

Pfeffers PR-Newsletter Nr. 29 / 27. Woche 2005

Sommerzeit – Ferienzeit. Damit Sie sich und wir uns etwas erholen können, wird in der sommerlichen **Urlaubszeit** unser Newsletter „nur“ **vierzehntäglich** erscheinen. Die geplanten nächsten **Erscheinungstermine**: 19. Juli, 2. August, 16. August. Ab dem 30. August werden wir dann wieder wöchentlich präsent sein. Online gibt es jedoch keine Pause: also schauen Sie immer mal wieder auf unsere Homepage, wo wir und unsere Partner laufend **News** veröffentlichen werden.

Seite.1 _____

Internetauftritte von Unternehmen bekommen schlechte Noten

Über 54 Prozent der Journalisten sind mit den online angebotenen Informationen von Unternehmen eher unzufrieden oder sogar sehr unzufrieden.

Das ergibt eine Trendumfrage der Münchner PR-Agentur Maisberger Whiteoaks zum Rechercheverhalten von Redakteuren. Das Internet ist längst zur wichtigsten Recherchequelle für Journalisten avanciert und hat mit 98,5 Prozent sogar einen noch höheren Stellenwert als der persönliche Kontakt (95,5 Prozent). Dennoch haben Unternehmen nach Meinung der schreibenden Zunft ihre Hausaufgaben nicht gemacht. Denn deutlich mehr als die Hälfte der von Maisberger Whiteoaks Befragten (54,1 Prozent) sind unzufrieden mit den Informationen, die Unternehmen auf ihren Webseiten bereitstellen. Dabei kann man schon mit wenig Aufwand eine Firmenwebsite erfolgreich optimieren. Besonderen Wert legen Redakteure auf die Verfügbarkeit von druckfähigem Bildmaterial. Außerdem fordern sie, dass die Kontaktdaten der Ansprechpartner bereitstehen und nicht erst eine Registrierung erfolgen muss.

Aktualität und Übersichtlichkeit eines

Internetauftritts sollten zwar selbstverständlich sein, lassen aber offenbar vielfach noch zu wünschen übrig. Der extra für die Presse eingerichtete Bereich sollte leicht zu finden sein und auch ein Archiv beinhalten. Funktionen zur Suche und zu Downloads gehören ebenfalls zu den Kriterien für eine optimale Website.

Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

LAE: Spiegel, Handelsblatt, Capital + WamS sind top

Spiegel, Stern und Focus verzeichnen in der aktuellen **Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE)** allesamt Reichweiten-Verluste. Allerdings übernimmt im Zeitschriften-Ranking der **"Spiegel"** mit einer Reichweite von jetzt 27,3 Prozent (2003: 28,7 Prozent) die Spitzenposition und überholt damit den **"Focus"**, der 26,9 Prozent erreicht (2003: noch 30,9 Prozent). Der **"stern"** folgt mit 20,6 Prozent (2003: 24,6 Prozent) auf Platz drei.

Die Tageszeitung Nummer Eins unter den deutschen Entscheidern ist das **"Handelsblatt"**. Die Zeitung der Verlagsgruppe Handelsblatt erzielt eine Reichweite von 12,6 Prozent. Es folgt die **"FAZ"** mit 11,5 und die **"Süddeutsche Zeitung"** mit 9,7 Prozent.

Bei den Wirtschaftsmagazinen führt **"Capital"** (12,0 Prozent) vor **"Wirtschaftswoche"** (10,6) und **"Manager Magazin"** (10,5).

Bei den Wochenzeitungen liegt die **"Welt am Sonntag"** (10,0 Prozent) vor **"Zeit"** (8,9) und **"VDI Nachrichten"** (8,0).

Online führt **"spiegel.de"** (Reichweite pro Woche 19,4 Prozent) vor **"focus.de"** (18,6) und **"handelsblatt.com"** (12,6).

Informationen - so viel Sie wollen

Erweiterte Kooperationsvereinbarungen mit **news aktuell/Presseportal**, Hamburg und **PR-Blogger**, München bringen seit dem 29. Juni die Schlagzeilen der neuesten Branchen-Meldungen/Beiträge dieser beiden Internetanbieter

 zum neuen DPRG-NL	 Ohne Ticker fehlt Dir was. na news aktuell	
--	--	---

stets aktuell auf die Startseite des neuen PR-Portals (NPP). In der linken Spalte unterhalb des Navigators finden Sie nun die beiden neuen Angebote: "**Presseportal Newsfeed**" und "**PR-Blogger News**" (das Umlaut-Problem in den Überschriften wird noch gelöst). Wir freuen und über diesen aktuellen Newsservice für unsere User/Leser. Die dpa-Tochter news aktuell hat sich in 15 Jahren als zuverlässiger Informationsdienstleister erwiesen. Klaus Eck hat mit seinem PR-Blogger den neuen Bereich Weblogs für die Kommunikationsbranche professionell und informativ aufbereitet.

Personalien

Albers leitet nun politische PR und Unternehmenskommunikation bei Arcor

Stephan Albers (42) leitet ab dem 1. August die Unternehmenskommunikation bei Arcor. Er übernimmt den Bereich von **Barbara Kögler** (42), die seit der Unternehmensgründung im Jahr 1997 den Pressebereich aufgebaut hat und das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt. Albers ist ebenfalls seit 1997 bei Arcor und war bisher für die politische Kommunikation zuständig, die nun mit der Unternehmenskommunikation zusammengelegt wird. Er berichtet weiterhin an den Vorstandsvorsitzenden Harald Stöber.
Quelle: sprecherszene

Hammersen leitet externe Kommunikation der Bundesagentur für Arbeit

John-Philip Hammersen (40) übernimmt am 1. Juli die Aufgabe des Pressesprechers und Leiters externe Kommunikation der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg. In dieser Funktion berichtet er direkt an den Vorsitzenden des Vorstands, Frank-J. Weise. Hammersen begann seine Laufbahn 1985 beim Hamburger Abendblatt und volontierte danach bei der Hamburger Morgenpost. Nach seiner Ausbildung arbeitete er als Polizeireporter und wechselte in gleicher Funktion 1988 zur WELT. 1991 wurde er innerhalb des Axel-Springer-Verlages in die Nachrichten-Redaktion von BILD berufen. Ab

1993 leitete er die Nachrichtenredaktion von RTL2. Ab 1998 arbeitete er als Chefredakteur und Geschäftsführer für die Fernsehproduktionsgesellschaft "das redaktionsbüro" mit Sitz in Potsdam, um sich im Jahr 2001 als journalistischer Berater selbstständig zu machen. Unter anderem half er seitdem beim Aufbau des Regionalsenders tv-nrw und seit September 2004 beim Start der neuen Tageszeitung "NEWS Frankfurt" aus der Verlagsgruppe Handelsblatt.
Quelle: ots/Presseportal

Personalien compact (14) (27.KW-05)

01: Ein weiterer "Aderlass" bei fischerAppelt Kommunikation (GPRA): der bisherige Berliner Büroleiter **Lutz Meyer** verlässt die Agentur, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Er wird in Berlin zu Scholz&Friends Agenda wechseln, um sich dort in erster Linie um die Umsetzung der Kampagne "Land der Ideen" zu kümmern. Das Hauptstadtbüro wird nun von Agenturmitinhaber **Andreas Fischer-Appelt** (zusätzlich zu seinen GF-Aufgaben am Hamburger Hauptsitz der Agentur) und **Olaf Hoffjann** geleitet - und ausgebaut.

02: Bei Procter & Gamble in Bad Schwalbach wird **Gabi Hässig** (38) die Öffentlichkeitsarbeit für den Bereich Beauty in der Unternehmenskommunikation für D, A + CH übernehmen. Sie folgt auf **Katharina Marquardt**, die in Elternzeit ist.

03: Wie am Abend des 27. Juni bekannt wurde, übernimmt der frisch gewählte Präsident der **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn, **Ulrich Nies** in Personalunion die Funktion des **Pressesprechers** des Verbandes. Dass sich **Peter Steinke**, FAZ-Institut wie bisher um den Bereich Aus- und Weiterbildung kümmern wird und der Bundesjuniorensprecher **Stefan Munko**, Berlin um den PR-Nachwuchs, dürfte zu erwarten sein. Die weiteren Ressortverteilungen finden bei der konstituierenden Sitzung des neuen DPRG-Vorstandes statt.

04: **Arndt Groth** (41), Geschäftsführer des Online-Vermarkters Interactive Media CCSP in München wurde von der Mitgliederversammlung des BVDW Bundesverband Digitale Wirtschaft (ehemals dmmv), Düsseldorf am 28. Juni in Berlin für weitere zwei Jahre als Präsident wiedergewählt.

05: **Wolfgang Terhörst** (38) wechselt am 1. Oktober von "werben & verkaufen" nach Würzburg und wird Chefredakteur der Marketing- und

Vertriebszeitschrift "acquisa" (gehört zur Haufe Mediengruppe). Vorgänger **Markus Elsen** wird Chefredakteur beim "buchreport" in Dortmund.

06: **Friedrich von Heyl** (37) leitet jetzt die Unternehmenskommunikation des Pharmaherstellers AstraZeneca. Er kommt von der Berliner Schering AG.

07: **Achim Struchholz** (43) übernimmt am 1. August die Presseleitung der RWE Power in Essen. Er war zuvor Pressesprecher beim DSD Dualen System Deutschland, Köln.

08: **Steffen Fritzsche** wurde Leiter der Healthcare-Abteilung bei Burson-Marsteller in Frankfurt am Main - er hat sein Fachwissen bisher bei Targis Healthcare eingesetzt.

09: In den Ruhestand verabschiedet sich **Thomas Gubitz** (61), Leiter der Produkt- und Technologiekommunikation bei BMW in München. Bis zur (internen) Neubesetzung leitet Kommunikationschef Richard Gaul den Bereich selbst.

10: **Jens-Georg Fey** übernimmt am 1. August die Leitung der Kommunikation und Energiepolitik beim Erdöl- und Erdgasunternehmen Wintershall in Kassel. Er kommt von der Konzernmutter BASF in Ludwigshafen - dorthin wechselt seine Vorgängerin **Linda von dem Bussche** (40).

11: Neu bei dot.communications in München: **Susanne Wimmer** (28) als PR-Managerin (kommt von Pleon Stuttgart). Vorgängerin **Kerstin Ebser** (29) zog es nach Wien. **Jana Hecker** (27) und **Stefan Kaulfuß** (30) starten als PR-Volontäre.

12: **Martin Hofer**, ehemaliger Chefredakteur von "10vor10" und "SonntagsBlick", tritt am 1. September 2005 als Senior Consultant in das Public Relations- und Kommunikationsberatungs-Unternehmen Burson-Marsteller Schweiz (B-M) ein und verstärkt das Beratungsangebot in den Bereichen Public Affairs und Media Relations.

13: **Frederic Bollhorst** (34) und **Philipp Ley** (35) arbeiten jetzt als Direktoren für die Kommunikationsagentur komm.passion am Standort Düsseldorf. Sie kommen von der Wuppertaler Agentur B_KOM und verstärken nun die Bereiche Corporate Communications, Advanced Technologies sowie die Presse- und Medienarbeit.

14: **Martin Neipp** und **Hauke Bredenfeld** wurden bei Johanssen + Kretschmer, Berlin eingestellt. **Lutz Schildmann** wechselte zum Kunden EnBW Kraftwerke.

Etats

Trostner kommuniziert für Helma, Isernhagen

Die PR-Agentur Trostner (GPRA), Filderstadt gewann im Pitch den Etat der Helma Eigenbau in Isernhagen. Helma gehört zu den zehn größten Massivhausherstellern in Deutschland und firmiert seit Mitte März als AG. Trostner, spezialisiert auf die Themen Bauen, Wohnen sowie Haus- und Gebäudetechnik, wird die gesamte Bauherrenkommunikation konzipieren und umsetzen.

Etats compact (11) (27.KW-05)

01: Australischer Bundesstaat Northern Territory, Durban
an: **Adam & Partner**, Frankfurt am Main

02: Powervar (Hersteller von Power-Quality-Lösungen), Paderborn
an: **HBI Helga Bailey** - International PR & MarCom Services, München

03: AVU AG für Versorgungs-Unternehmen, Gevelsberg + Hoffnungszeichen/Sign of Hope, Singen
an: **FGK Agentur für Markenführung**, Düsseldorf

04: Haworth Deutschland (Büromöbel), ???
an: **denkBar - PR & Marketing**, Bremen

05: Acer (IT-Hersteller), Ahrensburg
an: **Interface Public Relations**, München

06: Betty TV + Radiozentrale + AutoScout24
an: **dot.communications**, München

07: Messe Schweiz "Art Basel", Basel/Schweiz
an: **Uniplan** Live-Communication-Agentur, Kerpen

08: Neue Deutsche Filmgesellschaft (ndf), ???
 an: **a+o Gesellschaft für Kommunikationsberatung**, Hamburg

09: Gilli, italienische Modelabel, ???
 an: **Think Inc. Public Relations**, München

10: Toray Industries, Osake/Japan
 an: **eastside - agentur für kommunikation und marketing**, München

11: Open University Business School, Milton Keynes/Großbritannien
 an: **Redaktionsbüro Beatrix Polgar-Stüwe**, 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.

Branche

DAPR-Kurs entwickelt PR-Checkliste zum Schreiben von Packungsbeilagen

Verantwortungsvolle Öffentlichkeitsarbeit: Schriften in Packungsbeilagen zu klein und Inhalte für Normalverbraucher unverständlich

Viele PR-Agenturen und Mitarbeiter in der Unternehmenskommunikation von Pharmaunternehmen stellen auch die Packungsbeilagen von Medikamenten her. Leider nicht immer zum Nutzen der Verbraucher, denn gemäß einer Studie, die im British Journal of Ophthalmology veröffentlicht wurde, erklären z. B. Sehbehinderte, Packungsbeilagen von Augentropfen bzw. anderen Medikamenten nur mühsam lesen zu können. Die Teilnehmer der DAPR Ausbildung haben sich Gedanken über diese Problematik gemacht und eine PR-Checkliste zum Schreiben von verbraucherorientierten Packungsbeilagen entwickelt.

Eigentlich soll es dem Patienten helfen - das kleine zusammengefaltete Blatt, das sich zwischen Medikament und Verpackung versteckt hält. Nach der Studie des Ophthalmology Department Glasgow erfüllt die Packungsbeilage diese Aufgabe leider oft nicht. Im Gegenteil: Die Gebrauchsinformation kann den Patienten mit ihrem umständlich formulierten Kauderwelsch verschiedenster Fachbegriffe sogar von der Einnahme abhalten.
Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Product Publicity: Peugeot

von Wolfgang Reineke, Heidelberg

Peugeot Avenue Berlin zeigt seit dem 24.6. kleine Flitzer in der Miniatur-Metropole "micro city" Unter den Linden. Anlaß ist die Premiere des neuen City-Cars Peugeot 107.

Bis zum 5. September 2005 können mobile Stadtautos, aktuelle Fahrzeuge, extravagante Prototypen und auch historische Modelle bewundert werden. Die Devise "Kleine Könnern in der Großstadt" bezieht sich nicht nur auf die ausgestellten Wagen, sondern auch auf das Ausstellungsdesign: Alle Modelle sind im wahrsten Sinne des Wortes in eine "micro city" gebettet: Eine im Showroom wie auf dem Reißbrett entworfene Zukunftsmetropole entführt spielerisch in eine virtuelle Welt – mit innovativen Fahrzeugen für einen flexiblen City-Alltag auf kleinstem Raum.
Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Branche compact (8) (27.KW-05)

01: Von Frankfurt am Main nach Hamburg: **Ann-Christin Zilling** (39) macht sich nach vier Jahren als PR-Director bei OgilvyOne mit einer eigenen PR-Beratung in ihrer Geburtsstadt an der Elbe selbstständig.

02: **Freudl & Friends**, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit und Events, Karlsruhe ist nun hundertprozentig inhabergeführt. Die bisher von der Werbeagentur Hinkel & Junghans gehaltenen GmbH-Anteile wurden übernommen.

03: Beim dritten **CREA Credential-Award** (vom Kommunikationsverband zusammen mit Cherry Picker verliehen) erhielten am 27. Juni in

Würzburg von den 65 Einreichungen der Agentureigendarstellungen fünf einen Award.

04: Beim 9. **BoB Best of B2B-Award** des Kommunikationsverbandes, Hamburg gab es von der Jury am 27. Juni in Würzburg vier Mal Gold und je zwölf Silber- und Bronzemedailles. Es gab 238 Einreichungen. Am besten schnitt DDB Germany, Düsseldorf/Berlin mit einmal Gold und zweimal Bronze ab.

05: Beim International Advertising Festival 2005 in Cannes/Frankreich wurde für seinen Kunden Volvo mit dem erstmals vergebenen **Titan-Löwen für Integriertes Marketing** ausgezeichnet. Gewinner war Euro RSCG Worldwide, die zudem 14 weitere Löwen in anderen Kategorien gewannen.

06: In Berlin wurde die Initiative raumbrand mit dem **Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation** prämiert. Die Kommunikationsarchitekten WengerWittmann haben das Projekt 2004 aus der Taufe gehoben. Die Auszeichnung wird jährlich an Unternehmen verliehen, die sich durch besonders innovative und schlüssige Kommunikationskonzepte und deren Umsetzung hervorgehoben haben. Termin für den nächsten raumbrand.Workshop zum Thema "Kundenbindung":
 Mittwoch, 9. November, Dorint Novotel Messe München - weitere Informationen auf www.raumbrand.de

07: Beim 5. **Grimme Online Award** am 30. Juni wurden unter anderem ausgezeichnet: In der Kategorie Information: www.bildblog.de und in der Kategorie Wissen und Bildung: www.wikipedia.de sowie in der Kategorie Spezial: www.spiegel.de.

08: Auf dem Deutschen Internetkongress am 29. Juni in Köln, veranstaltet vom eco-Verband der deutschen Internetwirtschaft, wurde erstmals der **Deutsche Internet-Industrie-Preis** vergeben. Im Bereich Business-ISP gewann QSC, im Bereich Privatkunden-ISP belegte Versatel den ersten Platz. Bestes Webportal ist Lufthansa.com. Die besten in Deutschland vertretenen Hosters sind Hosteurope und 1&1. Die beste Branchenlösung kommt von HRS mit seiner Hotelreservierungsplattform.

Medien

Netzeitung ist jetzt norwegisch

Das norwegische Medienunternehmen Orkla Media hat die deutsche Internet-Zeitung Netzeitung übernommen. Die Verträge wurden von den bisherigen Eigentümern, Dr. Michael Maier und Ralf-Dieter Brunowsky (BrunoMedia, Köln) sowie von Jan M. Moberg, dem für Orkla Media Digital Verantwortlichen, unterzeichnet. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Maier, bisheriger Geschäftsführer und Chefredakteur der im Jahr 2000 gegründeten Netzeitung, bleibt im Amt, zusätzlich wird er den neuen Ableger Orkla Media Deutschland leiten.

Deutscher Multimedia Award 2005 verliehen

Vor mehr als 500 Gästen haben heute die Preisträger des Deutschen Multimedia Award (DMMA) in Berlin ihre Auszeichnungen erhalten. Der Deutsche Multimedia Award wird seit 1996 an herausragende Online-, Offline- und Terminalanwendungen vergeben, die beispielhaft für die Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der interaktiven Medien sind. Veranstalter sind neben dem DMMK - Digitale Wirtschaft, der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. und der Kommunikationsverband. Insgesamt konnten sich in den "normalen" DMMA-Kategorien 13 der 44 nominierten Beiträge durchsetzen. 353 Beiträge waren zuvor zum DMMA 2005 eingereicht worden. Hinzu kommt die erstmals in der deutschen Internetgeschichte ausgelobte skurrilste Webseite - hier waren mehr als 2.500 Vorschläge eingegangen. "Insgesamt ist das Niveau zum Vorjahr gestiegen. Die Arbeiten sind in diesem Jahr selektiver eingereicht worden", fasst Odo-Ekke Bingle vom Kommunikationsverband zusammen. Besonders erfreulich ist aus Sicht der Veranstalter, der hohe Standard der für den Sonderpreis Barrierefreiheit eingereichten Beiträge. Weitere Informationen zum DMMA 2005 finden Sie unter: www.deutscher-multimedia-award.de.

politik&kommunikation bringt Wahlkampf special

Der Berliner Republik steht ein "Wahlkampf aus dem Stand" bevor: Das Fachmagazin

"politik&kommunikation" beleuchtet in seinem Wahlkampf special die Strategien der Parteien. Die Redaktion stellt die wichtigsten Akteure und ihre Stäbe vor. Die aktuelle "p&k Wahlkampf special" lässt zeigt, wer im Kampf um Direktmandate und Listenplätze vorne liegt. Das Magazin bietet Interviews, Analysen und Porträts von und mit den Spitzenkandidaten der Parteien, Profile und Einschätzungen der Wahlkampfmanager. Wissenschaftler geben Einblicke in das herrschende Meinungsbild. Vor der Wahl sind zwei weitere "p&k Wahlkampf specials" geplant. Infos: www.helios-media.de.

Medien compact (5) (27.KW-05)

01: Die Zukunft von **German-TV** (Deutsche Welle, ARD + ZDF), dem deutschsprachigen Abo-TV in Amerika, wird erst nach der (geplanten) Bundestagswahl entschieden. Der zuständige Parlamentsausschuss war sich aber einig, dass es keine weiteren Gelder für German TV geben wird. Demnach wird dieses Abofernsehen wohl eingestellt. Der Ausschuss empfahl Gespräche für eine Integration des bisherigen Programmangebots der beiden öffentlich-rechtlichen Anstalten in die Deutsche Welle (als neues DW-TV).

02: Nun hat auch der "**Spiegel**" in seinem jährlichen **Wettbewerb** für **Schülerzeitungen** die Preisträger ermittelt. Dabei platzierten sich sechs Schülerzeitungen aus Bayern (aber nicht aus München) unter den Top Ten. Gesamtsieger unter den rund 2.200 Einreichungen wurde die "Glocke" des Johann-Philipp-von-Schönborn-Gymnasiums in Münnerstadt (bayerisches Unterfranken) vor "Rückenwind" des Adalbert-Stifter-Gymnasiums in Passau (Niederbayern).

03: GfK Nürnberg meldet die Zahlen der **Fernsehnutzung im Juni** bei allen Zuschauern ab drei Jahren: 1. ARD mit 13, Prozent Marktanteil; 2. ZDF (13,7); 3. RTL (13,1); 4. Dritte Programme (12,8); 5. Sat.1 (11,3); 6. ProSieben (6,8).

04: Das **Interportal "neues PR-Portal"** hat im Juni seine **Online-Zugriffszahlen** erneut steigern können. Die 1&1-Webstatistik ermittelte für Juni insgesamt 169.068 Visits und 2.683.959 Pagelmpressions - das sind die höchsten seit dem Start im Dezember 2004 erreichten Werte. Auf den **Tagesdurchschnitt** umgerechnet bedeutet dies: **5.602 Visits** und 89.465 Pl's. Erfreulich auch die Ermittlung der Seitenaufrufe

pro Besucher im Juni 2005: jeder Besucher hat sich im Schnitt 15,97 Seiten angesehen. Den wöchentlichen Newsletter erhalten knapp 18.000 Empfänger aus der Kommunikationsbranche. Diese Entwicklung freut Herausgeber Gerhard A. Pfeffer: "Mögen sich andere fälschlicherweise (auch weil mit geklauten Ideen, Daten und Adressen arbeitend) als Original bezeichnen und ihre Daten nach oben manipulieren, wir haben das aktuellste, größte und beste PR-Portal im Internet! Deshalb sei versprochen: Service, Redaktion und Inhalte/Angebote werden bis zum Jahresende noch weiter ausgebaut!"

05: Die neueste Ausgabe (Heft 6 Juli/August) von "**brand eins**" muss zur Pflichtlektüre für alle Öffentlichkeitsarbeiter und sonstiger Kommunikatoren werden. Sie beschäftigt sich nämlich auf 64 Seiten mit dem **Schwerpunktthema "Kommunikation. Zuhören statt zutexten"**. **Lesenswert** vor allem: "Der Pudding, die Wand und der Nagel", "Die Stimme des Herrn" (zehn Typen von Pressesprechern) und "Sprechblasen in der Endlosschleife" (bei Sabine Christiansen).

Services + Tipps

Service compact (1) (27.KW-05)

01: "**Niagara**", eine Edelsteinjagd in den wilden Strömungen des Niagara-Flusses ist zum **Spiel des Jahres 2005** gewählt worden. Es wurde von Thomas Liesching entwickelt, der in der Nähe von Ludwigsburg lebt. Die Jury meinte, das Spiel sei nicht nur ein optischer Genuss, sondern mache auch großen Spaß.

- Anzeige -

mcs · Akademie

Marketing & Communication Studies

Fernstudium für Marketing-, Werbe- und PR-Branche

Geringe Studiengebühren, flexibles Lernen ohne Präsenzunterricht: Die **mcs-Akademie** bietet staatlich anerkannte Fernstudiengänge in Marketing-, Kommunikations-, PR-, Event und Sponsoring-, Produktion- sowie Sales Promotion-Management. Bei freier Zeiteinteilung ermöglichen anschauliche und praxisnahe Lehrbriefe einen Studienabschluss bereits nach 15 bis 18 Monaten. Das Studienangebot richtet sich an alle, die bereits erste Berufserfahrungen in der jeweiligen Branche gesammelt haben und ihr

Fachwissen optimieren und ihre Berufschancen nachhaltig steigern wollen.

Weitere Infos unter: www.mcs-akademie.org;
info@mcs-akademie.org; Telefon: (07641) 95 70 235

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Careers Day PR in Münster gewinnt an Profil

PR-Nachwuchskräfte trafen auf führende Branchenexperten

Der zweite Careers Day PR im Schloss Münster am 17. Juni war ein voller Erfolg: Der Veranstalter, das Institut für Kommunikationswissenschaft (IfK) der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, zählte für die Fachmesse insgesamt rund 400 Besucher aus dem ganzen Bundesgebiet. Die PR-Nachwuchskräfte informierten sich bei den 18 Ausstellern über Weiterbildungsangebote und Einstiegsmöglichkeiten in die PR-Branche und holten sich im "Careers Centre" wertvolle Anregungen zur individuellen Karriereplanung. Rund 250 Messebesucher hatten sich außerdem für den angeschlossenen PR-Kongress angemeldet, bei dem namhafte Referenten zu aktuellen PR-Themen sprachen und diskutierten. *Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.*

EUROFORUM: Kommunikation erhöht den Unternehmenswert

Auf der EUROFORUM-Konferenz "Wertorientierte Unternehmenskommunikation" (21. und 22. Juli 2005 in Köln) zeigt Professor Dr. Lothar Rolke, wie Kommunikation als Treiber von Unternehmenserfolg fungieren kann. "Wer heute im kommunikativen Wettbewerb auf Evaluation verzichtet, verschenkt regelmäßig werthaltige Chancen," betont der Kommunikationsexperte. Praxisnah berichten weitere leitende Vertreter aus der Unternehmenskommunikation über ihre Strategie und Instrumente für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit.

Ulrich Lissek (Deutsche Telekom AG) zeigt, wie man erfolgreich einen CEO positioniert und wie

der Unternehmenswert durch einen starken CEO gesteigert werden kann. Die Herausforderungen der internen und externen Kommunikation in einem global operierenden Unternehmen erläutert Birgit Opladen (Nokia GmbH). Auf die Bedeutung der Investor Relations-Arbeit geht Dr. Thomas Gauly (ALTANA AG) ein. Michael Pfister (MLP AG) stellt die Unternehmenskommunikation als strategisches Steuerungsinstrument vor. Wie KarstadtQuelle in herausfordernden Zeiten Unternehmenskommunikation einsetzt, erläutert Jörg Howe (KarstadtQuelle AG). Die Möglichkeiten Marketing und Öffentlichkeitsarbeit miteinander zu verbinden, zeigt Dr. Bernhard Blohm (Dresdner Bank AG).

Das vollständige Programm finden Sie unter:

www.euroforum.de/pr-unternehmenskommunikation

Seminare compact (8) (27.KW-05)

01: Die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel bietet PR-Ausbildung für angehende Berater und Assistenten. Termine und Orte sowie weitere Informationen hier: www.afk-online.com.

02: Der nächste media workshop der dpa-Tochter news aktuell behandelt am 14. Juli und am 2. Dezember in Hamburg das Thema "**Journalisten-Knigge** - Der gute Draht in die Redaktion. Infos: Nicola Raabe über mediaworkshop@newsaktuell.de.

03: Am 10. + 11. Oktober gibt es in Frankfurt am Main eine prominent besetzte **Konferenz** "Unternehmenskommunikation: **Koordinierung der Kommunikationsaktivitäten** vor dem Hintergrund der Globalisierung der Märkte, Aufbau von Strukturen und Netzwerken". Infos: www.marcusevansde.com.

04: **PR+plus**, Heidelberg bietet seinen Teilnehmern und Absolventen nun in Zusammenarbeit mit der Donau-Universität Krems/Österreich ein Master Upgrade zum Communication Manager of Science (MSc) an. Infos: www.prplus.de. Das nächste Fernstudium startet am 15. Juli.

05: Das **Medienzentrum Baden-Württemberg** in Stuttgart veranstaltet am 14. Juli das doIT-Seminar "Mit Eventmanagement zum Erfolg" und am 22. Juli in Friedrichshafen "Texttraining für Kommunikationsprofis" (mit Professor Dr. Dieter Herbst). Infos: www.mfg.de.

06: Am 10. + 11. Oktober veranstaltet die Bringmann Managemententwicklung, Berlin in Hamburg die **Konferenz "E-Marketing und E-Commerce 2005"**. Infos: www.bringmann.de.

07: **Wiegand & Wiegand Media Services**, Hamburg bietet wieder neue Seminare zum Thema Pressearbeit an: u.a. "Stilvoll auftreten - souverän agieren" und "Talk & Training". Infos: www.wiegandmedia.de.

08: Am 26. September findet im Kloster Eberbach bei Eltville der **3. Rheingauer Verlegertag** statt. Thema: "Wachstum durch Kooperationen". Veranstalter und Infos: Vertriebsunion Meynen (kh.behrens@vertriebsunion.de).

MediaTenor BranchenMAX

Verlagsranking 1. Quartal 2005: Trendwende geschafft



Medien über Medien: das war in den letzten Jahren eher eine Garantie für Negativ-Schlagzeilen. Doch auch hier zeigen sich neue Trends in der Berichterstattung der 39 deutschen Meinungsführermedien. Gesucht sind Positiv-Beispiele. Die Darstellung der Entwicklungen bei Axel Springer ist mit

den Berichten früherer Jahre nicht mehr zu vergleichen. Daß ProSiebenSat1 noch mehr Aufmerksamkeit als die Berliner erhielt, hat eher mit den Überlegungen Dr. Döpfners zu tun, in München gegebenenfalls die Mehrheit zu übernehmen.

Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Kommentar

Kerlikowskys Kommentar über... Staatsverschuldung, Zinsen und Steuer-Wahlen



Guten Tag! Egal, was am 1. Juli, im Bundestag bei der Abstimmung über das Mißtrauensvotum passiert. Egal, ob Bundespräsident Horst Köhler der

Auflösung des Bundestags und vorgezogenen Wahlen zustimmt. Egal, ob Neuwahlen im Herbst oder erst im nächsten Jahr stattfinden. Für mich ist die Erkenntnis gereift: keine der im Bundestag vertretenen Parteien ist willens und in der Lage, die Kernprobleme des Landes zu lösen.

Zu offensichtlich ist bei allen Parteien, daß sie sich der Themen bemächtigen, die Wählerstimmen bringen sollen.

Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Handbuch „Kommunikationsmanagement“

Länderbericht "Kommunikationsmarkt China"

Der chinesische Kommunikationsmarkt boomt, möglich geworden durch die rasante wirtschaftliche Entwicklung Chinas. Staatliche Direktiven begrenzen allerdings die Freiheit der Berichterstattung: der Staat gibt vor, worüber zu berichten erwünscht ist und worüber nicht. Aber vor allem in der Wirtschaftskommunikation spielt die PR eine schnell wachsende Rolle. Sie fördert dabei primär konsumorientiertes Verhalten, aber auch soziale Themen und Umweltfragen werden zunehmend mit aufgegriffen.

Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Themen der Zeit

Billigableger haben Hochkonjunktur - Warum nicht auch im Agenturmarkt?

*Von Julia Schweineberg, Münster**

Airlines haben es vorgemacht, Reiseveranstalter, Autovermieter und Modemarken sind mitgezogen. Jetzt ist die E-Plus-Tochter simyo als erster Mobilfunkanbieter für das kleine Portmonee gestartet. Auch wenn die "Geiz ist geil"-Mentalität nicht mehr alles beherrschend ist: Noch immer sitzt das Geld bei Unternehmen und Konsumenten nicht so locker wie noch vor einigen Jahren. Billigableger sind mittlerweile ein bewährtes Erfolgsrezept, die Konsumlust der Kunden anzuregen und neue

Zielgruppen anzusprechen. Da wundert es fast, dass noch keine der großen PR-Agenturen auf die Idee gekommen ist, einen Sprössling zu gründen, der seine Leistungen in einem deutlich preiswerteren Segment anbietet.
Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

Der PR-Markt in Deutschland (Zahlen - Daten - Fakten)

Im gerade im Deutschen Universitäts-Verlag, Wiesbaden erschienenen Fachbuch "Unternehmenskommunikations auf dem Prüfstand" in der Reihe "Unternehmenskommunikation und Reputation Marketing" (Herausgeber Professor Dr. Joachim Klewes) ist der nachfolgende Beitrag (Originalmanuskript) von Gerhard A. Pfeffer erschienen, der versucht, oft gestellt Fragen nach Zahlen und Fakten der PR-Branche übersichtlich zu beantworten.

Über Umfang (Zahlen und Fakten) des PR-Marktes in Deutschland zu schreiben, ist schwierig, weil vielfach valide Daten fehlen. Langjährige Praxis und Erfahrung des Autors sowie die Auswertung der wenigen vorhandenen Unterlagen kann es trotzdem ermöglichen, einen sicher interessanten Überblick darzustellen. Generell gilt immer noch: eine Tätigkeit/ein Beruf in der Kommunikationsbranche ist nicht nur interessant, sondern auch immer noch Arbeit in einem Zukunftsberuf mit weiter wachsenden Anforderungen - sowohl quantitativ als auch qualitativ. Zu den Arbeitsfeldern in der Kommunikationsbranche werden hier gezählt: Corporate Publishing, Direktmarketing, Events, Messen, Multimedia, Public Relations, Sponsoring, Verkaufsförderung und Werbung.

Dies soll ein **Vergleich** verdeutlichen: in den **USA** soll es 200.000 PR-Arbeitsplätze geben, denen 100.000 hauptberufliche Journalisten "gegenüberstehen". In **Großbritannien**, dem europäischen Land mit größten Akzeptanz für Public Relations, soll das Verhältnis von PR und Journalismus 1:1 sein - bei je circa 90.000 Arbeitsplätzen. Und in **Deutschland** gibt es zahlreiche Experten, die meinen: das Verhältnis sei zwei Drittel zu einem Drittel - noch "zugunsten" der Journalisten.
Zum vollständigen Beitrag auf der Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

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

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/Volontariat-Trainee-Praktikum/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die neun aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

[Junior-Berater/in für Kommunikationsagentur in Frankfurt/Kassel](#)

Datum: Mittwoch, 29 Juni 2005

[Bürokräft, Office Assistent/in in München](#)

Datum: Dienstag, 28 Juni 2005

[Projektmanager für Agentur in Köln](#)

Datum: Dienstag, 21 Juni 2005

[nextthop 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

[PR Berater/in in Hamburg](#)

Datum: Mittwoch, 08 Juni 2005

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

Datum: Montag, 06 Juni 2005

In Medien

[Bürokaufmann/frau für Medienagentur in Duisburg](#)

Datum: Donnerstag, 23 Juni 2005

In Unternehmen

[Titel: Projektverantwortliche\(r\) Medien-Analyse in Berlin](#)

Datum: Mittwoch, 29 Juni 2005

[Titel: Mitarbeiter/-in Presse/Öffentlichkeitsarbeit bei PLUS](#)

Datum: Dienstag, 28 Juni 2005

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

Datum: Samstag, 18 Juni 2005

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 04. Juli 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **17.926 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); Dr. Ingo Reichardt, Ladenburg, stellv. Chefredakteur (reichardt@neues-prportal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@neues-prportal.de).

Ständige Kommentatoren: Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (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, Marktrechwitz; 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,

URL: 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, medienzene, 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.

na | news aktuell **Summer Special 2005**

Unser Angebot vom 21. Juni bis zum 23. September 2005:
Bild und Text im Paket – zum Preis von € 590,-*

Originalbildservice Deutschland (obs)

Verbreitung eines Pressefotos/einer Infografik:

- via Nachrichtensatellit (dpa-Bildfunk) an 154 Tageszeitungen und TV-Sender (inkl. Querverweis zur ots-Pressemitteilung). Die Satellitenverbreitung erfolgt über Nacht oder morgens bis 10.00 Uhr.
- Archivierung in der dpa-Bilddatenbank unter www.picture-alliance.de
- Archivierung in der mecom-Datenbank unter <http://datenbank.mecom.de>
- Archivierung in Ihrer digitalen Pressemappe unter www.presseportal.de
- Mailingliste „obs.Aktuell“: Versand des ots-Textes mit direktem Link auf das obs-Bild im Presseportal an mehr als 2.600 akkreditierte Empfänger
- Das Foto wird mediengerecht beschriftet. Ihren Bildbegleittext (maximal 60 Wörter) verknüpfen wir nach dem internationalen Pressestandard IPTC mit der Bilddatei.

Originaltextservice Deutschland (ots)

Verbreitung einer Pressemitteilung:

- via dpa-Nachrichtensatellit an 320 tagesaktuelle Medien und die Bundespressekonferenz (inkl. Querverweis zum obs-Pressesbild)
- via E-Mail an Fachjournalisten, Publikumspresse, Redaktionsbüros und freie Journalisten (inkl. Querverweis und Hyperlink zum obs-Pressesbild)
- Archivierung und freie Recherchemöglichkeit im Presseportal unter www.presseportal.de (mit Link & Logo)
- Übermittlung an Online-Datenbanken und Websites wie yahoo.de, Genios, Bloomberg u. a.

* **Regulärer Preis dieser Kombination: € 780,-. Preis auf Basis von 300 Wörtern und bei Verbreitung des Bildes zwischen 20.00 und 10.00 Uhr, zzgl. MwSt. Längere Texte oder die Express-Verbreitung von Bildern werden zusätzlich in Rechnung gestellt.**

Ihre Fragen beantworten wir gern am Telefon (040) 4113-2850 sowie per E-Mail unter info@newsaktuell.de. Allgemeine Informationen zu unserem Presseservice finden Sie unter www.newsaktuell.de.



Mit dem Summer Special doppelt gewinnen!

Bei Buchung des Summer Specials 2005 nehmen Sie automatisch an einer Verlosung teil. Damit können Sie einen der attraktiven Preise gewinnen. Der Rechtsweg ist dabei ausgeschlossen.

1. Preis: iPod photo (30 Gigabyte)
- 2.–3. Preis: Gutschein zur Teilnahme an einem media workshop von news aktuell

