Verlag + Copyright 2004ff: Gerhard A. Pfeffer

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV ) ([pfeffer@neues-prportal.de](mailto:pfeffer@neues-prportal.de)); Dr. Ingo Reichardt, Ladenburg, stellv. Chefredakteur ([reichardt@neues-prportal.de](mailto:reichardt@neues-prportal.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg ([reineke@neues-prportal.de](mailto:reineke@neues-prportal.de)).

**Ständige Kommentatoren:** Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin ([mediaselection@t-online.de](mailto:mediaselection@t-online.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg

**Korrespondenten + Autoren:** Bernd Oliver Bühler, Paris; Lars-Christian Cords, Hamburg; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Frank Hupke, Dublin; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Ralf Laumer, Marburg; Konstanze Pfeiffer, München (Buch-Rezensionen); Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn (MedienTenor BranchenMAX); Mathias Scheben, Neuwied (Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Beratungs- und Gestaltungsleistungen, Leistungshonorierung in der Unternehmenskommunikation); Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Volker Weber, Friedrichsdorf; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim (Buch-Rezensionen).

### Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg

Telefon: (02241) 201 30 60

Telefax: (02241) 201 30 61

Mobilfon: (0177) 7 99 11 74

E-Mail: [redaktion@pfeffer.de](mailto:redaktion@pfeffer.de),

URL: [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de).

**ausgewertete (Online-)Quellen:** Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, chronik.ch, Der Spiegel, Deutsche Bundesbank, Deutscher Bundestag - Pressezentrum, Financial Times Deutschland, heise online, HORIZONT, journalismus.com, Kontakter, kressreport, manager magazin, media & marketing, Mediafon Newsletter, medien aktuell, medienszene, Netzeitung.de, new business, newsroom, ots, politikszene, PR REPORT, Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, Presseportal, pressensprecher, prmagazin, sprecherszene, Statistisches Bundesamt, stern, text intern, V.i.S.d.P., w&v werben & verkaufen, ZDNet.de.



staatlich zugelassen  
als vorbildlich zertifiziert  
anerkannt als förderungswürdig  
von der Bundesagentur für Arbeit

communication-college • Dr. Ingo Reichardt  
Kirchenstr. 33 • 68526 Ladenburg • Germany

*Beilage im PR Branchennewsletter des  
www.neues-prportal.de*

communication-college  
Dr. Ingo Reichardt  
Kirchenstr.33  
68526 Ladenburg

Informationsangebot über Aus- und  
Weiterbildung in Kommunikations-  
management / Public Relations /  
Öffentlichkeitsarbeit

[www.communication-college.org](http://www.communication-college.org)

Telefax 06203 180908

Montag, 9. Mai 2005

*Bitte per Briefpost oder Fax versenden*

- Kurs und Ausbildung staatlich zugelassen**
- Ausbildungsinstitut zertifiziert**
- als förderungswürdig von den Arbeitsagenturen anerkannt**
- suchen Sie mal das Angebot, das Ihnen dies alles bietet!**

Die Bundesagentur für Arbeit, Agentur für Arbeit Mannheim, hat den Kurs bundesweit erneut als Massnahme unter der Nr. 644 12 2005 anerkannt und zugelassen und teilt zusätzlich mit, dass das communication-college eine Ausbildung durchführt, die den Zielen der Weiterbildungsförderung entsprechen, nach ihrer Dauer, der Leistungsfähigkeit des Trägers, der Ausbildung und Berufserfahrung des Leiters und der Lehrkräfte, der Gestaltung des Lehrplans, der Unterrichtsmethode und der Güte der zum Einsatz vorgesehenen Lehr- und Lernmittel, eine erfolgreiche berufliche Bildung erwarten lassen, angemessene Teilnahmebedingungen bieten und damit ordnungsgemäss auf einen Beruf vorbereitet.

**Die günstige Aus- und Weiterbildung des communication-college in  
Public Relations interessiert mich. Bitte schicken Sie mir weitere  
Unterlagen  per Post  per E-Mail**

(Zutreffendes bitte ankreuzen)

Name:			
Vorname:			
Firma:			
Adresse:			
Plz/ Ort:			
E-Mail:			
Telefon:		Telefax:	
Bemerkung:			