

## Pfeffers PR-Newsletter Nr. 31 / 30.+31. Woche 2005

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

#### **Journalismus und PR - Spannungsfeld oder Win-Win?**

##### **Eine Online-Befragung des Fachgebiets Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim richtet sich an Wirtschaftsjournalisten und PR- Schaffende**

Fehlende Ressourcen in den Redaktionen vieler Medienunternehmen zeigen, dass der Rückgang von Recherchen die unkritische Berichterstattung fördert. Journalismus als so genannte vierte Gewalt ist durch die wirtschaftliche Tal-Situation der Medien ins Schwanken geraten. Die Medien suchen dabei neue Wege aus der Krise: Die Neustrukturierung der Verlage setzt auf redaktionelles Management, das durch Outsourcing, Fremdvergaben, Content Buys und Content Sales die Transparenz der Quellen immer undurchdringlicher macht. Ein zweiter Punkt: Die Glaubwürdigkeit des Journalismus wird durch vermehrte Eigen-PR wie Qualitätsoffensiven zu stabilisieren gesucht. *Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

#### **Wenig weibliche Führungskräfte in der Frauendomäne PR**

Selbst in der Frauendomäne Public Relations gibt es nur wenige weibliche Führungskräfte. Das ist das Ergebnis einer Studie der Münchener Ludwig-Maximilians-Universität. Demnach haben in den Führungsetagen der Unternehmen weiterhin Männer das Sagen, obwohl der Frauenanteil in der PR-Ausbildung seit langem bei 80 Prozent liegt - und bei den Berufstätigen in der gesamten Branche bei mindestens 60 Prozent. PR-Frauen verdienen pro Monat auch durchschnittlich 900 Euro weniger als PR-Männer. "Selbst auf gleicher

Hierarchiestufe und bei gleicher Aufgabenstruktur verdienen Frauen im Schnitt weniger als ihre männlichen PR-Kollegen", sagt Studienleiterin Professor Romy Fröhlich.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

#### **GWA + GPRA: erfolgreiche Intervention beim Kartellamt wegen Etatvergabe DZT-WM-Kampagne?**

Mit einem Erfolg für den Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA und den PR-Agenturverband GPRA endet das Verfahren über die Vergabe des Etats der "WM-Freundlichkeitskampagne". Die Agenturverbände hatten das Ergebnis mit Hinweis auf mögliche Verbindungen zwischen der siegreichen Agentur Abold und den Jurymitgliedern Fedor und Michaela Radmann angezweifelt.

Die Vergabekammer des Kartellamtes hat aufgrund der mündlichen Verhandlung entschieden, dass die Entscheidung formell und inhaltlich fehlerhaft getroffen worden sei. Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. habe blind das Abstimmungsergebnis der Jury (unter Beteiligung des Ehepaars Radmann und anderer zur abschließenden Entscheidung nicht befugter externer Personen) übernommen und überhaupt keine eigene Bewertungsentscheidung getroffen. *Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

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

#### **Voss spricht ab 2006 nicht mehr für Bogner**

Der Kommunikationschef des Münchener Mode- und Sport-Unternehmens Bogner, Stefan Voss (44) hat zum Jahresende um die Auflösung seines Vertrages als Kommunikationschef und Unternehmenssprecher gebeten. Er will sich neuen Herausforderungen in der Kommunikations-/Medien-Branche stellen. Er war seit 2004 bei



Bogner, als gelernter TV-Journalist sammelte er Erfahrungen bei RTL, Premiere, DSF, Burda und Louis Vuitton.

### **Pieter Bots wird Marketingvorstand bei der SFC AG**

Mit **Pieter Bots (44)** hat sich SFC, führender Anbieter von mobilen Brennstoffzellen, einen international erfahrenen Manager in den Bereichen Kommerzialisierung, Marketing und Serienproduktion von Technologieprodukten an Bord geholt. Vor seinem Eintritt bei SFC führte Bots die von ihm 1994 gegründete Freecom Technologies zu einem Jahresumsatz im dreistelligen Mio. Euro-Bereich. Nach der Veräußerung seiner Freecom-Beteiligung steuert Bots nun seit Juni 2005 als Vorstand für Vertrieb und Marketing bei SFC Aufbau und Ausrichtung einer leistungsstarken internationalen Vertriebsstruktur. Dabei ist das erklärte Ziel die Entwicklung neuer Massenmärkte und Anwendungen für die hochinnovativen SFC-Produkte.

### **Personalien compact (20) (30.KW-05)**

01: Am 1. September übernimmt **Christian Thanascas (36)** als Pressesprecher die Verantwortung der Marken Alfa Romeo und Lancia - in der Fiat-Öffentlichkeitsarbeitsabteilung von **Claus Witzeck** in Frankfurt am Main. Thanascas kommt von der Kölner "Auto Zeitung".

02: **Wolfgang Lang (37)** ist als Geschäftsführer der BBDO-Below-the-Line-Tochter Bob Bomliz Group (früher Sponsor Partners), Bonn ausgeschieden. Er kam 2004 von Weber Shandwick zu Bob Bomliz - dort führen nun **Tilman Falt** und **Ralf Firmenich** alleine weiter.

03: **Meike Wulfers DAPR (35)** wurde als Nachfolgerin von **Frank Fahrner (31)** neue Referentin für Kommunikation des Verbandes der Bahnindustrie in Deutschland (VDB), Berlin. Wulfers kommt von der Berliner Agentur Scheunemann Public Relations Consulting.

04: **Astrid Goldberg** wechselt von F&H Porter Novelli, Düsseldorf nach Köln und verantwortet jetzt die Marken- und Unternehmenskommunikation von GS1 Germany

(ehemals CCG - Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum der deutschen Konsumgüterwirtschaft).

05: **Andreas Erber (36)** verantwortet jetzt die Pressearbeit von Hermes, Anbieter und Hersteller von Produkten der Selbstmedikation in München-Grosshesselohe. Er kommt F&H Porter Novelli, wo er einschlägige Healthcare-Erfahrung sammelte.

06: **Sabine Geisler (34)** hat das Marketing der paysafecard.com Wertkarten, Düsseldorf übernommen.

07: **Anja Tiemann (38)** und **Frank Sanders (34)** arbeiten jetzt bei Jung von Matt/relations in Köln. Tiemann kommt von Weber Shandwick, Sanders von Hering Schuppener.

08: **Anja Mayer (36)** und **Carolin Wilden (31)** sind für die Marken-Kommunikation von P&G prestige & professional (Prestige- und Lifestyle-Düfte) in Köln verantwortlich.

09: **Andreas Wenk (33)** leitet jetzt neu die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Miva Deutschland (Performance-Marketing-Netzwerk), Hamburg + München. Er kommt von Publikum Kommunikationsberatung.

10: **Pascal Ledune (35)** ist neuer Sprecher und Leiter Kommunikation der Wirtschaftsförderung Dortmund, **Heike Mertins** ist seine Stellvertreterin, Vorgänger **Hubert Nagusch** übernahm neue Aufgaben im Hause.

11: **Thomas Lünendonk (51)** übergab die Geschäftsführung seines Marktforschungs- und Kommunikationsberatungsunternehmens in Bad Wörishofen an seine Mitarbeiter **Hartmut Lürßen (34)** und **Jörg Hossenfelder (31)**.

12: **Inga Schlichting (25)** arbeitet jetzt in der Hamburger PR-Agentur Mann beißt Hund.

13: **Jill Seewald (32)** erantwortet alle Designs und Layouts im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit bei Borgmeier Media Communication in Delmenhorst.

14: **Carsten Mühlberg (32)** verantwortet seit Juli den Bereich Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beim Kölner Entsorger SITA Deutschland. Er kommt von Koob (GPRA), Mülheim a.d.R..

15: Nachfolger des Interimschefredakteurs **Peter Pauls** bei der Mitteldeutschen Zeitung in

Halle/Saale wurden **Hans-Jürgen Greye** und **Jörg Biallas**.

16: Nach 1.800 (Nachmittags-)Sendungen ist Schluss: **Jürgen Fliege** talkt nur noch bis Jahresende in der ARD. Grund: akute Quotenschwäche.

17: **Astrid Schleif** (28) verstärkt das Consumer-Beratungsteam der PR-Agentur Cohn & Wolfe in Frankfurt am Main. Sie kommt von den Rotkäppchen-Mumm-Sektkellereien.

18: **Uta Freye** (39) hat (zusätzlich) die Funktion der Pressesprecherin bei der muehlhaus & moers kommunikation in Köln übernommen.

19: **Sven Kölsch** (30) arbeitet jetzt als Nachfolger von **Silke Siegel** als Eventmanager in der Frankfurter Kommunikationsagentur metropress.

20: **Bernd Buhmann** (41) hat die externe und interne Kommunikation von Ferrostaal in Essen übernommen - als Nachfolger von **Frank Hoffmann** (61).

## Etats

---

### **metropress mit viel PR- und Eventarbeit im Herbst**

Die Frankfurter Kommunikationsagentur metropress hat im Spätsommer und Herbst reichlich Arbeit mit Event-Organisationen und PR-Arbeit übernommen: es geht los am 26. August mit dem Bild-metropress-Golfturnier in Friedberg; die "Frankfurter Rundschau" (60 Jahre) und das Hanauer Versandhaus Schwab (50) haben metropress für die Events anlässlich der runden Geburtstage im September engagiert. Und am 29. Oktober steht zum 16. Mal die Organisation des Großevents Deutscher SportpresseBall in der Frankfurter Alten Oper an. Neu auf der Kundenliste (Pre-Opening-Phase und laufende PR-Arbeit) ist das Radisson SAS Hotel Frankfurt, das im Oktober an der Messe eröffnet wird.

### **Fujitsu Services beauftragt Haffa & Partner**

Der europäische IT-Dienstleister Fujitsu Services, Düsseldorf hat die Münchener PR-Agentur Dr. Haffa & Partner Public Relations mit der Unternehmens- und Produkt-PR beauftragt - das Profil im deutschen Markt soll gestärkt und das Branding voran gebracht werden.

### **Flaskamp übernimmt PR für Forum Steglitz**

Das Forum Steglitz in der Schloßstraße 1 unterzieht sich in den kommenden 12 Monaten einer Modernisierung, in die die britische Hammerson Gruppe 40 Mio. Euro investiert. Nach Abschluss der Umbaumaßnahmen im Juni 2006 präsentiert sich das Forum mit völlig neuem Antlitz. Der Etat für flankierende Maßnahmen in den Bereichen PR, Event und Multimedia wurde an die Berliner FLASKAMP AG vergeben.  
*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **Etats compact (15) (30.KW-05)**

01: Morphicon (Strategiespiel "Ufo:Aftershock") + HMH Hamburger Medienhaus Vertriebs GmbH  
 an: **Borgmeier Media Communication**, Hamburg

02: Haier Electronics Europe (Messeauftritt ifa 2005), Quindao/China  
 an: **HBI Helga Bailey** International PR & MarCom Services, München

03: Internet-Reisebüro Avigo (REWE Travel New Media), Frankfurt am Main  
 an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg

04: Altana, Bad Homburg  
 an: **Plato Kommunikation**, Berlin

05: ElitePartner.de (Online-Partneragentur)  
 an: **public:news**, Hamburg

06: Monitor Audio (i-deck Etat), London/Großbritannien  
 an: **public touch - Agentur für Pressearbeit und PR**, Lauf

07: Arri Film und TV Services, München  
 an: **vibrio. Kommunikationsmanagement**,  
 München

08: Schwartauer Werke (Fruit2day), Bad  
 Schwartau  
 an: **Faktor 3**, Hamburg

09: Colgate-Palmolive (Palmolive  
 Geschirrspülmittel), Hamburg  
 an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

10: Mobilly B.V. (henk. no suitcase) + Juwelier  
 Balsler, Gießen + Midora (Leipziger Schmuck- u.  
 Uhrentage)  
 an: **VVA Kommunikation**, Essen

11: Stadt Hannover (Stadtentwässerung),  
 Hannover  
 an: **Eyecansee Media Group**, Hamburg

12: Manpower Personaldienstleistung, Frankfurt  
 am Main  
 an: **MainStream PR** Gesellschaft für Public  
 Relations, Neu-Isenburg

13: WorldCompliance (Datenbank), Miami/USA +  
 Grafschafter Goldsaft, Meckenheim  
 an: **achtung!kommunikation**, Hamburg

14: Robert Bosch (Organisation  
 Führungskräftekonferenz), Stuttgart + Bosch  
 Automotive Electronics (Lieferantentagung),  
 Reutlingen  
 an: **Kogag Public Relations**, Solingen

15: Peek & Cloppenburg Bekleidungshaus,  
 Hamburg  
 an: **Schäfer PR- und Marketingagentur**,  
 Weinheim/Bergstraße

- 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 \_\_\_\_\_

### *Hunzingers Interview-Lehrstunde?*

Sebastian Vesper (33), Chefredakteur des im  
 Hamburger Haymarket-Verlag erscheinenden (und  
 bald 40 Jahre im Markt operierenden)  
 Branchendienstes "PR REPORT" hat völlig recht: er  
 empfiehlt in seinem Kommentar der Ausgabe vom  
 29. Juli, den Beitrag (das Interview) im "stern" vom  
 28. Juli über und mit Moritz Hunzinger zu lesen. Wir  
 schließen uns dem an. Man mag es bedauern - es  
 sind halt immer die "Paradiesvögel", die das  
 Medieninteresse wecken. Das gilt für die  
 Werbebranche (und andere) genauso - es reicht ja  
 schon, wenn man dies schmunzelnd nachdenklich  
 registriert. Und trotz allem: die PR ist besser als ihr  
 Ruf und einer der interessantesten Berufe  
 überhaupt - für die, die professionell arbeiten  
 (wollen).

*Klicken Sie hier auf den*

 [PDF-Download \(35.12 KB\)](#) mit den beiden  
 dokumentierten Originalbeiträgen.

### *APCO als "Europäische Agentur des Jahres" ausgezeichnet*

APCO Worldwide wurde von "Public Affairs News",  
 einer bekannten englischen Branchenpublikation,  
 als "Europäische Agentur des Jahres"  
 ausgezeichnet. APCO ist die viertgrößte  
 unabhängige Public Affairs- und  
 Kommunikationsberatung weltweit und hat in den  
 zwanzig Jahren ihres Bestehens immer wieder  
 Maßstäbe für die Branche gesetzt. Die Ehrung folgt  
 weiteren Auszeichnungen für APCO in diesem  
 Jahr, zum Beispiel "Public Affairs Agentur des  
 Jahres" in den USA.

### *Faktor 3 wurde 30. GPRA-Mitglied*

Als 30. Mitglied hat die GPRA jetzt die FAKTOR 3  
 AG aufgenommen. Die Hamburger, die zu den Top-  
 25 der deutschen PR-Agenturen gehören, haben  
 sich damit dem Selbstverständnis der GPRA als  
 Leistungs-, Qualitäts- und Wertegemeinschaft  
 verpflichtet, die für eine besondere Kompetenz in  
 strategischer Kommunikation steht. Diese Kriterien

erfüllt die FAKTOR 3 AG als eine der 25 renommiertesten PR-Agenturen Deutschlands und mit 65 Mitarbeitern als zweitgrößte am Standort Hamburg bereits seit Jahren. "Aber die Aufnahme in die GPRA ist natürlich eine Ehre für uns und ein Gütesiegel, das das hohe Qualitätsniveau unserer Agentur unterstreicht", so Volker Martens, Vorstand der FAKTOR 3 AG. "In der GPRA wollen wir dazu beitragen, das Leistungspotenzial guter PR langfristig zu sichern und qualifizierten Nachwuchs heranzubilden". Auf zehn Jahre Erfahrung kann FAKTOR 3 mittlerweile als Kommunikationsagentur zurückblicken und realisiert mit drei disziplinübergreifenden Abteilungen aus PR, Werbung und Kooperationsmarketing integrierte Kommunikationslösungen für Kunden aus den verschiedensten Branchen.

### **GPRA mahnt zur Sachlichkeit beim Thema Schleichwerbung**

Die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA), Frankfurt am Main hat sich zur aktuellen Diskussion um Schleichwerbung bei der ARD geäußert. Präsidiumsmitglied Christina Marx (Rugo Kommunikation) mahnte in einer am 19. Juli verbreiteten Mitteilung zu Sachlichkeit. Die Diskussion schade nicht nur den Sendern, sondern auch den Agenturen. Begriffe wie "Schleichwerbeagenturen" vermittelten den Eindruck, "als wollten sich Agenturen im Auftrag ihrer Kunden Berichterstattung oder Produktnennung im redaktionellen Umfeld erkaufen. "Für unsere Mitgliedsagenturen gilt: Es gibt eine klare Trennung zwischen Redaktion und Werbung", so Marx. "Bezahlte Berichterstattung wird vom Verband nicht geduldet." Marx verweist auf "eindeutige Richtlinien im Rundfunkstaatsvertrag", wonach Product Placement aus programmlich-dramaturgischen Gründen erlaubt sei. Kritisch werde es, sobald eine Gegenleistung erfolge oder ein Entgelt gezahlt werde.

Quelle: PR REPORT, Hamburg

### **Geschäftsbericht von SAP erhält "Platinum Vision Awards Annual Report"**

Die Kölner Agentur für Unternehmens- und Finanzkommunikation Kuhn, Kammann & Kuhn erhält für den Geschäftsbericht 2004 "Investing in Success" der SAP AG, Walldorf, den "Platinum Vision Awards Annual Report". Der Vision

Awards Annual Report wird von der US-amerikanischen League of American Communications Professionals (LACP) ausgelobt. Da in diesem Jahr an der Wertung über 1.400 Unternehmen aus 17 Ländern teilnahmen, war der Wettbewerb außergewöhnlich hart "umkämpft". In der Gesamtwertung erhielt der SAP Geschäftsbericht 96 von 100 Punkten und belegte damit in der Kategorie "Technologieunternehmen" mit einem Umsatz von über einer Milliarde Dollar den ersten Platz.

### **Branche compact (10) (30.KW-05)**

01: Die Pressestellen von Siemens, Lufthansa und BMW genießen nach einer **Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten** den besten Ruf in Deutschland. **Siemens landete wie im Vorjahr auf Platz eins**, Lufthansa stieg vom vierten auf den zweiten Platz auf und BMW kam nach dem zweiten Platz im Vorjahr nun auf den dritten Platz. Dies teilte die Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation am 21. Juli in Frankfurt mit. Für die Untersuchung waren im Mai und Juni 316 Journalisten befragt worden.

02: **Jahrbuch Interne Kommunikation 2005 erschienen**. Die besten Mitarbeiterzeitungen und -zeitschriften in Deutschland. Trends der Internen Kommunikation, herausgegeben von Hermann-Josef Berg, Michael Kalthoff-Mahnke und Eberhard Wolf. Mit einem Vorwort von DPRG-Präsident Ulrich Nies. 124 Seiten, A 4 broschiert, Preis 35 Euro (30 Euro für DPRG-Mitglieder) inklusive Mehrwertsteuer zzgl. Versand. ISBN-Nummer 3-00-016589-4. (Bezugsadresse: [jahrbuch@inkom-grandprix.de](mailto:jahrbuch@inkom-grandprix.de))

03: Damit eine Agentur in Zukunft als Dienstleister bestehen kann, muss sie sich klar und eindeutig positionieren. Für **Fullservice-(Werbe-)Agenturen** mit einem Bauchladen an Leistungen wird es hingegen zunehmend **schwieriger**, sich im Markt zu behaupten. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie 'Agenturen mit Zukunft – Zukunft der Agenturen' von Barrack NB-Advice. Zu weiteren Informationen [in den "w&v"-Studien](#).

04: Das Rating- und **Meinungsportal Benchmark.com** hat in Kooperation mit "netzeitung.de" die Aktion "Kunden erstellen Agentur-Ranking" gestartet. Ziel ist die Schaffung eines permanenten, nationalen Rankings der besten Kommunikationsagenturen. Es basiert auf dem Urteil der Werbetreibenden selbst und soll auf Umsatz basierende Rankings ersetzen, die nach US-Börsengesetzen nicht mehr möglich sind. Im

Vorlauf der kostenfreien Aktion hatten bereits 200 Unternehmen Bewertungen abgegeben und sich 12 Agenturen für einen Rankingplatz qualifiziert. Die Erstveröffentlichung der Top 100 ist für den Herbst geplant, Teilnehmer erhalten schon vorab Zugang und können die Entwicklung tagesaktuell verfolgen unter [www.benchpark.com](http://www.benchpark.com).

05: Die Kölner **Agentur Medizin & PR** freut sich über Rang 1 im Healthcarebereich im "PR Report Agentur-Index". Der Erfolgskurs wird fortgesetzt: neue Kunden erfordern neue Mitarbeiterinnen: Vera Blume (28) und Lisa Kempe (41) verstärken das Team der Kölner Gesundheitsprofis.

06: Journalist **Claudius Kroker** (34), **Text & Medien**, Bonn meldet eine erfolgreiche erste Jahreshälfte - man wachse im Trend der PR-Branche.

07: Die Hamburger PR-Agentur **achtung!kommunikation** macht es konkreter: 40 Prozent Zuwachs bei Umsatz und Honorar in den ersten sechs Monaten 2005. Deshalb stellt man auch weitere Mitarbeiter ein.

08: **Kommunikationsexperte Peter Wolff** (47), Bad Schwalbach erweitert sein Geschäftsfeld Mittelstands-PR um das der Public Affairs - außerdem startete er einen persönlichen Weblog (<http://peterwolff.twoday.net>).

09: Das **ECCO Agenturnetz** (Deutschland-Zentrale: Dikom (GPRA), Düsseldorf) hat mit S&S Public Relations, Chicago einen neuen Partner in den **USA**.

10: Advocates - so lautet das neue Beratungsangebot von "**Results: S. Holzinger**" in München für große Anwaltskanzleien. Im Vordergrund stehen dabei übergeordnete strategische Themen wie Reputations- und Kommunikationsmanagement.

## Medien

---

### **Zuschauer stören sich nicht an Schleichwerbung**

Die Debatte um Schleichwerbung rund um den Bavaria-Skandal scheint Expertensache zu sein. Das signalisiert zumindest eine repräsentative Ennid-Umfrage im Auftrag der

Programmzeitschrift "Auf einen Blick". Demnach ist 50 Prozent der Deutschen Schleichwerbung im Fernsehen in diesem Jahr noch gar nicht aufgefallen.

Am ehesten registrieren noch jüngere Zuschauer versteckte Werbebotschaften: 54 Prozent der 14 bis 29-Jährigen erklärten, dass sie Schleichwerbung häufig oder gelegentlich bemerkt hätten. Dagegen hat mehr als die Hälfte der über 40-jährigen versteckte Werbung noch nie bewusst wahrgenommen.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **Politik gegen Freigabe von Produktplatzierungen**

Unter den Medienpolitikern der Bundesländer bildet sich offenbar eine Mehrheit gegen die mögliche Liberalisierung von Produktplatzierungen in Fernsehprogrammen. Wegen der Aufdeckung zahlreicher Fälle von Schleichwerbung im öffentlich-rechtlichen Fernsehen lehnen unter anderem die Länder Baden-Württemberg, Bayern und Rheinland-Pfalz die von der EU-Kommission geplante Freigabe der Produktplatzierungen ab. Sie reagieren damit auf Vorschläge der EU-Kommissarin Viviane Reding für die anstehende Revision der EG-Fernsehrichtlinie. Sie hatte angeregt, Produktplatzierungen unter bestimmten Voraussetzungen zuzulassen, um sie aus dem rechtsfreien Raum herauszuholen. Erwartet wird nun, dass Bundesländer und Bundesregierung bis Anfang September eine ablehnende Stellungnahme einreichen werden. Eine Konferenz zur Revision der Fernsichtlinie folgt im September in Liverpool.

### **Medien compact (9) (30.KW-05)**

01: Der Medienkonzern **Bertelsmann** übernimmt von der **WAZ-Gruppe** ihre 7,5 Prozent an **RTL**. Der Kaufpreis liegt nach Angaben der Nachrichtenagentur dpa bei knapp 550 Millionen Euro. Damit hält Bertelsmann künftig 90,4 Prozent an dem internationalen TV-Konzern. 9,6 Prozent der Anteile sind in der Hand freier Aktionäre.

02: Trotz Verlusten hat der "**Stern**" unter den **drei großen aktuellen Wochenmagazinen weiterhin die meisten Leser**. Die Illustrierte erreicht 7,84 Millionen Menschen (minus 170.000) in Deutschland. Dahinter bleibt "Focus" mit 6,03

Millionen, das 160.000 Leser gewann. Mit nunmehr 5,96 Millionen Lesern (plus 270.000) legte "Der Spiegel" ebenfalls zu. Dies geht aus der am 20. Juli in Frankfurt am Main vorgelegten **Media-Analyse** hervor. Insgesamt ist in der Kategorie "Aktuelle Zeitschriften" weiter "Bild am Sonntag" mit 10,9 Millionen klar an der Spitze. Das Blatt verlor jedoch 320.000 Leser im Vergleich zur vorangegangenen MA vom Januar dieses Jahres.

**03: Drei von vier Deutschen über 14 Jahren lesen täglich eine Zeitung.** Dies ergab eine Auswertung der neuesten Daten der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA), die der Zählservice der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft für die Zeitungen in der AG.MA vorgenommen hat.

**04: Die Wiederbelebungsversuche für den deutschen Hörfunkmarkt scheinen zu fruchten.** Dies bestätigt nicht nur die Bruttowerbestatistik von Nielsen Media Research für das erste Halbjahr (Radio: plus 20,3 Prozent). Sondern auch die stabilen Ergebnisse der aktuellen **Media-Analyse MA 2005 Radio II**, die am 19. Juli präsentiert wurden. Insgesamt erreicht die ARD mit ihren rund 60 Sendern (Mo bis Fr) im Schnitt 35,446 Millionen Hörer (plus 14.000). Die Privatsender werden im Schnitt von 29,470 Millionen gehört, ein Minus von 192.000 Hörern. Bei den werbungsführenden Programmen liegen allerdings die privaten Radiosender vorne. Sie erreichten pro durchschnittlicher Werbestunde 10,586 Millionen Hörer (ab 14 Jahren) bundesweit. Die werbungstragenden ARD-Programme hatten 10,097 Millionen Hörer. (Weitere Infos: [http://www.mediaundmarketing.de/news/mediaticker/content/08234/news\\_ticker.php3](http://www.mediaundmarketing.de/news/mediaticker/content/08234/news_ticker.php3) )

**05: Die deutschen Privatsender drohen mit ihrer wichtigsten Forderung in Brüssel zu scheitern.** Das berichtet das in München erscheinende Wochenmagazin *werben & verkaufen "w&v"* unter Berufung auf ein EU-Papier. Demnach dürfen TV-Anbieter voraussichtlich auch während der Laufzeit der nächsten EU-Fernsehrichtlinie nicht mehr werben als heute. Denn die Brüsseler Kommission befürwortet in dem Papier die **Beibehaltung der Werbebeschränkung von zwölf Minuten pro Stunde.**

**06: Täglich werden in Deutschland lt. BDZV Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger mehr als 21,6 Millionen Tageszeitungen** (überregionale, regionale, lokale und Boulevard-Zeitungen) verkauft. Dazu kommen noch einmal

3,8 Millionen **Sonntagszeitungen** und 1,9 Millionen **Wochenzeitungen**. Sie erreichen drei Viertel der Bevölkerung über 14 Jahre (74,8 Prozent). Das sind fast 49 Millionen Männer und Frauen.

**07: Lt. AWA 2005** haben die 1.306 **Anzeigenblätter** in ihrer **Reichweite** bei der deutschen Bevölkerung um 260.000 auf 43,88 Millionen Leser pro Ausgabe zugelegt: 67,4 Prozent der Personen ab 14 Jahren lesen Anzeigenblätter. Die wöchentliche Auflage beträgt lt. BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter insgesamt 85,6 Millionen Exemplare.

**08: Auch für den Radiobereich** gibt es neue MA-Daten: mit 206 Minuten durchschnittlicher täglicher "Hör-Zeit" sind es vier Minuten weniger als noch im März.

**09: Das Jahrbuch "Fernsehen 2005"** ist soeben erschienen (Herausgeber: Grimme-Institut, GEP + Funkkorrespondenz). Zu beziehen für 29 Euro im Buchhandel + beim Grimme-Institut in Marl.

## Services + Tipps

---

### **CP Best of Corporate Publishing**

#### **Ausgezeichnete Unternehmenspublikationen 2005**

Und wieder mal kann man von denen lernen, die gute Arbeit machen: Das Buch dokumentiert den diesjährigen Wettbewerb um die besten Unternehmenspublikationen. Es soll ja nicht schaden, nachzuschauen, was andere Preiswürdiges geleistet haben. Hinter der Formel "Communication in Excellence" verbirgt sich in der Corporate Publishing Branche der anhaltende Trend zu höherer Qualität bei Unternehmenspublikationen. Das Buch gibt am Beispiel ausgezeichneter Kunden- und Mitarbeitermagazine einen Überblick zum derzeitigen Stand der Corporate Publishing-Szene und liefert damit Orientierung und regt zum Nachmachen an.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

#### **Wichtiger Hinweis:**

*Alle die nun bis hierher gelesen haben, können ein **Jahrbuch Best CP 2005 gewinnen**. Schicken Sie eine **Mail bis zum 8. August 2005** an: [bestcp@pfeffer.de](mailto:bestcp@pfeffer.de) (Ihre Daten werden nur für diesen Zweck verwandt, die Gewinner werden unter*

den Einsendern - unter Ausschluss des Rechtsweges - ausgelost) mit Ihrer Anschrift und dem Wunsch, an der Verlosung teilzunehmen. Der Deutsche Fachverlag/HORIZONT hat uns **drei Bücher zur Verlosung zur Verfügung gestellt. Danke an Heike Koch vom HORIZONT-Vertriebsmarketing!**

## **9. HORIZONT Career Guide erschienen**

### **900 Adressen für den Marketing- und Kommunikations-Nachwuchs**

Der neu aufgelegte HORIZONT Career Guide von HORIZONT - Zeitung für Marketing, Werbung und Medien (Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main) in Zusammenarbeit mit JobScout24 bietet Adressen für eine Karriere im Marketing und in der Kommunikationsbranche. Studenten, Berufseinsteiger und Young Professionals, die eine Karriere in den Bereichen Marketing, Werbung oder Medien anstreben, finden hier alle wichtigen Informationen für Praktikum, Berufsstart, Aus- und Weiterbildung sowie Jobwechsel.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **poli-c-books feiert Halbjähriges**

Vor sechs Monaten haben wir unseren neuen poli-c-Service vorgestellt: poli-c-books - Fachverlag für Politische Kommunikation. Ziel war es Diplomanden und Doktoranden die Möglichkeit zu bieten ihre Werke zu publizieren und damit für die wissenschaftliche Community einen zusätzlichen Nutzen zu schaffen. Wir waren ganz optimistisch, dass dieses neue Angebot einige Interessenten finden würde, doch mit einem solchen Ansturm haben wir nicht gerechnet: elf Publikationen wurden in den letzten sechs Monaten veröffentlicht bzw. zur Veröffentlichung vorbereitet.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **AWA 2005: Markentreue sinkt**

Der finanzielle Spielraum der Bundesbürger schrumpft, parallel sinkt auch ihre Markentreue. Dies bekommen auch die Zeitschriften zu spüren, denn der Anteil treuer Käufer geht weiter zurück. Die Gesamtreichweite aller Printmedien sank um zwei Prozent gegenüber 2004, zum dritten Mal in

Folge, wie die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse AWA 2005 zeigt. Das Institut für Demoskopie Allensbach untersucht darin jährlich Verbraucherverhalten, Konsum und Mediennutzung der Bundesbürger ab 14 Jahren. Basis der Erhebung sind 21.100 Interviews. Insgesamt werden 290 Zielgruppen, 2.000 Märkte und Teilmärkte sowie Printtitel, Fernseh- und Hörfunknutzung untersucht. Einen Schwerpunkt bilden außerdem Ermittlungen zur Wahrnehmung von Marken, zum Markenbewusstsein und zur Markenorientierung.

Zur Pressemeldung von "media&marketing":

[www.mediaundmarketing.de/news/studie/08237/news\\_thema.php3](http://www.mediaundmarketing.de/news/studie/08237/news_thema.php3)

### **Breitbandanschluss nur für 22 Prozent in Deutschland möglich**

Mit rund 22 Prozent surft nicht einmal ein Viertel der deutschen Haushalte im Internet mit einem Breitbandanschluss. Die Quote liege in den meisten anderen europäischen Ländern höher, sagte der Geschäftsführer des Bundesverbands Informationswirtschaft (BITKOM), Peter Broß, am 20. Juli in Berlin. Außerdem sollten staatliche Stellen mehr Service online anbieten.

Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement (SPD) stellte einen Atlas über Nutzen und Verfügbarkeit von Breitbandtechnik vor.

*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **Service compact (11) (30.KW-05)**

01: **Ich-AG's sind wesentlich erfolgreicher als allgemein wahrgenommen.** "Die meisten existieren auch nach zweieinhalb Jahren, die Abbrecherquote ist wesentlich geringer als häufig behauptet", sagte Bundeswirtschafts- und arbeitsminister Wolfgang Clement (SPD) am 21. Juli in Osnabrück. So habe kürzlich eine Befragung von rund 1.200 Ich-AG-Gründern aus Nordrhein-Westfalen, die zwischen Jahresbeginn 2003 und Sommer 2004 den Schritt in die Selbstständigkeit wagten, ergeben, dass die große Mehrheit (89%) auch zu Beginn des Jahres 2005 selbstständig war. Das weise darauf hin, dass Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit ähnliche Erfolgchancen hätten wie andere Gründungsvorhaben. Diese Entwicklung werde künftig noch dadurch gestärkt, dass - anders als bei der Einführung der Ich-AG's 2003 - die Tragfähigkeit des Gründungskonzeptes mittlerweile zu einem entscheidenden Kriterium für eine Förderung gemacht wurde.



02: Die **Verbraucherpreise** werden im Juli 2005 lt. Statistischem Bundesamt, Wiesbaden um 1,9 Prozent (gegenüber Juli 2004) steigen (im Juni waren es noch 1,8 Prozent).

03: Der **ifo-Geschäftsklima-Index** hat sich im Juli stark verbessert: von 93,3 Punkten im Vormonat auf nunmehr 95,0. Dies spiegelt die positiven Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate wieder.

04: Der von der Gesellschaft für Konsumforschung (**GfK**) in Nürnberg veröffentlichte **Konsumklimaindex** fiel zum vierten Mal in Folge und sackte nach 3,4 Punkten im Vormonat für August auf 2,9 Punkte ab. "Hierfür sind insbesondere die hohen Ölpreise, die die privaten Budgets in diesem Jahr übermäßig belasten, verantwortlich", schreiben die Analysten der GfK.

05: Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (**BdP**) hat ein neues "**Servicepapier zu Rechtsfragen** der Wort- und Bildberichterstattung" veröffentlicht. Der Verband informiert in der Broschüre darüber, wie sich Kommunikationsverantwortliche vor **falschen Behauptungen** und der Veröffentlichung ungewünschter Bilder schützen können. Sprecher erfahren, wann sie welche Rechte auf Schadensersatz und Unterlassung geltend machen und wann **Gegendarstellungen** sinnvoll sind. Interessierte können das Servicepapier online unter [www.pressesprecherverband.de](http://www.pressesprecherverband.de) kostenfrei anfordern. Bei der gleichen Adresse können **weitere** aktuelle **Servicepapiere**/Broschüren angefordert werde: "Arbeitsrecht für Kommunikationsverantwortliche"; "Wort- und Bildberichterstattung" sowie zu "Durchsuchungen im Unternehmen".

06: Nielsen Media Research hat die **Brutto-Werbeumsätze** des ersten Halbjahres 2005 ermittelt: 9,1 Milliarden Euro wurden umgesetzt - ein Plus von 3,6 Prozent.

07: Das **Tabakwerbeverbot** sollte eigentlich jetzt in Kraft treten, der Bundesratseinspruch und die vorgezogenen Neuwahlen haben es verhindert. Man will erst den Spruch des EuGH über die Klage der Bundesregierung abwarten.

08: Die schweizer Hochschule für Wirtschaft Luzern hat eine **Studie zum PR-Management in der Deutschschweiz** präsentiert. Mit Aufgabenbereichen, Hindernissen, künftigen Herausforderungen, den Workflows und die PR-

Hilfsmittel. Schlussfolgerung: heute und in Zukunft sind Medienarbeit und interne Kommunikation wichtigste Aufgaben der PR-Schaffenden. Wichtigste Herausforderungen seien Zeit- und Kostendruck.

09: Der Deutsche **Presserat**, Bonn hat sein neues **Jahrbuch** veröffentlicht - mit einer beiliegenden CD-ROM, die alle im Beschwerdeausschuss behandelten Fälle seit 1985 beinhaltet. Bestellungen nur bei [willkommen@uvk.de](mailto:willkommen@uvk.de).

10: Die Unternehmensberatung Interbrand hat's ermittelt: Die **wertvollsten Marken der Welt**. Platz eins belegt Coca-Cola (geschätzter Wert: 67,5 Milliarden US-Dollar). Auf den Plätzen folgen: Microsoft, IBM, General Electric und Intel.

11: Und hier die Reihenfolge der ermittelten **wertvollsten deutschen Marken**: DaimlerChrysler (Wert: 20 Milliarden US-Dollar), BMW, SAP, Siemens und VW. Wobei VW auch zu den größten Verlieren gehört: im Vergleich zum Vorjahr gingen zwölf Prozent an Wert verloren.

- Anzeige -



Reden ist Silber, Bloggen ist Gold?

**Management Circle Seminar über den Einsatz von Weblogs in der externen und internen Kommunikation**

Weblogs entwickeln sich mehr und mehr zu einem Instrument der Meinungsbildung und das macht sie zu einem brandheißen Thema für die PR- Branche. Das Management Circle Seminar **Optimale Kommunikation mit Weblogs**, am 15./16. September in Düsseldorf, widmet den Chancen und Herausforderungen, aber auch den Risiken dieses neuen Kommunikationsinstruments, ein zweitägiges Intensivseminar für PR- und Marketingverantwortliche. Die Kommunikationsexperten Professor Dieter Herbst und Dirk Jasper gehen praxisnah auf den Einsatz von Weblogs ein und beantworten Fragen nach Funktionen und Einsatzbereichen, der Einbindung in die Kommunikationsstrategie und den Nutzen von Weblogs in Krisensituationen.

Anmeldung und Infos unter: [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de).

**Link zum Veranstaltungsprogramm:**

[www.managementcircle.de/v/v.cfm?Nr=6612&BR=Kommunikation%20%26%20PR&cid=mvr34](http://www.managementcircle.de/v/v.cfm?Nr=6612&BR=Kommunikation%20%26%20PR&cid=mvr34)

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **depak-Fernstudiengang "PR/Öffentlichkeitsarbeit"**

Am 25. September startet der nächste Fernstudiengang "PR/Öffentlichkeitsarbeit" der Deutschen Presseakademie (depak). Das einjährige Studium richtet sich an alle, die sich gezielt für Berufe in der Kommunikationsbranche weiterbilden wollen. Die Teilnehmer können die Abschlüsse PR-Berater/in (DAPR), PR-Referent/in (DAPR) oder Kommunikationsmanager/in (depak) erwerben. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 begrenzt. Der Fernstudiengang ist durch die Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) in Köln staatlich zugelassen. Information und Anmeldung unter [www.depak.de](http://www.depak.de).

### **Welchen Wert schafft Kommunikation?**

#### **Symposium des HarbourClub vom 15. November bei IBM Schweiz in Zürich- Altstetten**

Der steigende Kostendruck und die wachsenden Anforderungen an Corporate Communications haben die Frage nach dem Mehrwert aus Kommunikation zu einem vieldiskutierten Thema gemacht. Die Erwartung, diese Wertschöpfung in Franken und Rappen ausweisen zu können, bleibt bis anhin unerfüllt. Unbesehen davon haben die Kommunikationsmanager im unternehmerischen Alltag erfolgreich Controllinginstrumente etabliert. Das Symposium bietet den Teilnehmenden am Nachmittag zudem die Gelegenheit, spezifische Kommunikationsmessinstrumente im Bereich der internen Kommunikation, des Unternehmensimages, der Medienresonanz sowie des Publishing kennen zu lernen und diese mit den auftraggebenden Kommunikationsverantwortlichen sowie den ausführenden externen Partnern in vier parallel stattfindenden Workshops zu diskutieren. Anmeldungen und Detailprogramm unter: [www.harbourclub.ch](http://www.harbourclub.ch).

### **Seminare compact (12) (30.KW-05)**

01: Die Shortlist für den **Effie 2005** (Effizienzaward der Werbung) steht. Die Preise werden vom GWA Gesamtverband Kommunikationsagenturen am 23. September in Berlin verliehen. Die 31 (von 141) Nominierten gibt es unter [www.gwa.de](http://www.gwa.de) zu sehen.

02: news aktuell veranstaltet einen **media workshop "Texten fürs Internet"** am 11. + 12. August in Hamburg. Kontakt: Nicola Raabe [mediaworkshop@newsaktuell.de](mailto:mediaworkshop@newsaktuell.de).

03: Bei der **DAPR** Deutsche Akademie für Public Relations gibt es in Frankfurt am Main zwei neue **Workshops: "Reden schreiben - Worte finden für den Applaus"** am 3. + 4. September und **"Pressearbeit professionell konzipieren und realisieren"** vom 9. bis 11. September. Kontakt: Beate Sohl über [www.dapr.de](http://www.dapr.de).

04: Das Deutsche Institut für publizistische Bildungsarbeit **Haus Busch** in Hagen meldet Teilnehmererfolge seines Seminars **"Journalist für Pressestellen"**: schon vor Abschluss haben 13 Teilnehmer einen Einstellungsvertrag (Vermittlungsquote: über 60 Prozent). Das nächste Seminar startet am 1. September. Kontakt: Carolin Wrede über [www.hausbusch.de](http://www.hausbusch.de).

05: Am 10. + 11. Oktober findet in Frankfurt am Main die **Konferenz 2. Internationale Unternehmenskommunikation** statt. Thema: "Koordination der Kommunikationsaktivitäten vor dem Hintergrund der Globalisierung der Märkte, Aufbau von Strukturen und Netzwerken." Kontakt: [c.boehm@marcusevansde.com](mailto:c.boehm@marcusevansde.com).

06: Die Universität **Klagenfurt** in Österreich startet im September einen Kompaktlehrgang für Kommunikationsprofis: **"Personal Communication Management: Personen erfolgreich positionieren!"** Kontakt: [www.pcm-lehrgang.at](http://www.pcm-lehrgang.at).

07: Für den im September startenden **Studiengang "PR und integrierte Kommunikation"** der Donau-Universität **Krems/Österreich** hat Katrin Kirchner die Patenschaft übernommen. Sie leitet im Hauptberuf die Corporate Communications von General Motors Europe in Zürich. Kontakt: [www.donau-uni.ac.at](http://www.donau-uni.ac.at).

08: Am 23. August lädt **PR+plus** in Heidelberg zum 2. **"Student for a day"**- Schnupperkurs/Workshop ein. Kontakt: [www.prplus.de](http://www.prplus.de).

09: Der Executive MScom-Studiengang der **Universität Lugano/Schweiz** veranstaltet am 11. Oktober in Zürich den nächsten (Vorlesungs-)Event zum Thema: "Creating Alignment in Multi-Business Companies with Professionell Employee Communications". Kontakt: [andreas.jaeggi@mediapolis.ch](mailto:andreas.jaeggi@mediapolis.ch).

10: Schick+Partner bietet am 21. + 22. September in Augsburg das **Seminar "Unternehmenskommunikation strategisch ausrichten und professionell managen"**. Kontakt: [www.schick-partner.de](http://www.schick-partner.de).

11: Der diesjährige **VDEW-Kommunikationstag** findet am 12. + 13. Oktober in Berlin statt - Thema: "Strom und PR - Kommunikation im politischen Wandel". Kontakt: [as@vwew.de](mailto:as@vwew.de).

12: Die **Kölner Verbände Seminare** haben ihr Veranstaltungsprogramm für den Herbst veröffentlicht. Interessante Themen u.a.: "Grundlagen erfolgreicher Pressearbeit in Verbänden" oder "Mitgliedermarketing in Verbänden und Organisationen". Kontakt: [www.verbaendeseminare.de](http://www.verbaendeseminare.de).

## Kommentar

---

### **Kerlikowskys Kommentar über... Einstein und Binsen(weisheiten)**

Guten Tag! Das Geniale ist immer einfach, hat Einstein gesagt. Daran gemessen sind die Regierenden in Deutschland seit Jahrzehnten weit weg von der Genialität. Für die Bürger wird alles immer verwirrender und unberechenbarer. Für uns war es Anlaß, Prof. Binsen um Rat zu bitten, wie unser Land vorankommen könnte. Hier einige seiner Weisheiten.

- Es wird die parlamentarische Demokratie eingeführt. Politische Diskussionen zwischen Regierung und Abgeordneten finden nur noch im Reichstag statt. Die Teilnahme von Politikern an einer Talk-Show wird mit dem Einziehen der Diäten eines Monats geahndet. Sie sollen wieder mehr Zeit für Arbeit an ihrem Schreibtisch und fürs Nachdenken haben.  
*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

## Rezensionen

---

### **Schneider: Der Januskopf der Prominenz**

*Rezension von Lars Rademacher, Hannover*  
 Als Rezensent kann man von diesem Band nur hingerissen sein – und leider auch hergerissen. Denn es gibt wohl keine Studie, die sich mit dem Phänomen der Prominenz aus so unterschiedlichen Perspektiven theoretisch fundiert und letztlich doch integrativ auseinandergesetzt hätte wie der Band von Ulrich F. Schneider. Der Kommunikationswissenschaftler, Berater und Dozent geht in seiner publiziert vorliegenden Mainzer Dissertation auf über 400 Textseiten dem Phänomen der Prominenz nach, das sich in den letzten Jahren zentrifugal in alle Bevölkerungssichten auszubreiten scheint. Wo sich noch vor wenigen Jahren – sei es in der Qualitätspresse oder im intellektuellen Diskurs – Schranken zwischen dem allzu Populären und dem Ernsthaften befunden haben, ist jegliche Grenzziehung einer Dominanz des Pop gewichen, die mit einigem Recht als Wandel des »Populären zum Repräsentativen« (vgl. z.B. Kaspar Maase) diagnostiziert wurde.  
*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **Bruhn: Unternehmens- und Marketingkommunikation**

*Rezension von Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen*  
**Handbuch und Nachschlagewerk der integrierten Kommunikation**

Eine voluminöse Neuerscheinung hat Manfred Bruhn, Professor für Marketing und Unternehmensführung an der Universität Basel, jetzt vorgelegt. Auf über 1.400 Seiten vermittelt das erstmals 1997 unter dem Titel "Kommunikationspolitik" bei Vahlen erschienene und jetzt komplett überarbeitete Handbuch einen guten Überblick zu sämtlichen Aspekten des Kommunikationsmanagements aus einer marketingorientierten Perspektive.  
*Zum kompletten Artikel auf der Homepage*

### **Rolke, Koss: Value Corporate Communications**

*Rezension von Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen*  
**Wertorientierte Kommunikation: Studienergebnisse und Handlungsrahmen**

Die Ergebnisse einer mehrdimensionalen Benchmarking-Studie zur Unternehmenskommunikation deutscher Banken sowie Schlussfolgerungen für das Kommunikationsmanagement stehen im Mittelpunkt der vorliegenden Publikation von Lothar Rolke, Professor an der Fachhochschule Mainz, und Florian Koss, der nach seinem Mainzer Studium heute als Referent

Unternehmenskommunikation bei Philips in Hamburg arbeitet.  
 Zum kompletten Artikel auf der Homepage

## PR-Digest

### FR: Der Gentleman-Wächter

**Doyen seiner Branche: Horst Avenarius, Vorsitzender des Deutschen Rates für Public Relations**

Manchmal darf man sich schon fragen, warum Horst Avenarius nicht häufiger in Fernsehen oder Presseberichten auftaucht. Vor ein paar Monaten etwa, als erst das NDR-Medienmagazin „Zapp“ und später Panorama eine von der Industrie bezahlte freie "PR- Journalistin" präsentierte, die freimütig darüber berichtete, wie sie im Auftrag von Unternehmen journalistisch geschriebene PR-Texte kostenlos an Redaktionen verschickt. Einzige und offensichtlich oft problemlos akzeptierte Bedingung: Die schriftliche Zusicherung der Redaktion, den Firmennamen an mindestens einer Stelle im Text zu lassen. Böse PR, Schleichwerbung, so der Tenor der Sendung.  
[Zum Artikel von Alexander von Streit in Frankfurter Rundschau-Online vom 22. Juli.](#)

### FR: European Beauty

Die EU Europäische Union in Brüssel tut viel, damit Journalisten Europa schätzen lernen und diese Haltung weiter verbreiten.  
[Zum Artikel von Johanna Wolff in Frankfurter Rundschau-Online.](#)

### SZ: PR-Mädels in der Freundlichkeitsfalle

Sie gelten als die geborenen Kommunikatoren: Frauen in PR-Berufen. Doch in Spitzenpositionen findet man sie selten, und sie verdienen auch deutlich weniger als ihre männlichen Kollegen. Drei Wissenschaftlerinnen haben sich gefragt, warum.  
[Zum Artikel in sueddeutsche.de.](#)

## PR-Jobs + Karriere

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer Jobbörse

stehenden Gesuche und Angebote.

### Gesuche

Die sechs aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 19 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

Titel: [PR-Senior-Berater/in Finanzen für Hamburger Agentur](#)

Datum: Freitag, 29 Juli 2005

Titel: [SCHOLZ & FRIENDS, Hamburg sucht PR-Manager \(m/w\)](#)

Datum: Freitag, 29 Juli 2005

Titel: [Junior Art Director/in für Kommunikationsagentur in Frankfurt](#)

Datum: Donnerstag, 28 Juli 2005

Titel: [Healthcare-Agentur \(Nähe Darmstadt\) sucht PR-Seniorberater](#)

Datum: Mittwoch, 27 Juli 2005

Titel: [Healthcare-Agentur \(Nähe Darmstadt\) sucht PR-Berater](#)

Datum: Mittwoch, 27 Juli 2005

Titel: [Healthcare-Agentur \(Nähe Darmstadt\) sucht PR-Juniorberater](#)

Datum: Mittwoch, 27 Juli 2005

Titel: [PR Junior-Berater/in Nähe Wiesbaden gesucht](#)

Datum: Dienstag, 26 Juli 2005

Titel: [PR Senior-Berater für Agentur im Rhein-Main-Gebiet](#)

Datum: Dienstag, 26 Juli 2005

Titel: [Consultant \(w/m\) Unternehmenskommunikation in Hamburg](#)

Datum: Samstag, 23 Juli 2005

Titel: [Assistent/in der Geschäftsführung in München gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 20 Juli 2005

Titel: [Wanted: Junior Consultant \(w/m\) in Hamburg](#)

Datum: Mittwoch, 20 Juli 2005

Titel: [Junior Art Director/in für Düsseldorf gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 20 Juli 2005

Titel: [Europa-Redakteur/in \(Berlin-Brüssel\) gesucht](#)

Datum: Dienstag, 12 Juli 2005

Titel: [KOOB sucht PR-Junior-Consultant \(w/m\) in Mülheim a. d. Ruhr](#)

Datum: Dienstag, 12 Juli 2005

Titel: [SCHWARTZ PR sucht PR-Berater/in und Praktikant/in in München](#)

Datum: Dienstag, 12 Juli 2005

### **In Behörden**

Titel: [Redakteure für PR von EU-Agentur in Dublin gesucht](#)

Datum: Freitag, 08 Juli 2005

### **In Medien**

Titel: [medien-informationsdienst sucht Redakteur/in für Remagen](#)

Datum: Dienstag, 12 Juli 2005

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 01. August 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **18.072 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; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Peter Radunski, Berlin; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn (MedienTenor BranchenMAX); Mathias Scheben, Neuwied; 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).