


# Pfeffers PR-Newsletter

## Nr. 27 / 25. Woche 2005

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

### Nies: DPRG steht am Scheideweg

In einem persönlichen Schreiben an alle DPRG-Mitglieder hat Ulrich Nies, Leiter Information Coordination der BASF AG, Ludwigshafen diese auf die Bedeutung der Vorstandswahlen am 25. Juni in Budenheim bei Mainz hingewiesen. Er und sein Team sehen gute Chancen, die Spitzenstellung der DPRG zu behaupten und auszubauen. Dafür seien offene Kommunikation und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Regionalgruppen, Arbeitskreisen, Gremien und Mitgliedern notwendig. Im Nies-Team hat sich mit bekannten PR-Chefs und anderen PR-Profis ein Level zusammen gefunden, der bisher in DPRG-Gremien nicht präsent war. Dies könnte eine große Chance für den Berufsverband sein – nicht nur in Gesprächen mit anderen Verbänden, wie z.B. dem Bundesverband deutscher Pressesprecher, Berlin.

Das dem Brief beiliegende **Wahlprogramm** enthält u.a. Vorschläge für ein Sofortprogramm, eine Standortbestimmung und geplante Arbeitsschwerpunkte. Den kompletten Text können Sie  [hier als PDF-Datei herunterladen. \(43,22 KB\).](#)

*Bitte beachten Sie auch den **Wahlaufruf** zahlreicher PR-Schaffender für Ulrich Nies, der als Beihefter diesem Newsletter angefügt ist.*

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

#### Nebel ist Deutschlands bester Unternehmenssprecher 2005

Klaus Peter Nebel ist Deutschlands bester Unternehmenssprecher 2005. Wirtschaftsjournalisten und Korrespondenten der wichtigsten Wirtschaftsredaktionen Deutschlands

reichten den Beiersdorf-Sprecher bereits zum zweiten Mal in Folge auf Platz 1. Beim jährlichen Pressesprecher-Ranking des Fachmagazins "Wirtschaftsjournalist" erreichte Nebel in allen abgefragten Punkten - Professionalität, journalistische Kompetenz und Informationsniveau - Platz 1 und mit einer Gesamtnote von 1,47 verbesserte sich der 58-jährige sogar noch im Vergleich zum Vorjahr.

[Die vollständige Pressemeldung von newsroom.de.](#)

#### Brychcy übernimmt Bertelsmann-Club- + DirectGroup-Kommunikation

Ulf Brychcy (44) wird Anfang September neuer Leiter Unternehmenskommunikation von DirectGroup und Club Bertelsmann in Gütersloh (zuständig für die gesamte interne und externe Kommunikation). Vorgänger Gerd Koslowski (38) macht auf eigenen Wunsch außerhalb der Medienbranche in seiner Heimatstadt Köln weiter. Brychcy war zuvor 14 Jahre bei der "Süddeutschen Zeitung" - zuletzt als Hauptstadt-Korrespondent (Wirtschaft und Medien - er kennt also seinen neuen Arbeitgeber).

#### Personalien compact (13) (25.KW-05)

01: **Nicola Wolfram** (41) wechselt von der Geschäftsführung Corporate Relations bei AOL Deutschland, Hamburg als Senior-Consultant zur ortsansässigen Agentur FischerAppelt Kommunikation (GPRA).

02: **Lydia Böttcher** steigt im Fachverband Außenwerbung in Frankfurt am Main zur Geschäftsführerin auf - als Nachfolgerin von **Klaus Hoffmann**.

03: **Franziska Deecke** (36) ist jetzt für die interne Kommunikation der Hubert Burda Media, München verantwortlich.

04: **Carolyn Braun** soll als Nachfolgerin von Alexander Gutzmer neue Chefredakteurin des Branchenmagazins "pressesprecher" werden. Sie kommt vom "Handelsblatt" und arbeitete bereits beim ebenfalls im Berliner Medienhaus Helios Media erscheinenden Journalistenmagazin "V.i.S.d.P."

05: **Anja Bundschuh** (35), Leiterin Government Relations Deutschland der Ebay AG wechselt in die



Konzernzentrale nach Bern/Schweiz um die neue Position des Directors Government Relations Europe zu übernehmen. Nachfolger in Deutschland ist jetzt **Wolf Osthaus** (33).

06: **Norbert Eder** wurde neuer Leiter der Vorstandskommunikation und Government Relations von debitel. Er folgt auf **Silvia Finke** und kommt von der Initiative D21.

07: **Thomas Wimmer** ist weg vom Berliner Büro von Burson Marsteller, dafür sind dort im Bereich Public Affairs/Government Relations neu mit dabei: **Inga Neumann, Christian Hanne und Jörg Rieksmeier**.

08: **Ricarda Rücker**, Vice President Corporate Affairs und Unternehmenssprecherin bei McDonalds in München scheidet am 1. Juli aus. Sie geht als Regional Managing Director zur Agentur Fortune Promoseven in Dubai/VAR. Den McDonalds-Job macht kommissarisch Hauptabteilungsleiter **Alexander Schramm**.

09: **Jörg Krause** wechselt nach zwölf Jahren Kommunikationsleitung beim TV-Sender DSF in die Chefredaktion von "Sport Bild".

10: **Anna Stenzel** wird Referentin Öffentlichkeitsarbeit/Interne Kommunikation des DIAS Düsseldorfer Institut für Außen- und Sicherheitspolitik.

11: **Peter Brun** (36) übernimmt am 1. August die Leitung der Kommunikationsarbeit beim schweizerischen Reiseunternehmen Kuoni.

12: Professor Dr. **Heribert Meffert** (68) hat aus gesundheitlichen Gründen zum Jahresende 2005 den Vorsitz der Gütersloher Bertelsmann-Stiftung niedergelegt.

13: **Petra Hettenkofer** (38) wurde neue PR-Referentin bei den GWF-Fachverlagen in Wiesbaden - sie kommt Verlag Dieter Zimpel.

## Etats

### Etats compact (13) (25.KW-05)

01: Flugpreis-Vergleichsportal  
[www.billigflieger.de](http://www.billigflieger.de)  
 an: **Neuland PR Agentur**, Leipzig

02: Gutekunst Verbindungsteile, ???  
 an: **Stadler Marketing-Kommunikation**, Kirchheim/Teck

03: Glamü (Hersteller von Ganzglasduschen), Heitersheim  
 an: **Sage & Schreibe Public Relations**, München

04: blue eyes Film & Television (Medienproduktionen), Köln  
 an: **BrunoMedia Communication**, Köln

05: Four Roses (Kentucky Straight Bourbon), ???  
 an: **Fred Fox**, Düsseldorf

06: Nemetschek Software, München  
 an: **Maisberger Whiteoaks**, München

07: Sportfashion-Hersteller Think Pink, Covolo di Pederobba/Italien (in D: Jetzendorf)  
 an: **eastside agentur für kommunikation und marketing**, München

08: Sharp Europa, Hamburg  
 an: Kommunikationsagentur **Faktor 3**, Hamburg

09: Remington Rasierer (ayovac/Varta), Ellwangen  
 an: **häberlein & mauerer**, München

10: Sturmfelder & Schütte (Wein-Wasser-Mischgetränk Viqua), München  
 an: **Public Affairs**, Köln

11: Hessisches Verkehrsministerium (Internetauftritt "Staufreies Hessen"), Wiesbaden  
 an: **Plato Kommunikation**, Berlin

12: perma-tec, Euerdorf  
 an: **Buena la Vista Marketing & Kommunikation**, Würzburg

13: Deutsche Krebshilfe (Sportkonzept "DoppelPass-Initiative"), Bonn  
 an: **Media Consulta** (MC Sport & Entertainment), Köln

### - 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

---

### Leipziger will Beirat für die DPRG etablieren

Ganz entscheidend für den Erfolg eines Verbandes ist heute die Einrichtung eines Mechanismus zur permanenten Anpassung der Verbandsleistung an die wechselnden Bedürfnisse der Mitglieder. Dieser muss wie ein Seismograph auf frühe Unzufriedenheitsprozesse hinweisen, so dass eine entsprechende Weichenstellung rechtzeitig vorgenommen werden kann. Für den Fall seiner Wahl zum Präsident der DPRG hat Jürg W. Leipziger die Etablierung eines Beirates angekündigt, der diese Funktion übernimmt. "Damit das Präsidium permanent Impulse von den wichtigsten Persönlichkeiten unserer Branche erhält, werden wir einen Beirat installieren, der zweimal jährlich zusammenkommen soll und unsere Arbeit begutachten und begleiten wird", erklärte der Geschäftsführer von Leipziger & Partner (GPRA) in Frankfurt am Main.

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

### ... und Nies hat ihn schon (einen Beirat)

Ulrich Nies, ebenfalls Kandidat für die DPRG-Präsidentschaft hatte bereits im Dezember die Bildung eines Beirates in sein Strukturprogramm aufgenommen. Bisher haben sich bereit erklärt, dabei mitzuwirken und mit Rat und Tat für „Sonderthemen“ zur Verfügung zustehen:

Alexander Demuth, Citigate Demuth Deutschland + GWA-Präsidiumsmitglied, Frankfurt am Main; Dr. Gero Kalt, FAZ-Institut, Frankfurt am Main; Albrecht Koch, ehemaliger Nestle-Kommunikationschef, Frankfurt am Main; Dr. Rainer Mathes, Prime-Institut, Mainz; Professor Dieter Weirich, Fraport (Rhein-Main-Flughafen), Frankfurt am Main.

Nies hatte auch Professor Jürg W. Leipziger wegen seiner Erfahrung im PR-Agentur-Bereich - und als DAPR-Präsident wichtig für eine zukunftssichere Weichenstellung für PR-Ausbildung und -Prüfungen - eine Mitwirkung in diesem Beirat angeboten.

Der sog. „engere“ Vorstand der DPRG (auch aus Haftungsgründen als BGB-Vorstand bezeichnet) soll sich nach Plänen des Nies-


Teams wie folgt zusammensetzen:  
Präsident: Ulrich Nies, BASF, Ludwigshafen;  
Vizepräsidenten: Uta-Micaela Dürig, Robert Bosch, Stuttgart und Stephan M. Cremer, Topcom Communication (GPRA), Frankfurt am Main;  
Schatzmeister (wie bisher): Dr. Ulrich Ott, ING-DiBa-Bank, Frankfurt am Main.

### Rolke-Benchmarkstudie: Kommunikation steigert den Unternehmenserfolg

#### Benchmarkstudie unter 62 Privatbanken belegt Wertschöpfungsbeitrag von externer und interner Kommunikation.

Banken, die klar und berechenbar mit der Öffentlichkeit kommunizieren, haben in der Regel ein besseres Image. Und ein positives Image wiederum hilft, den wirtschaftlichen Erfolg zu steigern – und zwar um bis zu 50 Prozent. Das belegt die Benchmarkstudie unter 62 Privatbanken von Professor Dr. Lothar Rolke und Florian Koss (beide FH Mainz). Anhand von 31 Merkmalen wurde die Kommunikationsqualität der Banken abgefragt und getestet. Insgesamt rangiert die Hypo- und Vereinsbank (HVB) vor der Postbank, J.P. Morgan, DaimlerChrysler, American Express, Styler Bank, Allgemeine Deutsche Direktbank, S. Broker, BHW Bank und Kredit Plus Bank, womit die Spitzengruppe der Top 10 genannt ist. Deutsche Bank, Dresdner Bank und Commerzbank waren nicht beteiligt.

Die Pressemeldung zur Studie können Sie

 [hier als PDF-Datei herunterladen \(21.41 KB\).](#)

### A&B-Krisenportal ist online

Die A&B-Gruppe hat ein eigenständiges Informationsportal für Krisenkommunikation und -prävention gestartet. Auf der Seite [www.a-b-krisenportal.de](http://www.a-b-krisenportal.de) stellen die Krisenspezialisten der Agentur das A&B-Krisenmanagementsystem vor und bieten Informationen und Hintergründe zum Thema Krisenkommunikation und -prävention. Zeitgleich mit dem Launch des A&B-Krisenportals wurde für Unternehmen und Institutionen in akuten Krisensituationen eine Hotline für den Soforthilfeinsatz mit der Nummer 069 / 920 10 -112 eingerichtet.

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

## Vertrauensfrage 2005: Kommunikationsagenturen zum Parteien-Webcheck aufgerufen

Bundeskanzler Gerhard Schröder stellt die Vertrauensfrage und ADVISORY, das Magazin für unternehmerische Kompetenz tut das auch: Anlässlich der auf Herbst 2005 vorgezogenen Bundestagswahlen ruft ADVISORY, das Magazin für unternehmerische Kompetenz, alle deutschen Kommunikationsagenturen, PR-Berater und Unternehmensberatungen zum Parteien-Webcheck auf. Jene Agenturen und Consultants, die ihren Sitz in Deutschland haben, können bei dem nur wenige Minuten in Anspruch nehmenden Parteien Webcheck 2005 mitmachen und die Websites der Bundestagsparteien und der Kanzlerkandidaten auf Design, Usability, Aktualität, Informationsgehalt sowie auf vielleicht feststellbare gemeinsame Trends aller Websites testen. Der Fragebogen kann unter <http://www.advisory.at> oder <http://www.media-advisory.de> herunter geladen werden, die Ergebnisse werden in der nächsten Ausgabe von ADVISORY veröffentlicht. Einsendeschluss ist der 1. Juli 2005.

## Agenturverbände protestieren gegen die Vergabe des DZT-Etats

GWA und GPRA zweifeln am ordnungsgemäßen Vergabeverfahren der "Service- und Freundlichkeitskampagne" zur Fußball-WM und haben Widerspruch gegen die Entscheidung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) eingelegt. Die beiden Verbände wollen damit erreichen, dass das Verfahren neu aufgerollt wird, also die Bewertung der Angebote wiederholt und die Auftragsvergabe an den Sieger, die Münchner Agentur Abold, vorerst nicht erteilt wird. GWA und GPRA beziehen sich dabei auf einen Bericht der "Financial Times Deutschland", in dem über Verbindungen zweier Jury-Mitglieder, dem Ehepaar Michaela und Fedor Radmann, zu Abold berichtet wird. Die Kampagne wird von den Bundesministerien für Wirtschaft und für Inneres finanziert, die Ausschreibung und Auftragsvergabe führte die ebenfalls vom Wirtschaftsministerium finanzierte DZT durch. Der Etat liegt bei rund drei Millionen Euro.

Da die DZT die Einwände zurück gewiesen hat, haben beide Verbände nun das Kartellamt eingeschaltet – das die Sache zur Prüfung angenommen hat.

## Branche compact (9) (25.KW-05)

01: Die Finalisten (**Shortlist**) für den **Deutschen PR-Preises 2005** stehen fest. Erstmals in der 35-jährigen Geschichte des Deutschen PR-Preises wurden die Preisträger in geheimer Wahl entschieden. Die Bekanntgabe erfolgt anlässlich der **Preisverleihung am 9. September** im Kurhaus Wiesbaden. Ferner verständigte sich die Jury auf den PR-Kopf 2005. "Bis zur Bekanntgabe während der Galaveranstaltung bleibt die Spannung erhalten. Die aus einer Vielzahl von bemerkenswerten Arbeiten in die engere Wahl nominierten Finalisten bekommen alle die ihnen zustehende Aufmerksamkeit, bis es heisst: The Winner is!", so DPRG-Präsident Jürgen Pitzer. Shortlist und Infos: [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

02: **Business Wire**, San Francisco/USA (in Deutschland: in Frankfurt am Main) und **CSRwire** haben eine strategische Allianz vereinbart. Damit können Kunden von Business Wire auch die CSR- (Corporate Social Responsibility) Community erreichen.

03: Mit erneutem zweistelligem Wachstum im Geschäftsjahr 2004 hat **Repräsentant Expert.**, Frankfurt am Main im Bereich Medien- und Managementtraining (Auftrittsberatung und Einzelvorbereitung von Spitzenmanagern) ihre Marktführerposition weiter ausgebaut.

04: **Borgmeier Media Communication**, Delmenhorst hat in Balingen den Großraum Neckar-Alb "erschlossen" und liefert mit dem Nachrichtendienst NonstopNews aktuelle News für TV-Sender. Studios gibt es bereits in Bamberg, Braunschweig, Flensburg und Hannover.

05: Die Werbung/Kommunikation des beginnenden **Bundestagswahlkampfes** bestreiten die politischen Parteien mit **bewährten Partnern**. Bündnis90/Grüne: Zum goldenen Hirschen, Berlin; CDU: McCann-Erickson, Berlin; CSU: Serviceplan, München; FDP: von Mannstein, Solingen; SPD: ohne Leadagentur - es arbeiten zusammen: Butter, Düsseldorf; A&B Face2net (Online) und Eventdienstleister CompactTeam, beide Berlin.

06: Die **Kampagnen zur Imageaufwertung Deutschlands** zur Fußballweltmeisterschaft 2006 sorgen für Negativschlagzeilen. Während dem Bundesverband der deutschen Industrie noch Geldgeber für die Kampagne "Land der Ideen" fehlen, muss die Deutsche Zentrale für Tourismus ihr Vergabeverfahren wohl der Vergabekammer des **Bundeskartellamtes** erläutern. Zumindest, wenn es nach dem Willen von **GWA** und **GPRA** geht, die

beim Amt eine entsprechende Eingabe machen (weil die DZT eine direkte Anfrage abschlägig beschied - *wir berichteten*).

07: Das Medienberatungs- und Journalistenbüro **2media consult** in Buxtehude hat seinen Internetauftritt relauncht: [www.2-media.de](http://www.2-media.de).

08: Die Cross- und Multimediaexperten von **Zeitwerk** sind von der Moninger Villa in Karlsruhe ins benachbarte Ettlingen (Ludwig-Erhard-Str. 2) umgezogen: [www.zeitwerk.de](http://www.zeitwerk.de).

09: Im Mai starteten gleich zwei **ungewöhnliche Unternehmens-Ausstellungen**: Der Erlebnispark **„Danfoss Universe“** des größten dänischen Industriekonzerns Danfoss und die **Wanderausstellung** des Energieanbieters **EWE** zum 75-jährigen Firmenjubiläum setzen auf die spielerische Vermittlung der Firmenphilosophie und -kompetenzen. Beide Ausstellungen wurden von der **Hamburger Ausstellungsagentur Kunstraum** GfK (Gesellschaft für Kommunikationsdesign mbH) geplant und gestaltet. Infos: [www.super-urban.de](http://www.super-urban.de)

## Medien

---

### Verlagsfusion in Berlin: kommunikationsverlag und politikverlag unter einem Dach

Das Medienhaus Helios Media, Berlin bündelt ab sofort sämtliche Geschäftsfelder von kommunikationsverlag und politikverlag. Helios Media gibt die Fachmagazine "politik&kommunikation", "pressesprecher" und "V.i.S.d.P." heraus. Das Projekt "mandat" wurde aufgegeben. Der Verlag hat entgegen dem Trend zum Stellenabbau in der Medienbranche im vergangenen Jahr zahlreiche Arbeitsplätze geschaffen und beschäftigt rund 80 Mitarbeiter. Helios Media veranstaltet die internationalen Fachtagungen Politikkongress und Kommunikationskongress. Diese bringen jährlich Spitzenpolitiker, Top-Manager und Kommunikationsstrategen zusammen. Das Unternehmen gehört für seine Zielgruppen zu den führenden Fachverlagen in Deutschland. Infos: [www.helios-media.com](http://www.helios-media.com).

### Medien compact (4) 25.KW-05)

01: In der Debatte um verbotene Schleichwerbung weist der private Rundfunk die Kritik des Verlegerverbandes an den Plänen der EU-Kommission zur **Erleichterung von Product Placement** zurück. "Wir begrüßen den Vorstoß von EU-Kommissarin Viviane Reding für die neue Fernsehrichtlinie", sagte Jürgen Doetz, Vorsitzender des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT), am 15. Juni der "netzzeitung". Doetz betonte, es gehe **nicht um die Freigabe von Schleichwerbung**, sondern um die Erkennbarkeit von Product Placement, um Irreführung des Zuschauer zu verhindern. Mit entsprechenden Hinweisen im Vor- und Abspann von TV-Sendungen würde Werbung ausreichend kenntlich gemacht.

02: Vorabmeldung: Eine Branchenumfrage der DPRG unter 2.000 PR-Verantwortlichen nach der **interessantesten Publikation der Branche** hat ergeben, dass der vierteljährlich erscheinende **">kommunikationsmanager"** aus dem Hause FAZ-Institut bereits nach fünf Ausgaben den Rang 1 belegt. Erst danach folgen die teils schon länger am Markt operierenden Monats- und Wochentitel "prmagazin", "PR REPORT", "pressesprecher" und andere - darunter seltsamerweise auch das seit längerer Zeit nicht mehr erscheinende wissenschaftliche "Public Relations Forum". Da darf man auf die komplette Auswertung, die Zahl der Rückläufe und auch die Fragestellungen gespannt sein.

03: Ein neues, aktivierendes **Magazin** für alle **"um die 50"** kündigt bonn press im Internet an: [www.um-die-50.de](http://www.um-die-50.de). Eine wichtige Zielgruppe: in Deutschland gibt es 16 Millionen Menschen zwischen 50 und 65 Jahren.

04: Das bei Helios Media erscheinende **Journalistenmagazin "V.i.S.d.P."** berichtet, dass **Gerhard Dellling** neben Ulrich Wickert und Anne Will ab Anfang 2006 vertretungsweise weiterer **Tagesthemen-Moderator** werden soll.

## Services + Tipps

---

### Wie Unternehmen Werbeagenturen auswählen

Die Kölner Agentur+Leven+Hermann hat in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut ABH die Auswahl von Werbeagenturen durch die Unternehmen untersucht. Die Befragung fand online bei über hundert Entscheidern statt, darunter mehrheitlich Marketing-/Werbeleiter (50 Prozent) oder Unternehmensleiter (18 Prozent). Professor Dr. Wilfried Leven, der wissenschaftliche Leiter der Studie, zieht aus den Ergebnissen, den Schluss, dass Kreativität allein nicht ausreicht, um die Auftraggeber zufrieden zu stellen. Wichtig ist den Unternehmen auch, dass die Agenturen bei der täglichen Arbeit, also in der Abwicklung des Tagesgeschäfts perfekt sind und kostenbewusst denken und handeln. So sehen mehr als die Hälfte der befragten Entscheider aus Marketing und Unternehmensleitung die Werbeagenturen als ausführende Dienstleister und nicht nur als Kreativschmieden.

[Mehr dazu in "media business" 6/2005 vom "stern".](#)

### Weiterbildungskosten können (immer noch) abgesetzt werden

Berufliche Weiterbildung erhöht die Chancen auf dem Arbeitsmarkt erheblich und bringt im Idealfall sogar noch Spaß. Lernen bedeutet heute nicht "Nice to have" – vielmehr ist ein "Need to have" angesagt. "Man muss selbst sehen, dass man beschäftigbar bleibt", so die Kommunikations- und Ausbildungsexperten des communication-college [www.communication-college.org](http://www.communication-college.org), Ladenburg/Heidelberg. Zudem können die Weiterbildungskosten sogar verrechnet werden: Arbeitnehmer, Arbeitssuchende und Studenten können bis zu 4.000 Euro im Jahr an **Bildungskosten** absetzen; viele sogar mehr, wie die Stiftung Warentest berichtet.

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

### EGBG Anti-Telemarketing Gegenwehrskript

Die Direktmarketing-Branche sieht das Telefon als eines ihrer erfolgreichsten Werkzeuge. Verbraucher hingegen sehen Telefonmarketing von einer anderen Seite: Mehr als 92 Prozent nehmen Werbeversuche per Telefon als Verletzung ihrer Privatsphäre wahr. Die Telefonwerber benutzen Ablaufskripte für ihre Anrufe - Eine Art Leitpfaden mit einer ausgearbeiteten Strategie. Die Verwendung solcher Leitpfade sorgt aber auch für eine ungleiche Situation zwischen Telefonwerber und Verbraucher, die zugleich die Basis für ein erfolgreiches Telefonmarketing ist. Das EGBG-Gegenwehrskript versucht das Gleichgewicht wieder herzustellen. [Hier geht's zum Download](#) des amüsanten aber auch nützlichen Gesprächs-Leitfadens.

### Services compact (7) (25.KW-05)

01: 58 Prozent der Unternehmen rechnen **nach den geplanten Neuwahlen** im September mit **verbesserten Geschäftsaussichten** und günstigeren Standortbedingungen, berichtet die Zeitung "Die Welt" am 14. Juni unter Berufung auf eine Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK). Nur ein Prozent rechnet mit Beeinträchtigungen infolge von Neuwahlen, 41 Prozent der Unternehmen erwarten keine nennenswerten Veränderungen.

02: Service ist wieder "IN" in Deutschland. Nach dem Siegeszug der Discounter in den vergangenen Jahren ist jetzt der Facheinzelhandel im Aufwind. 62 Prozent der Bundesbürger geben an, dass sie "gern" oder "sehr gern" in Fachgeschäften einkaufen. (**OMG Markenklima-Index II/05**)

03: Der Markt für **mobile Musikdownloads** kommt in Bewegung. Napster will mit Ericsson ein Online-Musikangebot aufbauen, Marktführer Apple hatte sich bereits mit Motorola zusammen getan. Das ließ auch Microsoft nicht ruhen - man verbündete sich mit dem finnischen Handyhersteller Nokia.

04: Zum dritten Mal zeichnet die Potsdamer PR-Agentur wbpr (GPRA) im Rahmen des **"Forum Mittelstand"** journalistische Beiträge zum Thema Mittelstand aus. Einen Sonderpreis soll es für "IT-Sicherheit und Mittelstand" geben. Infos: [www.journalistenwettbewerb.de](http://www.journalistenwettbewerb.de).

05: Der 9. "**Horizont**"-Career Guide ist erschienen. Zusammen mit JobScout24 bietet er Adressen für eine Karriere im Marketing und in der Kommunikationsbranche. Infos: [www.horizont.net/careerguide](http://www.horizont.net/careerguide).

06: Ketchum, eine der weltweit führenden Marketing- und Kommunikationsagenturen, startete am 16. Juni "**Ketchum Personalised Media**". Ein Programm, das es Unternehmen ermöglicht, neuartige Online-Medien wie Blogs, Podcasts und Mobile Marketing in ihre Kommunikationsstrategie zu integrieren. Es ist eine klare Antwort auf die sich verändernde Medienlandschaft - und berücksichtigt RSS, Blogs und Podcasting. Kooperationspartner in Deutschland ist Klaus Eck von [www.pr-blogger.de](http://www.pr-blogger.de).

07: Leider hatten wir neulich bei einem interessanten Link einen Schreibfehler. Die richtige Adresse für die Medien-Wochenendbeobachtung "**Weekend Watch**" von Infoselekt lautet: [www.infoselekt.de](http://www.infoselekt.de).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### Seminare compact (9) (25.KW-05)

01: Die nächste Veranstaltung vom **medien-netzwerk-münchen** findet am 7. Juli in München statt Thema: "**Messen des Unmessbaren? Kommunikationserfolge zwischen Kreativität und Controlling.**" Infos: [info@medien-netzwerk-muenchen.de](mailto:info@medien-netzwerk-muenchen.de).

02: Im vierten Jahr in Folge hat das PR-**Fernstudium PR+plus**, Heidelberg eine Förderungszudage der Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg erhalten. Der nächste Lehrgang beginnt am 15. Juli. Infos: [www.prplus.de](http://www.prplus.de).

03: Die DAPR **Deutsche Akademie für Public Relations**, Frankfurt am Main meldet drei neue Prüfungspartner für ihre PR-Prüfungen (seit 1991 über 3.400): Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW), München; Deutsche Presseakademie (depak), Berlin und Fernschule Weber, Großenkneten.

04: Bringmann Managemententwicklung, Berlin bietet ein neues **Seminar** an: "**PR-Controlling -**

**Kommunikation messen, bewerten, steuern.**" Referenten: Dr. Michael Helbig, Ernst Primosch und Professor Dr. Lothar Rolke. Termine: 8. + 9. September in Berlin; 13. + 14. Oktober in Düsseldorf. Infos: [www.bringmann.de](http://www.bringmann.de).

05: FAZ-Institut, Frankfurt am Main und oeffentlichkeitsarbeit.de, Heidelberg veranstalten drei **Trainings** zum Thema "**Grundlagen journalistischen Schreibens**". Termine: 7. - 9. Juli, 1. - 3. September und 17. - 19. November, alle in Heidelberg.

06: Die **Donau-Universität Krems/Österreich** und mc mediaconsult bieten einen "**Medienführerschein**" an. Das Seminar findet am 20./21. Oktober und 10./11. November in Krems statt. Mit neuem Trainingskonzept und der Verbindung von Praxis und Wissenschaft will man die Teilnehmer zu Medienprofis schulen.

07: Die **Texterschmiede Hamburg** bietet ein neues Seminar an: "**Erfolgsregeln guter Texte**" (am 15. Juli + 7. Oktober). Infos: [www.texterschmiede.de](http://www.texterschmiede.de).

08: Die nächste **Euroforum**-Konferenz findet am 21. und 22. Juli zum Thema "**Wertorientierte U/nternehmenskommunikation**" in Bonn statt. Infos: [www.euroforum.com](http://www.euroforum.com).

09: Am 19. Juli gibt es in München die erste **CMO** (Chief Marketing Officer)-Council-Veranstaltung in Deutschland. Beim Forum "**Marketing Performance Measurement**" geht es um Konzepte und Erfahrungen zur Marketing-Erfolgskontrolle. Infos bei den deutschen Tagungspartnern billo pr und Dr. Haffa & Partner ([ahaffa@globalfluency.com](mailto:ahaffa@globalfluency.com)).

## Kommentare

---

### DPRG + GPRA: Bildungschaos statt Bildungszukunft

Die PR-Altverbände DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn und GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Frankfurt am Main werden ihrer Verantwortung für die Branche nicht gerecht. Mit falschen Behauptungen und realitätsfremden Aktionen wird die Öffentlichkeit zudem massiv getäuscht.

Noch-DPRG-Präsident Jürgen Pitzer schreibt in seinem letzten Mitgliederrundbrief "intern" vom Juni 2005 zum angeblichen Start einer gemeinsamen Initiative mit der GPRA zur Qualitätssicherung in der PR-Ausbildung: "Die bisherigen konkurrierenden Angebote von GPRA und DPRG verunsichern Bildungsinteressenten bei der Auswahl von Bildungsangeboten und verringern die Akzeptanz der jeweiligen Abschlüsse bei Arbeitsgebern in Agenturen, Unternehmen und Verbänden."

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

## Kerlikowskys Kommentar... zum "Fall" der HypoVereinsbank



Guten Tag! Hat mit der Übernahme der HVB-HypoVereinsbank durch die italienische Unicredito der Ausverkauf der deutschen Banken begonnen?

Geht nun im Finanzsektor weiter, was bei Industrieunternehmen durch

Aufkäufe von Hedgefonds begonnen hat?

Die HVB-Übernahme ist auf der einen Seite ein typischer Fall für die Probleme der deutschen Wirtschaft. Die Prinzipien der Deutschland AG haben, so wie bei vielen Industrieunternehmen, zum Niedergang der HVB geführt. Hier spielte die Politik mit, eine Selbstzufriedenheit des Managements, das jeweils von dem ausgeschiedenen Vorstandsvorsitzenden in der Funktion als Aufsichtsrat nicht genügend kontrolliert wurde, und ein soziales Denken, das zu freiwilligen sozialen Leistungen führte, das die gesetzlichen um rund 100 Prozent übertraf.

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

## Rezensionen

### Illner/Broderson: Ente auf Sendung

Rezension von Beate Quilitzsch-Schuchmann, Public Relations, Consultancy & Moderation, Dipl. Ing. agr. / PR-Referentin (DPRG)

Mit freundlicher Unterstützung von [PR+plus Fernstudium Public Relations](#), Heidelberg.

Diese Buch will keine "trockene" Fachliteratur sein. Es richtet sich nicht in erster Linie an die

Profis, sondern will dem Medien-Laien, aber täglichen Medien-Nutzer, eine Hilfestellung bieten, nicht ohne auch für den Profi interessant zu sein. Bunt bebildert und ganz ohne kommunikationstheoretische Betrachtungen kommt sie also daher, die "Ente auf Sendung". Und transportiert doch die meisten Theorien unbemerkt und auf angenehm lesbare Art, so dass jeder von uns sein durch Zeitung, Radio und Fernsehen täglich neu zusammengesetztes Informations- und Meinungsbild hinterfragen und vor allem besser - d.h. kritischer - bewerten kann. Denn eine der Kernbotschaften lautet: es gibt keine umfassende Wahrheit und sie wird schon gar nicht durch die Medien in unsere Wohnzimmer getragen. Wer interessiert sich schon für Hungersnöte in einer afrikanischen Bananenrepublik, wenn die Mainstream-Nachrichtenkarawane gerade über den weltweit tobenden Terrorkrieg berichtet?

*Zur kompletten Meldung auf der Homepage.*

[Hier direkt bei amazon.de bestellen.](#)

## PR-Digest

### Franz Beckenbauer: Der Werbe-Kaiser

Es ist ein Geheimnis, das so mancher gerne für sich gelüftet hätte - die Aura einer jederzeit entspannten und dabei einnehmenden Persönlichkeit zu besitzen. Doch damit nicht genug. Ihm eilt ebenso der Ruf voraus, alles, was er in die Hände nimmt, zum Erfolg zu führen. Um es salopp auszudrücken: Wer auf solch hoher Welle schwimmt, hat viel von dem, was die Werbung immer verzweifelt sucht. Und wenn es bei ihm überhaupt einen Schönheitsfehler geben sollte, ist dies vielleicht das Salz in der Suppe. Also noch ein Vorteil - für Franz Beckenbauer, den Werbe-Kaiser. Sieben Werbeverträge, allesamt mit großen Unternehmen oder Konzernen wie Audi, Adidas oder O2. Und sie alle wollen von der Prominenz und dem Image der Fußballikone profitieren. Hinzu kommen drei feste Arrangements mit wichtigen Medienhäusern, dem Springer-Blatt „Bild“ sowie ZDF und dem expandierenden Bezahlsender Premiere, die alle dazu beitragen, dass das glanzvolle Label des Fußball-Kaisers nicht verblasst. Die Gegenleistung ist Beckenbauer - das Original.

[Zum Weiterlesen des Artikels von Michael Ashelm in FAZ.NET.](#)



## Etikette: Bitte recht höflich!

Erstklassige Umgangsformen werden immer wichtiger für den Geschäftserfolg. Viele Manager polieren ihre Manieren in Benimmkursen auf. manager magazin sagt, wie Sie Ihr Auftreten verbessern können. [Hier geht's zum Download](#) des Artikels von Klaus Wehrle in manager-magazin.de (mit Knigge-Test, Business-Etikette, Smalltalk-Selbsttest). Wer auf der Klaviatur der Etikette spielen kann, macht bessere Geschäfte. "Unsere Produkte unterscheiden sich kaum von denen der Konkurrenz, beim Preis haben wir fast keinen Spielraum mehr", sagt ein Vorstand, der nicht genannt werden möchte, "deshalb schulen wir unsere Mitarbeiter, höflich und respektvoll mit den Kunden umzugehen."

## PR-Jobs + Karriere

---

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer Jobbörse stehenden Gesuche und Angebote.

### Gesuche

Die sieben 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 12 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/)

Die weiteren Angebote:

#### In Agenturen

[nexthop communications, München sucht PR-Berater/in - Teilzeit](#)

Datum: Samstag, 18 Juni 2005

[Kundenberater \(m/w\) Telekommunikation/Lifestyle für Münchener Agentur](#)

Datum: Samstag, 18 Juni 2005

[PR-Berater für PR-Agentur in München](#)

Datum: Dienstag, 14 Juni 2005

[Projekt-Assistenten/in in Kölner Agentur](#)

Datum: Samstag, 11 Juni 2005

[ROESSLER PR, Frankfurt, sucht PR-Junior-BeraterIn](#)

Datum: Donnerstag, 09 Juni 2005

[PR Juniorberater/in in Düsseldorfer GPRA-Agentur](#)

Datum: Mittwoch, 08 Juni 2005

[PR- Redakteur/in in Hamburger Kommunikationsagentur](#)

Datum: Mittwoch, 08 Juni 2005

[PR Berater/in in Hamburg](#)

Datum: Mittwoch, 08 Juni 2005

[PR-Junior-Consultant in Mülheimer GPRA-Agentur](#)

Datum: Mittwoch, 08 Juni 2005

[EUROPRESSEDIENST Bonn sucht Praktikant/in](#)

Datum: Dienstag, 07 Juni 2005

[PR-Junior-Berater\(-in\) für München gesucht](#)

Datum: Montag, 06 Juni 2005

#### In Unternehmen

[Marketing-Manager/in im Bereich Finanzdienstleistung in Hamburg](#)

Datum: Samstag, 18 Juni 2005

[Mitarbeiter/-in Pressestelle \(Schwerpunkt Online-Kommunikation\) in Frankfurt](#)

Datum: Montag, 13 Juni 2005

[Sales Manager m/w GWV Fachverlage Wiesbaden](#)

Datum: Montag, 06 Juni 2005

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 20. Juni 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **18.051 Empfänger** versandt.

---

**Impressum:**

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

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer, Chefredakteur (-fff-) (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:** Jan Birkenfeld, Braunschweig; Bernd Oliver Bühler, Paris; Michael Bürker, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Stephan Hoursch, Frankfurt am Main; Frank Hupke, Dublin; Christina Kahlert, München; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Ralf Laumer, Marburg; Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Peter Radunski, Berlin; 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; Julia Schweineberg, Münster; 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,

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, presssprecher, prmagazin, sprecherszene, Statistisches Bundesamt, stern, text intern, V.i.S.d.P., w&v werben & verkaufen, ZDNet.de.

---

Jetzt wird gebloggt!

**Aufbruch 2005 – DPRG-Wahl 2005**

20. Juni 2005: Die "Kampa" läuft. Am Samstag wählt die DPRG-Mitgliederversammlung in Mainz ihr neues Präsidium. Mein Team und ich - wir sind im Endspurt. Heute erscheint unser Wahlaufruf in dem sich über 50 Kolleginnen und Kollegen aus der Branche für unser Team aussprechen. Und schon seit mehr als einer Woche liegt unser Wahlprogramm bei den Mitgliedern auf dem Tisch. Die Reaktionen haben mir bis auf zwei Ausnahmen viel Mut für den Wahltag gemacht. Die Idee mit diesem Blog wurde auf dem Münsterschen Careersday am Freitag geboren. Für mich ist es der Einstieg in diese Kommunikationsform. Ich bin gespannt auf die Möglichkeiten zum direkten Meinungs-austausch mit Mitgliedern und anderen Interessierten. Toll wie schnell das geklappt hat (nur mit Hilfe meiner BASF-Kollegen und von Klaus Eck, dem PR-Blogger). Schießen Sie auf den Kandidaten!

<http://presi-al-dente.com>

<http://nies.blogs.com>

# Aufruf an die Mitglieder der Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) zur Wahl des Vorstandes am 25. Juni 2005

Die DPRG muss sich öffnen, um der führende Verband der Öffentlichkeitsarbeiter und Kommunikationsmanager aller Disziplinen, Hierarchien und Alterstufen der deutschen PR-Branche zu sein. Dem Team um Ulrich Nies trauen wir den strategischen Weitblick, das taktische Geschick und die Kraft zu, diesen Weg zu einem starken Berufsverband erfolgreich zu gehen. **Wir empfehlen allen Mitgliedern die Wahl von Ulrich Nies und seinem Team.**

## Die Unterzeichner:

Michael Pfister	MLP AG, Heidelberg
Volker Franzen	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit GmbH, Eschborn
Dr. Hans Dieter Gärtner	GESO GmbH, Bodenheim
Anabel Houben	C4 Consulting GmbH, Düsseldorf
Alexander Demuth	Citigate Demuth GmbH, Frankfurt
Winfried Peters	Citigate Demuth GmbH, Frankfurt
Reinhard Artus	Artus Communications Ltd, Halle
Prof. Dr. Lothar Rolke	Fachhochschule Mainz
Dr. Thomas Gauly	ALTANA AG, Bad Homburg
Steffen Müller	ALTANA AG, Bad Homburg
Prof. Dr. Peter Szyszka	Zürcher Hochschule Winterthur
Rolf Sonderkamp	RAG Aktiengesellschaft, Essen
Christopher Wünsche	Interbrand Zintzmeyer & Lux
Prof. Dr. Romy Fröhlich	Universität München
Dr. Gero Kalt	FAZ Institut, Frankfurt
Manfred Piwinger	Image- und Kommunikationsberatung, Wuppertal
Dr. Rainer Mathes	PRIME research international GmbH, Mainz
Reinhard Fröhlich	DZ Bank, Frankfurt
Prof. Dr. Susanne Femers	Fachhochschule TW, Berlin
Dr. Rolf Mühlmann	Oetker-Gruppe, Bielefeld
Bert Ziegler	oeffentlichkeitsarbeit.de, Heidelberg
Dr. Stefan Kombüchen	PR+ Plus, Heidelberg
Marco Bergandi	oeffentlichkeitsarbeit.de, Heidelberg
Karl-Heinz Schulz	Topcom Communication GmbH, Frankfurt
Ursula Lucas Bachert	Agentur für Wertekommunikation, Frankfurt
Steffen Müller	ALTANA AG, Bad Homburg
Reinhold Fuhrberg	Fachhochschule Osnabrück
Jörg Pfannenberg	JP:PR-Beratung, Düsseldorf
Friedmar Nusch	Heidelberger Druck
Patrik Burtien	Euro RSCG ABC, Hamburg
Ulf Karte	K 1, Köln
Alexander Zang	BCC, Frankfurt
Dieter Schmidt	Adam Opel AG, Rüsselsheim
Prof. Dr. Ulrike Buchholz	Fachhochschule Hannover
Prof. Dr. Karl-Martin Obermeier	Düsseldorf
Anne Stach	Stach's Kommunikation & Management GmbH, Frankfurt
Wolfgang Reineke	Unternehmensberater, Heidelberg
Dr. Ingo Reichardt	communication college, Ladenburg
Hans-Jürgen Müller	metropress Agentur für Kommunikation, Frankfurt
Andreas Bonn	AOK Hessen, Bad Homburg
Christian Achilles	Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Berlin
Prof. Dieter Weirich	Fraport AG, Frankfurt
Heinz-Georg Tebrake	crossrelations, Düsseldorf
Uwe Berlinghoff	Adam Opel AG, Berlin
Rainer Bechtold	ZVEI, Frankfurt
Prof. Franz Klöfer	Arbeitskreis für interne Kommunikation, Mainz
Klaus-Karl Becker	COMINVEST, Frankfurt/München
Christina Hoberg	Beiersdorf AG, Hamburg
Volker Northoff	Northoff.Com PR Beratung, Frankfurt
Kurt Leidner	Sandoz GmbH, Wien/München/Basel
Manfred Knappe	EADS, München/Paris
Dr. Ansgar Zerfaß	Medienentwicklung Baden Württemberg, Stuttgart