

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 33 / 34.+35. Woche 2005

Seite.1 _____

PR-Trendmonitor I: 3. Management Summary

Jeder vierte Beschäftigte in Pressestellen oder PR-Agenturen **ist mit seinem Gehalt unzufrieden** und vermutet, im Vergleich mit den aktuellen Marktkonditionen unterdurchschnittlich bezahlt zu werden (Seite 40). Doch wie schafft man es, in der PR-Branche überdurchschnittlich viel Geld zu verdienen? Fünf Bedingungen sollten erfüllt sein - [steht im Management-Summary des Trendmonitors.](#)

Der PR-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die von der dpa-Tochter news aktuell und Mummert Communications, beide in Hamburg mit Unterstützung von Inworks, Ulm durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, wo die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche liegen. [Die kompletten Ergebnisse des PR-Trendmonitors 3/2005 gibt es hier.](#)

Kommunikationswissenschaftler + Medienexperte Peter Glotz gestorben

Am 25. August ist in Zürich Peter Glotz nach kurzer schwerer Krankheit 66-jährig gestorben. Bekannt wurde er zunächst durch seine politischen Aktivitäten in Bayern und Bonn. Er galt als der Medienexperte der SPD - und zeichnete sich durch seine profunden Analysen und kritischen Meinungsäußerungen aus. Nach seinem Ausscheiden aus der aktiven Politik widmete er sich ab 1996 der universitären Lehre in Erfurt und St. Gallen/Schweiz. An der dortigen Universität lehrte er bis zu seinem Tod Medien- und Kommunikationsmanagement. Wie immer brillant war sein Vortrag anlässlich der Awardverleihung des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher beim 1.

Kommunikationskongress im November 2004 in Berlin. Wir konnten diese Rede mit seiner Erlaubnis dokumentieren. [Hier noch mal der Link zum Nachlesen.](#)

PR-Trendmonitor II: PR-Leute schauen auf Blogs

Fast 28 Prozent der Pressestellen und jede vierte PR-Agentur halten Weblogs für ein wichtiges Thema, mit dem sie sich in Zukunft stärker auseinandersetzen wollen. So lautet ein Ergebnis des im Juli erhobenen PR-Trendmonitors, den news aktuell gemeinsam mit Mummert Communications durchgeführt hat. [Zum vollständigen Artikel und der Diskussion im PR-Blogger.](#)

Kons gibt RTL-Kommunikation wieder ab

Wolfram Kons (41) legt zum Monatsende seine Funktion als Direktor Kommunikation bei RTL nieder, um sich seinen erweiterten Aufgaben im Nachrichtenbereich zu widmen. Neben seiner Funktion als Hauptmoderator der News am Morgen übernimmt er zusätzlich die Leitung der neuen Einheit "RTL Charity/Stiftung RTL" und zeichnet damit auch für den jährlichen Spendenmarathon verantwortlich. **Christian Körner**, Leiter der Unternehmenskommunikation, untersteht zum 1. September auch die Programmresse.

Wie unseriöse PR-Lobbyisten Journalisten und Verbraucher täuschen

Viele freie Journalisten drücken in den PR-Markt, um zu überleben, und viele Redaktionen kommen wegen Personalabbau ihrer Sorgfaltspflicht nicht genügend nach. Eine Schreckensmeldung über eine angeblich unmittelbar bevorstehende "Influenza-Pandemie" sorgte Anfang August in Deutschland für Wirbel. Ein "Institut für



Gesundheitsaufklärung (IFGA)" hatte in einer Mitteilung an die Medien "mindestens 160.000 Tote befürchtet" - falls nicht "umfassende Vorbereitungsmaßnahmen und Bevorratung" mit einem bestimmten Impfstoff erfolgten. Wie ddp-Recherchen ergaben, handelt es sich dabei offensichtlich um PR-Arbeit zugunsten der Pharmaindustrie, die als wissenschaftliche Aufklärung getarnt wurde.
 Zum kompletten Beitrag in ["newsroom.de"](http://newsroom.de) .

Neu: Ausschnitt Medienbeobachtung wertet deutsche Weblogs aus

Mit der suchmaschinengestützten Recherche in 60.000 deutschen Weblogs erweitert AUSSCHNITT Medienbeobachtung, Berlin sein Medienprogramm und erhöht sein Panel gleichzeitig auf rund 68.000 Print- und Onlinemedien, TV-Sender und Videotextchannel sowie Nachrichtenagenturen. Der Dienstleister mit dem größten Printmedienprogramm startet mit dem automatisierten Weblog-Monitoring als erster Marktteilnehmer in Deutschland. Die Recherche von Themen und Suchbegriffen in Weblogs wird von einer Suchmaschine zugelifert, vom Fachlektorat auf Relevanz und Richtigkeit geprüft und bis zu zweimal täglich per E-Mail verschickt. Weblog-Monitoring vermittelt PR- und Kommunikationsverantwortlichen frühzeitig, ob und wo sich möglicherweise Krisenthemen entwickeln. Infos: www.ausschnitt.de

Personalien

Ingrid Haas wird Verlags-GF der G+J-Wirtschaftspresse

Ingrid M. Haas (40), derzeit Direktorin Information und Medienpolitik bei RTL Television in Köln, übernimmt zum 1. Januar 2006 die bisher vakante Position der Verlagsgeschäftsführerin der G+J-Wirtschaftspresse mit Sitz in Köln. Sie trägt damit die wirtschaftliche Gesamtverantwortung für die Titel CAPITAL, IMPULSE und BÖRSE ONLINE. Mit der Berufung zur Verlagsgeschäftsführerin ist zugleich die Übernahme der Geschäftsführung der Börse Online GmbH verbunden. Haas berichtet direkt an Bernd Buchholz (43), G+J-

Vorstand Unternehmensbereich Zeitschriften Deutschland.

Personalien compact (16) (34.KW-05)

01: **Borgmeier Media Communications** ist in Delmenhorst in neue größere Räume gezogen und hat gleich neun Mitarbeiter neu eingestellt - an der "Spitze" PR-Spezialistin **Karin Hübner** (26) und **Sigmar von Blanckenburg** (34) in der Redaktion. Die anderen sieben Neue sind Volontäre.

02: **Fritz Goergen**, früherer FDP-Bundesgeschäftsführer wurde Chefredakteur des neuen Online-Dienstes "Kommentar online" des Kölner Brunomedia-Verlages.

03: **Kerstin Neupert** (33) ist seit Ende Juli neue Public Relations Managerin und Pressesprecherin des Berliner Radisson SAS Hotels. Sie war zuletzt in der KölnMesse-Kommunikation tätig.

04: **Andreas M. Rink** (48) baut für Edelman, Frankfurt am Main den neuen Geschäftszweig Sportmarketing auf. Fachkenntnisse bringt er dafür aus seinen früheren Tätigkeiten bei Nike, dem Deutschen Basketballbund und der Hamburger Olympiabewerbung mit.

05: **Alexander Skipis** (51) wird am 1. November neuer Hauptgeschäftsführer des Deutschen Börsenvereins in Frankfurt am Main. Zwischen seiner letzten Station als Abteilungsleiter in der hessischen Staatskanzlei von Ministerpräsident Roland Koch und als Büroleiter der Frankfurter Oberbürgermeisterin Petra Roth arbeite er in der Geschäftsleitung von Leipziger PR (GPRA). Vorgänger **Harald Heker** wechselte in den GEMA-Vorstand.

06: **Andreas Pachmann** (43), noch stellvertretender Leiter der Unternehmenskommunikation von Philips Deutschland wird im September Head of International Communications in der Amsterdamer Zentrale des Elektronik-Herstellers.

07: **Horst Avenarius**, Ehrenmitglied der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), feierte am 26. August seinen 75. Geburtstag. Als Vorsitzender des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR) tragen die Verhaltensrichtlinien für die Branche vielfach seine Handschrift. Der Vorsitzende der DPRG, **Ulrich Nies**, lobt: "Er ist ein Vorbild für uns alle, denn Glaubwürdigkeit, Seriosität und der

offene Dialog müssen die Grundlagen unseres täglichen Wirkens sein." Avenarius war viele Jahre PR-Chef von BMW und baute das Fachstudium PR an der Bayerischen Akademie der Werbung auf, an der er heute noch unterrichtet.

08: **Martina Lazai** (31) verstärkt mit ihrem PR-Know-how die Nürnberger Kommunikationsagentur projekt.quartett. Sie kommt von der ortsansässigen Norisbank.

09: **Ulf Werner** (35) arbeitet jetzt als PR-Berater bei Laub & Partner in Hamburg. Weitere Verstärkung: Volontärin **Anny-Margrit Kurpiela-Geuther** (27).

10: **Peter Turi** is back. Der frühere Chef des kress-report übernahm jetzt nach einer Auszeit journalistische Aufgaben für das Fachblatt "w&v werben & verkaufen", München.

11: **Sonja Steves** leitet den Bereich Unternehmenskommunikation und Presse der europäischen Verbundgruppe von Elektronikfachhändlern ElectronicPartner in Düsseldorf.

12: **Barbara Kögler** (42) wird ab 1. November die Unternehmenskommunikation von Giesecke & Devrient in München leiten. Vorgänger **Hans-Joachim Kraemer** (63) geht in den Ruhestand. Kögler kommt von Arcor.

13: **Sandra Bukowski** (31) wurde Marketingmanagerin bei Dr. Neuhaus Telekommunikation und verantwortet damit auch alle Presseaktivitäten.

14: **Andreas Parchmann** (43) leitet ab 1. September die weltweite interne Kommunikation von Philips und wechselt dafür von Hamburg nach in Amsterdam.

15: **Martin Riecken** (39) verantwortet jetzt die interne und externe Kommunikation des Lufthansa-Caterers LSG Service in Frankfurt am Main. Zuvor leitete er fünf Jahre die LH-Online-Kommunikation.

16: **Christoph Burbes** (33) wurde Pressesprecher des neuen TV-Senders Das Vierte von NBC Universal Global Networks in München.

Etats

Euro RSCG ABC spricht für Subway

Euro RSCG ABC, Düsseldorf startet ab sofort als neue Pressestelle von Subway Deutschland und übernimmt damit die gesamte Medienarbeit für den führenden FreshFood-Anbieter. Mit mehr als 23.000 Restaurants in 84 Ländern ist Subway die zweitgrößte Fastfood Kette der Welt und will mit einer nationalen Kommunikations-Offensive auf dem deutschen Markt das Wachstum vorantreiben. Das Unternehmen hat in Deutschland zurzeit 240 Restaurants - diese Zahl soll bis 2010 auf 1.500 gesteigert werden.

Etats compact (23) (34.KW-05)

01: BSI Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnologie (digitale Signatur) + Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (Wege ins Netz + Mittelstand sicher im Internet) + secunet (Elektronische Rechnungsstellung)
an: **wbpr Public Relations** (GPRA), München/Berlin

02: Hensold AG (Carl Zeiss Sports Optics), Wetzlar
an: **Counterpart Agentur für Kommunikation**, Köln

03: Verlag Neue Wirtschaftsbriefe (NWB), Berlin
an: **Hedinger Communications**, Hamburg

04: Ingolstadt Village (Outlet Shopping), Ingolstadt
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

05: Koelnmesse ("lifestyle media"/photokina), Köln
an: **PRPB PR-Agentur Peter Barysch**, Hilden

06: debitel (debitel light), Stuttgart
an: **LoeschHundLiepold**, München

07: Hotel "Gasthof Post", Lech/Österreich
an: **Montague & Capulet Public Relations**, München

08: Lucent Technologies Network Systems, Bonn/Neu-Isenburg/Nürnberg
an: **Hiller, Wüst & Partner** (HWP), Aschaffenburg

09: Embarcadero (Data Lifecycle Management-Lösungen), Maidenhead/Großbritannien
 an: **Hotwire**, Frankfurt am Main

10: H+BEDV Datentechnik (Antiviren-Spezialist), Tettngang
 an: **Lewis Commuications**, München

11: EOS Health Honorarmanagement, ???
 an: **MainStream PR** Gesellschaft für Public Relations, Neu-Isenburg

12: Deutscher Bundestag, Berlin
 (Jugendmagazin zur Bundestagswahl "Glasklar")
 an: **Media Consulta Deutschland**, Berlin

13: Sportartikelhersteller K2, Penzberg
 an: **häberlein & mauerer agentur für public relations**, München

14: Hamburger Messe und Congress
 (Internationale Fachmesse WindEnergy), Hamburg
 an: **PubliKom Kommunikationsberatung**, Hamburg

15: Monster Worldwide Deutschland, Bad Homburg (Online-Jobbörse/Mitarbeiterjournal "One")
 an: **Kommunikationsagentur textstark**, Wiesbaden

16: Diageo Deutschland (Spirituosenhersteller), Rüdeshheim
 an: **Edelman**, Hamburg

17: Bundesindustrieverband Deutschland Haus-, Energie- und Umwelttechnik (BDH), Köln
 an: **Sage & Schreibe Public Relations**, München

18: Sporthaus Schuster, München
 an: **dobay public relations**, München

19: KEF (hochwertige Lautsprecher), Hamburg
 an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

20: Ishida Europa, Birmingham/Großbritannien
 an: **Schott Relations Group**, Stuttgart

21: Triumph Motorrad Deutschland, Friedrichsdorf/Ts.
 an: **häberlein & mauerer agentur für public relations**, München

22: Kraft Foods ("Tassimo" Heißgetränke), Hamburg
 an: **Euro RSCG ABC**, Hamburg

23: my-con, Stuttgart (Internetplattform für digitale Beschaffungsprozesse)
 an: **PR-Agentur Trostner (GPRA)**, Stuttgart

- 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 _____

Nur elf Prozent der DAX-Unternehmen geben transparenten Ausblick

Lediglich elf Prozent der deutschen Aktiengesellschaften aus dem Dax und MDax geben in ihren Geschäftsberichten einen transparenten Ausblick mit informativen qualitativen Beschreibungen und umfangreichen quantitativen Prognosen über ihre künftige Geschäftsentwicklung. Und nur jedes zweite Unternehmen informiert mit quantitativen Aussagen über die erwarteten Umsatz- und Ergebniszahlen. *Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.*

Publicis-PR: Lobbyisten erwarten von Schwarz-Gelb Kurswechsel

Public Affairs-Umfrage 2005 von Publicis Public Relations, Berlin

Die Lobby-Verantwortlichen der in Deutschland tätigen Unternehmen erwarten bei einer möglichen schwarz-gelben Regierungsübernahme im Herbst Akzentverschiebungen in der Wirtschaftspolitik. Deutliche Veränderungen erwarten die Unternehmen vor allem in der Steuer- sowie in der Sozialpolitik. Dabei gehen sie davon aus, dass die Veränderungen in ihrem Sinne ausfallen werden.

Zugleich stellen die Wirtschaftslobbyisten der amtierenden Bundesregierung ein schlechtes Zeugnis aus: Von den wirtschaftspolitisch relevanten Feldern sind die Unternehmen lediglich mit der Außen-wirtschaftspolitik der Regierung zufrieden. Dies ergab die jährliche Umfrage der Berliner Agentur Publicis Public Relations (GPRA) unter den Public Affairs-Entscheidern deutscher Unternehmen.
[Zur kompletten Public-PR-Pressemeldung.](#)

DRPR: Prüfverfahren wegen Schleichwerbung in ARD-Sendungen

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat gegen neun Unternehmen ein Prüfverfahren wegen vermuteter Schleichwerbung in ARD-Sendungen eingeleitet, meldet die "taz". Damit wird der DRPR mehr als zwei Monate nach den ersten Enthüllungen unerlaubter Product- und Themen-Placements in Sendungen wie "Marienhof" oder "Tatort" erstmals aktiv. Bisher hatte sich nur die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA), ein Trägerverband des DRPR, geäußert. GPRA-Präsidiumsmitglied Christina Marx hatte damals von den Agenturen, die an der Schleichwerbung beteiligt sein sollten, als "schwarzen Schafen" der Branche gesprochen. Sie hatte aber keine Prüfungen in Aussicht gestellt.
 Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.

Branche compact (1) (34.KW-05)

01: Kooperation von Kaltwasser Kommunikation, Nürnberg mit der TU Ilmenau: Die bereits zum sechsten Mal stattfindenden PR-Präsentationen haben sich zu einer etablierten und erfolgreichen Veranstaltung an der Universität entwickelt. Ein Seminar, zwei Initiatoren, vier Auftraggeber, 18 Nachwuchsagenturen, 140 Studenten und zwei Tage voller Kreativität, Engagement und exklusiver Kontakte zu Kommunikationsfachleuten renommierter Unternehmen. Das Ergebnis: 18 professionelle PR-Konzeptionen und vier PitchSieger. Eine tolle Bilanz, die alle Beteiligten der 6. Ilmenauer PR-Präsentationen nach Abschluss der dreimonatigen Konzeptionsphase der Studenten mit Stolz ziehen können.

Medien

Persönliche Gespräche stehen bei Fachjournalisten hoch im Kurs

Mehr als ein Viertel der Journalisten misst Interviews und persönlichen Gesprächen den höchsten Informationsgehalt bei. Dies zeigt eine Trendumfrage zum Rechercheverhalten von Fachjournalisten, die von der Münchner PR-Agentur Maisberger Whiteoaks durchgeführt wurde. Journalisten nutzen eine breite Palette von Veranstaltungen, um Informationen zu sammeln. Am gefragtesten sind dabei Interviews (26,7 Prozent) sowie persönliche Gespräche (26,4 Prozent). Immerhin 22,1 Prozent der befragten Journalisten schätzen den Informationsgehalt von Messen sehr hoch ein. Redaktionsbesuchen wird nur von 3,5 Prozent ein hoher Informationsgehalt beigemessen. Rund die Hälfte der Befragten ist bis zu fünf Mal pro Monat auf Terminen außerhalb der Redaktion unterwegs, knapp ein Drittel zwischen fünf und zehn Mal.

Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.

Internet: TV wird Nebenmedium - Auswirkungen für Werbebranche

Das Internet hat sich inzwischen als Unterhaltungs- und Informationsmedium bei jüngeren deutschen Medienkonsumenten "voll etabliert". Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von IBM Business Consulting und der Universität Bonn unter 14- bis 39-Jährigen, über die das Wirtschaftsmagazin "Capital" in seiner jüngsten Ausgabe berichtet. Als "Medium zur Meinungsbildung" **habe das Internet den Fernseher** unter den Befragten **"bereits überholt"**, heißt es in der Studie, wie die Netzzeitung meldet. *Weitere interessante Infos zur den Untersuchungsergebnissen - [hier bei netzeitung.de weiterlesen.](#)*

Das Internet führt zu **"fundamentalen Veränderungen" in der Werbebranche**. Das Interesse der Konsumenten wandere zunehmend von den traditionellen hin zu den digitalen Medien, prognostiziert der Finanzinvestor Veronis Suhler Stevenson (VSS) laut einem Bericht der "Financial Times". Das Unternehmen bezieht sich dabei auf eine aktuelle Studie, der zufolge der Werbeumsatz

für den Bereich Kabel- und Satellitenfernsehen sowie Internet pro Jahr um 17 Prozent wachsen wird. Im Jahr 2009 rechnen die Experten mit einem Volumen von rund 69 Milliarden Dollar. Dann würden die US-Konsumenten - dank des steigenden Interesses an digitalen Medien – erstmals mehr als 1.000 Dollar für den Konsum von Medien aller Art ausgeben, heißt es in der Studie. *Den vollständigen Artikel gibt es ebenfalls [hier bei netzeitung.de](http://hier.bei.netzeitung.de).*

Bloggen für die Bundestagswahl

SPD und FDP sind die beiden Parteien, die am stärksten auf Online-Tagebücher in der Wahlkampfkommunikation setzen. 39 Prozent aller untersuchten Weblogs werden von Sozialdemokraten, 29 Prozent von Liberalen auf Landes- und Bundesebene betrieben. Die übrigen Parteien (Grüne, PDS/WASG, Union) stellen ein weiteres Drittel der Politiker-Weblogs. Die Liberalen nutzen verstärkt die zentrale parteiübergreifende Unterstützung des Portals wahl.de. Die Sozialdemokraten sind mit der Plattform "roteblogs.de" erfolgreich, die Mitglieder motiviert, eigene Blogs zu gründen und Unterstützung bei der Umsetzung bietet. Zu diesen und weiteren Ergebnissen kommt die Webloganalyse von Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin. Ausführlicher Bericht und weitere Infos: www.ausschnitt.de.

Medien compact (6) (34.KW-05)

01: Trotz strenger (den IVW-Richtlinien entsprechender) Zählung von INFOnline erreichte **presseportal.de** wieder Rekordabrufe: im Juli waren es 2,9 Millionen Page-Impressions - die eigene interne Zählung meldete mehr als zehn Millionen PI's.

02: Die IVW-Fachzeitschriftenzählung meldet für die beiden bei **IVW** gemeldeten **PR-Zeitschriften** folgende Zahlen für das 2. Quartal 2005 (in Klammer 1. Quartal):
PR-REPORT: 6.700 (6.700) gedruckt; 6.340 (6.555) verbreitet; 5.458 (5.675) Freixemplare; 882 (800) verkauft; 861 (857) Abonnenten.
prmagazin: 8.916 (5.768) gedruckt; 7.800 (4.788) verbreitet; 5.282 (2.266) Freixemplare;

2.518 (2.478) verkauft); 1.905 (1.878) Abonnenten.

03: **Nur 60,3 Millionen Kino-Besucher**, im Vergleichszeitraum 2004 waren es 72,3 Millionen gewesen - das macht ein Minus von 16,6 Prozent. Und mit 352,5 Millionen Euro Umsatz flossen am Ende trotz einer leichten Preiserhöhung 67 Millionen Euro weniger in die Kinokassen als im Vorjahr - das bedeutet ein Minus von 16 Prozent. Die Probleme, dafür sprechen eine ganze Reihe von Gründen, wurden aus Hollywood importiert. Für exzellente Zahlen sind nach wie vor die amerikanischen Blockbuster unabdingbar - und die blieben in diesem Halbjahr auf ganzer Breite aus.

04: Fast ein Drittel aller TV-Zuschauer **geht das Fernsehprogramm auf den Geist**. Das hat eine repräsentative Umfrage des "stern" ergeben. Am meisten stört die Werbung (82 %), gefolgt von den unendlichen Wiederholungen (59 %). Für dumm verkauft fühlen sich 55 Prozent. Trotzdem: 57 Prozent wollen nicht aufs Fernsehen verzichten (alles Masochisten?).

05: **PR-Agenturen gewinnen bei Wirtschaftsjournalisten an Ansehen** für ihr wirtschaftliches Fachwissen - aber erhebliche Zweifel bleiben. 37 Prozent der an der Jahresumfrage 2005 der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation teilnehmenden 316 Wirtschaftsjournalisten arbeiten gelegentlich mit PR-Agenturen zusammen, die über ein 'erhebliches wirtschaftliches Fachwissen' verfügen. Im Vergleich zur Vorjahresumfrage ist dies ein respektablem Zuwachs von 12 Prozent.

06: Die Medienpräsenz aus über 150 deutschen Printmedien, 11 Nachrichtenagenturen, 2.000 Onlinemedien und den acht wichtigsten TV-Sendungen steht ab sofort in CMO 2.0, dem Online-Portal von **AUSSCHNITT** Medienbeobachtung, zur Verfügung. **Ab 5:30 Uhr** (und damit zwei Stunden früher) besteht nun Zugriff auf die recherchierten Ergebnisse.

Services + Tipps

Buch zur Bundestagswahl: "Politik als Marke"

Der Bundestagswahlkampf ist in vollem Gange, in weniger als drei Wochen wird der 16. Deutsche Bundestag gewählt. Rechtzeitig vor den

Bundestagswahlen geben drei Berliner Studierende am Otto-Suhr-Institut der Freien Universität jetzt das Buch "Politik als Marke – Politikvermittlung zwischen Kommunikation und Inszenierung" heraus. Auf 312 Seiten geben namhafte Autoren einen Überblick über die wesentlichen Bereiche der politischen Kommunikation: Journalismus und Medien, Politik und Öffentlichkeit, politische PR und Markenführung, Strategien und Wahlkampfplanung, Politik als Marke und Mensch als Marke. Weitere Informationen, ausgewählte Texte zum Probelesen und das Inhalts- und Autorenverzeichnis finden Sie auf www.politik-als-marke.de. Das Buch ist ein Folgeprojekt des Kongresses POLITIK ALS MARKE, dem ersten studentisch organisierten Kongress zur politischen Kommunikation in Berlin. Es greift die Ergebnisse des Kongresses auf und erweitert sie um Autorenbeiträge von Experten aus Politik, Medien, Wissenschaft, Wahlkampf und politischer PR.

Buchtipps: "Rezepte für die Redaktion"

Auf 456 Seiten stellen Dieter Golombek und Erwin Lutz hunderte preisgekrönte journalistische Arbeiten vor: Reportagen, Serien, Einzelbeiträge, die sich alle zum "Nachkochen" anbieten. Dazu erklären die beiden Autoren den Hintergrund jedes einzelnen Projektes, informieren über Details zum Organisationsaufwand und zur Umsetzung, nennen Ansprechpartner für Fragen und zeigen meistens noch die preisgekrönte Zeitungseite zum Nachlesen.
Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.

Buchtipps: "Wir wollen Arbeitsplätze schaffen"

Profilierte mittelständische Unternehmer melden sich zu Wort ...

Auf Initiative der PR-Agentur Scheben Scheurer & Partner, Hürth b. Köln erschien "just in time" zur heißen Phase des Bundestagswahlkampfes das Buch "Die Deutschland-Unternehmer: Wir wollen Arbeitsplätze schaffen." Profilierte mittelständische Unternehmer liefern, authentisch und lebendig, darin Erfahrungen und Argumente für mehr Reformen in Gesetzgebung und Verwaltung. Die Wirtschaftsjournalisten Jürgen Jacobs und Dr. Franz Josef Strittmatter berichten

vom alltäglichen Kampf der Firmeninhaber mit störrischen Amtsschimmel. Mit seinen 19 Geschichten "mitten aus dem Leben" ist das Buch eine Fundgrube für praxisgerechte Diagnose und Therapie der "deutschen Krankheit", die seit vielen Jahren tausende von Arbeitsplätzen kostet und die Sozialsysteme ruiniert. (Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main; erhältlich im Buchhandel für 16,95 Euro).

mp3-"Tankstelle" bietet völlig neue PR-Möglichkeiten

Podcasting – diese Wortschöpfung aus iPod und Broadcasting – ist derzeit in aller Munde – oder besser gesagt in aller Ohren. Es ermöglicht die Zusammenstellung eines ganz individuellen Radioprogramms, das man sich auf dem Rechner, auf CD oder natürlich auf einem mp3-Player anhört. In Deutschland ist Podcasting in den letzten Wochen geradezu explodiert. Innerhalb weniger Wochen stieg die Zahl der Programm-anbieter von unter 100 auf über 300. Und jeden Tag kommen neue hinzu.

Infos: www.soundfacts.de.

Service compact (3) (34.KW-05)

01: Schnell organisierte Mehrheiten im Internet machen es zunehmend unmöglich, auf Krisensituationen mit den klassischen Abwehrstrategien zu reagieren. Für die Unternehmen sind die vielfältig vernetzten **Weblogs eine Herausforderung** - aber auch eine Chance. Darüber schreibt Stephan Zimprich in der FTD - [hier nachlesen](#) (Lesetipp von wizAI Solutions, Koblenz).

02: Sie können abstimmen - nein, nicht zum Ausgang der Bundestagswahl. Das machen viele. Scheben, Scheurer & Partner in Hürth bei Köln will wissen, welche Tageszeitung die **politisch ausgewogenste Berichterstattung** zur Bundestagswahl und dem Drumherum bietet. [Hier geht's zur SSP-Umfrage](#).

03: Die dpa-Tochter news aktuell bietet ab sofort die **Journalistendatenbank MEDIAtlas** an. Pressesprecher und PR-Agenturen finden in der Online-Datenbank detaillierte Kontaktdaten von Journalisten und Medien. Der MEDIAtlas ist mehr als eine einfache Datenbank: Nutzer und

Rechercheure stehen im ständigen Dialog, um die Aktualität der Kontakte sicherzustellen. Mehr über den MEDIAtlas unter:
<http://www.newsaktuell.de/mediatlas>.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Neue Seminarreihe "Felix-Crash3-Seminar"

Start am 28. Oktober in Frankfurt am Main mit "Medienauftritt und Verhalten in der Krise"
Während inzwischen fast die Hälfte der Unternehmen Krisenpläne entwickelt hat, entscheidet im akuten Fall vor allem auch das souveräne und geschickte Verhalten der Beteiligten. Das Crash-Seminar setzt an der Stelle der praktischen Krisenbewältigung an. Die Seminarteilnehmer werden in begrenzter Teilnehmerzahl von drei Spezialisten intensiv trainiert: von den Instrumenten der Krisenkommunikation über die spezifischen Kommunikationsprobleme- und regeln, den Möglichkeiten der Intervention bis hin zur Konfrontation mit einem Krisenszenario.
Infos: www.felix-kommunikation.de.

Seminare compact (14) (34.KW-05)

01: Am 9. + 10. November findet der 10. **Mainzer Medien-Disput** zum Thema "(Medien-)Muster ohne Wert? - Medien in der Wertefalle" statt. Veranstalter u.a.: Staatskanzlei Rheinland-Pfalz und Friedrich-Ebert-Stiftung. Infos: www.mediendisput.de.

02: Die 4. **Internationale Konferenz Chefsache Issues Management** des Frankfurter FAZ-Instituts findet am 18. November in Berlin statt. Thema: "Issue Verantwortung? Issues Management und Corporate Social Responsibility". Infos: www.seminare-faz-institut.de.

03: Bringmann Managemententwicklung veranstaltet am 21. + 22. November in Berlin die **Konferenz "Corporate Reputation - Das Unternehmen in der Öffentlichkeit"**. Infos: www.bringmann.de.

04: Dieter Herbst ist Dozent beim directnews-Seminar **"PR-Erfolgskontrolle - Budgets rechtfertigen und Reporting optimieren"**. Termine: 6./1. September in Düsseldorf und 22./23. November in München. Infos: fuchs@directnews.de.

05: Ein weiteres **Grundlagenseminar für Investor Relations** bietet das Fernlehrinstitut communication-college, Ladenburg an - am 24. September in Wiesbaden. Infos: markus.laue@communication-college.org.

06: Am 26. + 27. Oktober kann man bei Wiegand & Wiegand Media Services in Hamburg **"Stilvoll auftreten - souverän agieren"** lernen. Infos: www.wiegandmedia.de.

07: Die Kölner **ofischer academy** bietet zwei Praxisseminare an: "Keine Angst vor neuen Aufgaben" und "Schule und Wirtschaft". Termine und weitere Infos: www.ofischer-academy.com.

08: Der nächste **Berliner Salon** findet am 12. September zum Thema "Public Affairs - oder wie politisch-strategische Planung Wettbewerbsvorteile schafft". Infos: mmueller@pr-ide.de.

09: Ogilvy weist den **Weg in die digitale Welt**. Am 20. September lädt die Agentur in Frankfurt am Main ein zu "Verge - The Ogilvy Digital Summit". Infos: <http://verge.ogilvy.de>.

10: Für die "Schaltzentralen der PR" veranstaltet AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts. das Seminar **"Kompetenz in PR-Sekretariat und -Assistenz"** vom 10. bis 14. Oktober in Bad Kissingen. Infos: www.afk-online.com.

11: Am 10. Oktober gibt es in Stuttgart den nächsten **doIT-Kongress**. Keynote: "Wachstum durch Innovation: Neue Impulse für den Technologiestandort Deutschland". Infos: www.doit-kongress.de.

12: Das **diIT**-Veranstaltungsteam in Stuttgart veranstaltet auch **PR-Seminare**. Am 15. September: "Story-Telling in der Unternehmenskommunikation" (Dieter Herbst) und am 30. September: "Professionelle Präsentation - PR in eigener Sache" (Kerstin Metz). Infos: www.doit-online.de.

13: Im **media workshop** der dpa-Tochter **news aktuell** geht es am 8. und 89. September in

Hamburg um das Thema "PR-Konzepte für Einsteiger". Infos: Nicola Raabe über www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

14: Am 29. + 30. September veranstaltet das Österreichische Industriemagazin in Wien das Seminar "Effiziente PR - Neue Strategien & Instrumente". Infos: www.industriemagazin.at/karriere/seminar.html.

Kommentar

Kerlikowskys Kommentar... und die Folgen der Wahl



Guten Tag! Nun wird also doch am 18. September gewählt. Die Bevölkerung will das auch in ihrer Mehrheit. Die Hoffnung auf einen Politikwechsel, vor allem eine Änderung der Wirtschafts-, Sozial- und Finanzpolitik, dürfte Illusion bleiben. Das spürt auch die Bevölkerung. Sie hält sich, aus Unsicherheit über die weitere

Entwicklung, vernünftiger Weise beim Konsum zurück, so daß die Umsätze des Einzelhandels im zweiten Quartal zurückgingen.

Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.

Wirtschaftskrieg: Der Soda-Krieg - oder Stürme im Wasserglas?

Komplizierte und offensichtlich auch für das Bundeskartellamt noch nicht ganz durchschaubare "Wasserspiele" um einen Kohlendäurezylinder des Soda-Club-Unternehmens bewegt zur Zeit den sprudelnden Wassermarkt. Informationsrinnale, Wasserlachen und Tümpel in der überregionalen Presse (FTD), den Fachpublikationen (P+G) sowie dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen begleiten ein möglicherweise gefährliches Dauerduschen der beteiligten Parteien. Bisheriger Höhepunkt in der Sache ist ein von den Wettbewerbern initiiertes "Blauer Brief" des Kartellamtes vom April 2005 an das Unternehmen SC, in dem die Absicht des Amtes deutlich gemacht wurde, dem Marktführer die weitere Praktizierung der Vertragsbindung gegenüber den Einzelhändlern und Kunden zu untersagen. Zum vollständigen Artikel auf der NPRP-Homepage.

Pfeffer & Salz

Salz: La Ola auf der Hauptversammlung



Der Vorstandsvorsitzende schwebt mit dem Heli vor der gemieteten Messehalle ein. Fünf Hubschrauber begleiten das Flugobjekt als Symbol der fünf Erdteile, auf denen das Unternehmen global plays. Oder der VV und die Seinen kommen auf einem daher fließenden Fluss per MS, und deren Begleitkreuzer sind fünf. Die

Aktionäre jubeln zu Tausenden mit Eintrittskarten als Winkelemente am Rande der Gesellschaft. Die Masse Mensch rhythmisiert "A - cker - männ - chen" oder "Ze - Tsche" oder was gerade passt.

Das Superposter in den Riesenmaßen eines Hochhauses wabbelt im Wind; das V-Zeichen der hoch gestreckten Hand verdeckt nur knapp das bunte Konterfei des großen Vorsitzenden. Im Saal knien auserwählte Teilhaber (oder Mitarbeiter der Presseabteilung, oder farbige Folkloristen von den ins Ausland verlagerten Arbeitsplätzen) vor dem großen Chef und küssen ihm die Hand. Derweil gehen La-Olas durch den Saal, und der Chef beginnt seinen Rechenschaftsbericht: "Nun haltet mal Ruhe."

Wir PRler können nur dazulernen - jeden (Weltjugend-) Tag. Warum nicht?

[Mathias Scheben](#), PR-Berater, Andernach

Anmerkung:

In der Kolumne "Pfeffer & Salz" werden in unregelmäßiger Folge Unternehmensberater Mathias Scheben und NPRP-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer ihre Meinung zu (PR-)Themen und Ereignissen der Zeit und unseres Kommunikationslebens veröffentlichen. Scheben liefert das Salz (in der Suppe) und Pfeffer halt seine Pfeffer(eien). Die beiden wollen damit auch zum Nachdenken anregen. Gerne können auch andere Autoren mitmachen, die sich berufen fühlen, auch noch ihren Senf (dann könnten wir ja den Kolummentitel noch erweitern) dazu zu geben.

Handbuch Kommunikationsmanagement

Der Rang des Designs in der PR

Der Rang des Designs in der PR ist hoch – auch wenn Designaufgaben in vielen Organisationen unterbewertet oder vorwiegend aus Marketingsicht beurteilt und beeinflusst werden. Die Designaufgaben in den Organisationen sind vorwiegend das Produkt-, das Grafik- und das Web-Design. So ist beispielsweise die

Gestaltung von Firmen- und Markennamen eine erstrangige Designaufgabe. In den Unternehmen ergänzen sich Corporate Design, Corporate Communication und Corporate Culture zur Corporate Identity. Design hat einen hohen Stellenwert - jedoch nur dann, wenn es aus Sicht der Unternehmen seine Grundaufgabe erfüllt hat, nämlich die jeweilige Organisation vom Wettbewerb unterscheidbar zu machen.

Lesen Sie in dem Beitrag "Der Rang des Designs in der PR" von Gernot Brauer aus dem Handbuch "Kommunikationsmanagement", wie Sie mit dem Namen Ihrer Organisation als Wort- und Bildzeichen umgehen sollten, wie Corporate Design, Produkt-, Grafik- und Web-Design in Organisationen eingesetzt und bewertet werden und was Design in erster Linie erreichen muss. [Zum Download](#).



Handbuch "Kommunikationsmanagement": jeden zweiten Monat neu aktuelle und kompetente Fachbeiträge rund um Ihr Kommunikationsmanagement: Strategien – Wissen – Lösungen. Jetzt vier Wochen kostenlos testen: [Infos zum Handbuch](#).

PR-Digest

Podcasting: "Das Radio hat jetzt die Chance zur Wiedergeburt"

Wolfgang Harrer, freier Korrespondent und Online-Journalist in San Francisco, ist ausgewiesener Experte für die Integration von Audio-Inhalten in Netzangebote. Im Gespräch mit onlinejournalismus.de berichtet Harrer über seine praktischen Erfahrungen mit Podcasting – und warum sich deutsche Medien bei neuen Technologien gerne taub stellen. [Hier geht's zum Interview](#).

Internes – aus der redaktion

Neues PR-Portal mit Tagesrekord: 11.474 Visits

"Neues PR-Portal", das aktuellste PR-Internetportal der Kommunikationsbranche, hat am 16. August einen neuen Zugriffsrekord erzielt: 11.474 Besucher klickten auf die Homepage www.neues-prportal.de - oder www.agenturcafe.de. Beide Websites erscheinen mit identischem Inhalt. Zwischen 9 und 10 Uhr waren 1.732 Besucher online. Bei den Page-Impressions wurden am bisherigen Rekordtag 211.298 Seitenaufrufe gemessen, jeder Besucher schaute sich durchschnittlich 18,41 Seiten an.

Damit hat sich das neue PR-Portal seit seinem Start im Dezember 2004 zum größten Informationsangebot im Internet für Kommunikationsmenschen, die besonders an PR-Themen interessiert sind, entwickelt. In den letzten Monaten wurden jeweils über 150.000 Visits und 2,5 Millionen Page-Impressions von der 1&1-Webstatistik ausgewiesen - das ergibt über 5.000 Besucher im Tagesdurchschnitt. Herausgeber und Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer, Siegburg freut sich über diese Entwicklung und verspricht für die nächsten Wochen einen weiteren Ausbau des Portals mit interessanten Informations- und nützlichen Serviceangeboten.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 25 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel: [Agentur in Stuttgart sucht Junior PR-Manager\(in\)](#)

Datum: Freitag, 26 August 2005

Titel: [Weber Shandwick sucht freiberufliche PR-Berater und PR-Redakteure \(w/m\) für mehrere Standorte](#)

Datum: Donnerstag, 25 August 2005

Titel: [Bau-Fachagentur aus Karlsruhe sucht PR-Berater/-in](#)

Datum: Mittwoch, 24 August 2005

Titel: [PR-Berater/-innen für Agentur in Hamburg gesucht](#)

Datum: Dienstag, 23 August 2005

Titel: [Public-Affairs-Berater\(-in\) für Berlin gesucht](#)

Datum: Mittwoch, 17 August 2005

Titel: [Juniorberater/in für Agentur in Berlin gesucht](#)

Datum: Donnerstag, 11 August 2005

Titel: [PR-Junior-Berater \(m/w\) für Agentur in Hamburg](#)

Datum: Mittwoch, 10 August 2005

Titel: [PR-Consultant - Elektronik/Semiconductor in München](#)

Datum: Montag, 08 August 2005

Titel: [Kölner PR-Agentur sucht PR-Berater/in](#)

Datum: Freitag, 05 August 2005

In Unternehmen

Titel: [Junior-Redakteur Interne Kommunikation \(m/w\) bei Kabel Deutschland](#)

Datum: Montag, 08 August 2005

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. August 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **22.579 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); 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; Thomas Mavrides, Bamberg (Buch-Rezensionen); Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Peter Radunski, Berlin; Prof. Dr. Lothar Rolke, Mainz; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn (MedienTenor BranchenMAX); Mathias Scheben, Neuwied; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking; 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,
 URL: www.neues-prportal.de.

PR>05

Der Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. Ulrich Nies und der Geschäftsführer des F.A.Z.-Institutes Dr. Gero Kalt laden sehr herzlich zur Verleihung des Deutschen PR-Preises 2005 ein. Die traditionsreiche Gala präsentiert sich zum 35. Jubiläum in neuer Form.

Die Verleihung der renommierten Branchenpreise erleben Sie im prachtvollen Friedrich-von-Thiersch-Saal des Kurhauses bei einem festlichen Dinner. Anschließend öffnet sich der Wintergarten (bei schönem Wetter mit großer Terrasse). Käfer's Spitzenköche präsentieren ein kreatives Dessert-Buffet. Bewährte Klassiker zu - Cocktail-, Wein-, Sekt- und Bierbars erfüllen Ihre Getränkewünsche.

Anschließend startet der Deutsche PR-Ball 2005. Das Orchester „RTL-AllStars“ und Special Guests präsentieren Tanz- und Popmusik, die Salons werden zur Chill-Out-Lounge mit sanftem Groove oder zum Café. Sie haben die Wahl – ruhige Ecke oder Entertainment, flanieren oder tanzen, wieder treffen oder kennen lernen. Und bei der Tombola können Sie Preise gewinnen, die sich auch PR-Profis nicht für Geld kaufen können...

Herzlich willkommen!

DER DEUTSCHE PR-PREIS 2005 KURHAUS WIESBADEN, 9. SEPTEMBER 2005

18:30 UHR COCKTAIL-EMPFANG

19:00 UHR GALA ZUR PREISVERLEIHUNG

- DEUTSCHER IMAGE-AWARD 2005
- DER DEUTSCHE PR-PREIS 2005
- DIE BESTEN DER DPRG-BERATER-PRÜFUNGEN
- DER PR-KOPF DES JAHRES 2005

20:30 UHR FESTLICHES DINNER

anschl.: DEUTSCHER PR-BALL 2005

MODERATION STEFAN SCHULZE-HAUSMANN (ZDF/3 SAT)

Festliche Abendgarderobe. Programmänderungen vorbehalten.

Sie können sich hier direkt online anmelden:

www.dprg.de/anmeldeformular

Weitere Informationen auf der DPRG-Homepage: www.dprg.de

oder telefonisch: (0228) 973 92 90.