

# Pfeffers PR-Newsletter

## Nr. 37 / 39. Woche 2005

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

### **DJV: Pressearbeit muss journalistische Qualität bieten**

"Pressearbeit muss sich an journalistischen Postulaten orientieren", forderte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken am 23. September beim 2. Kommunikationskongress in Berlin. Zu diesen Postulaten gehörten Sorgfaltspflicht, Beherrschung des journalistischen Handwerks, verständlicher Sprachstil, fundierte Recherche und interne Kritikkultur. Was Journalisten von den Pressestellen benötigten, seien nachrichtliche Texte mit nachprüfbareren Fakten.  
Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.

### **Großkurth als BdP-Präsident bestätigt**

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) hat Lars Großkurth, den Leiter betonten die Vertreter nach Abschluss ihrer Verhandlungen. "Damit soll gewährleistet werden, dass der PR-Nachwuchs in Deutschland auf allen Ebenen nach dem neuesten professionellen und wissenschaftlichen Know-how ausgebildet und geprüft wird. Gleichzeitig erwarten wir, dass die neuen Abschlüsse eine wichtige Rolle bei der künftigen Bewerberauswahl spielen werden."  
Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.

### **Führende PR-Verbände wollen einheitliche Abschlüsse**

#### **Aufbau einer gemeinsamen Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation beschlossen**

Die drei führenden deutschen PR-Verbände, der Bundesverband Deutscher Pressesprecher (BdP), Berlin, die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Bonn und die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA), Frankfurt am Main wollen in Aus- und Fortbildungsfragen zukünftig gemeinsame Wege gehen. Kurz vor Beginn des am 22. September in Berlin beginnenden Kommunikationskongresses einigten sich die Vertreter der drei Verbandsorganisationen darauf, eine gemeinsame Prüfungsorganisation zu schaffen, die einheitliche Standards und Abschlüsse für die Aus- und Fortbildung in der gesamten PR-Branche entwickelt.

Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.

Personalien \_\_\_\_\_

### **Freudewald verlässt fischerAppelt Kommunikation**

Johannes Freudewald (44), Pressesprecher der Hamburger Agenturgruppe fischerAppelt Kommunikation (GPRA), verlässt das Unternehmen zum Jahresende. Nach neun Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit, während der er unter anderem die Redaktion aufbaute und leitete, will sich Freudewald nun neu orientieren. Die Leitung der Redaktion hat Kathrin Schüttler (35) übernommen, die seit fünf Jahren im Bereich Text und Redaktion bei fischerAppelt tätig ist. Für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Agentur ist ab sofort Matthias Wesselmann (26) zuständig.

### **Kühne macht PR für Hill & Knowlton Healthcare**

Seit Anfang September verstärkt Stephan Kühne (41) als Associate Director die Frankfurter Agentur Hill & Knowlton Healthcare (GPRA). Der Kommunikationsprofi kommt von der Langenfelder medical relations. Als Account Director verantwortete er dort die Fach- und Publikumskommunikation für eine breite Palette innovativer verschreibungspflichtiger Medikamente



zum neuen DPRG-NL



Ohne Ticker  
fehlt Dir was.



sowie mehrere erfolgreiche Produkt-Launches. Der promovierte Biologe verfügt über insgesamt neun Jahre Agenturerfahrung in den Bereichen Healthcare-, Corporate- und Business-Communications. Detlev Geiger, Geschäftsführer von Hill & Knowlton Healthcare freut sich über die tatkräftige Unterstützung.

### **Hans Peter Wehrle verstorben**

Hans Peter Wehrle, Ehrenmitglied und Vorsitzender des Ehrenrates der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), verstarb am 14. September im 59. Lebensjahr. "Für uns war er nicht nur eine der jahrzehntelang gestaltenden Persönlichkeiten der PR-Branche, sondern auch Vorbild als Mensch und Kollege", betonte DPRG-Präsident Ulrich Nies in seinem Nachruf. Von 1985 bis 1988 war Wehrle Mitglied im Bundesvorstand der DPRG, zudem war er 15 Jahre im Vorstand der Landesgruppe Norddeutschland aktiv. Sein umfangreiches Wissen und seine Erfahrungen als Praktiker vermittelte er als Dozent an der Universität Hamburg und der Akademie für Publizistik.

### **Personalien compact (10) (39.KW-05)**

01: **Manfred Hahn** (48) wurde neuer Vertriebsleiter des Pressedienstleisters deutsche journalisten dienste (djd) im fränkischen Reichenberg. Er war geschäftsführender Gesellschafter des AHA-Verlages.

02: **Tina Glasl** (32) von fischerAppelt Kommunikation wird neue Dozentin beim G2-Seminar des DIPR Deutsches Institut für Public Relations, Vagen.

03: **Miriam Meckel**, zuletzt Medien-Staatssekretärin in NRW und Düsseldorfer Regierungssprecherin, übernimmt die Professur für Corporate Communications und die Direktion des Instituts für Medien- und Kommunikationsmanagement der Universität St. Gallen/Schweiz.

04: **Bernd Bauer**, früherer Bertelsmann-Kommunikationschef, organisiert jetzt die Werbekampagne "Du bist Deutschland" (25 Medienunternehmen unter Bertelsmann-Federführung), die am 26. September mit einem

zweiminütigen TV- und Kinospot startet und für die 30 Millionen Euro eingesetzt werden.

05: **Jens Huwald** (32) leitet nun als Nachfolger von **Anna-Maria Muck** die interne und externe Kommunikation der Bayern Tourismus Marketing in München. Huwald sammelte Branchenerfahrung u.a. bei BSMG/Weber Shandwick und Pleon Kohtes Klewes sowie der Brauerei Schlösser.

06: **Carsten Barth** wechselt Anfang Oktober nach acht GE-Jahren (zuletzt in Wien) in die Schweiz nach Pfäffikon - er startet Anfang Oktober als Global Vice President Corporate Communications & Marketing bei Unaxis, einer schweizerischen Technology Company.

07: **Sonja Kattwinkel** (32), zuletzt Leiterin einer Presseabteilung im L'Oreal-Konzern, hat sich als freiberufliche Beraterin für PR, Marketing und Events selbstständig gemacht.

08: **Ute Kretschmann** (44) übernimmt am 1. Oktober die Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Kinderhilfswerk Plan International Deutschland, Hamburg - als Nachfolgerin von **Katja Teske**.

09: **Swetlana Ernst** (30) verstärkt ab Oktober das PR-Team bei AOL Deutschland - vor allem im Bereich Interactive Marketing.

10: Nach der Integration von Euvia Media in die Pro Sieben Sat 1-Gruppe verlässt **Christiane zu Salm**, Vorstandsvorsitzende von Euvia Media, München, das Unternehmen "in bestem gegenseitigen Einvernehmen".

### **Etats** \_\_\_\_\_

### **MPR Dr. Muth mit fünf neuen PR-Aufträgen**

Die USA Rice Federation beauftragte MPR Dr. Muth Public Relations in Hamburg nach einem gewonnenen Pitch mit der PR- und Promotion Kampagne für amerikanischen Reis in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Weitere zwei Neugeschäfts-Gewinne betreffen Gestaltungsaufgaben. Für das global tätige Handelsunternehmen K.D. Feddersen, Hamburg,

gestaltet MPR Dr. Muth eine Imagebroschüre und den Internetauftritt.

Hinzu kam von der TÜV NORD Gruppe der Auftrag zur Herstellung des neuen Kundenmagazins. Darüber hinaus kann die Hamburger Agentur auch noch den Auftrag für die Pressearbeit für den italienischen Schuhhersteller Manas für sich verbuchen.

### **Kellog in Bremen weiter mit :relations Kommunikation**

:relations Gesellschaft für Kommunikation, Frankfurt am Main ist von Kellog, Bremen beauftragt worden, die PR-Kampagne zur Einführung der neuen Marke Kellog's DayVita in Deutschland und der Schweiz zu entwickeln, zu steuern und umzusetzen. Etatleiter bei :relations ist Agenturgeschäftsführer Sascha Tischer. Den ernährungswissenschaftlichen Part führt :relations-Gründerin Iris Löhlein. Derzeit betreut :relations auch die gesamte Kellog Corporate PR und steuert die Handelsmedienkommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

### **Etats compact (10) (9.KW-05)**

01: Nextbase (Hersteller portabler DVD-Player), München  
an: **Lewis Global Public Relations**, München

02: Bundesanstalt für  
Finanzdienstleistungsaufsicht, Berlin - IOSCO-Konferenz (International Organization of Securities Commissions)  
an: **Media Consulta Event**, Berlin

03: NiedeckenMedien Messe und Kongress GmbH, Hamburg  
an: **ofischer communication**, Köln

04: CAP construction and production, Hüllhorst  
an: **Gerd Hessenauer Agentur für Marketing und Unternehmenskommunikation**, Leinfelden-Echterdingen

05: Gori Industrie/Dyrup, Dänemark + Moog, Böblingen (Antriebstechnik)  
an: **Dörfer/Partner Added Value Group**, Düsseldorf

06: Verein für Gefäßfehlbildungen, Oberhausen  
an: **Stach's Kommunikation & Management**, Frankfurt am Main

07: Willenbrock Fördertechnik Holding, Bremen/Hannover  
an: **Plato Kommunikation**, Berlin

08: Hannover Marketing, Hannover  
an: **Euro RSCG ABC** Agentur für Kommunikation (GPRA), Hamburg

09: Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz, München  
an: **Achelis & Partner** Public Relations, München

10: IFS Business Software Deutschland, München  
an: **Harvard Public Relations**, München

#### **- 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**

### **Erste Studie zum Berufsfeld Pressesprecher**

Pressesprecher sehen ihre Rolle als Mittler zwischen den Organisationen und der Öffentlichkeit. Dies ergibt die Studie "Profession Pressesprecher" von Prof. Dr. Günter Bentele, Lars Großkurth und René Seidenglanz, die am 22. September bei der Auftaktveranstaltung des 2. Kommunikationskongresses in Berlin erstmalig präsentiert wurde. Gerade in politisch und wirtschaftlich brisanten Zeiten ist Kommunikation ein essentieller Erfolgsfaktor. Die Arbeit der Kommunikationsverantwortlichen ist dabei geprägt durch eine ethische Grundorientierung. 82 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass Pressesprecher nicht lügen dürfen. Jedoch finden sie auch, dass bestimmte Sachverhalte

verschwiegen werden können.

[Zur Originalpressemeldung](#) des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP).

Anmerkung: Die FTD berichtete exklusiv vorab über die Berufsfeldstudie "Profession Pressesprecher", die heute auf dem Kommunikationskongress erstmals vorgestellt wird. Lesen sie mehr unter [www.ftd.de/tm/me/23242.html](http://www.ftd.de/tm/me/23242.html)

### **ZPR: AOL-PR als Neukunde und Führungsteam verstärkt**

Guter Start für ZPR, Hamburg: Die im Januar 2005 gegründete PR-Agentur darf sich neben verschiedenen Etats der Filmwirtschaft neuerdings auch AOL auf die Kundenliste schreiben. ZPR wird für den Online-Dienstleister verschiedene Media Relations-Projekte betreuen. "AOL hat sich für ZPR entschieden, weil diese junge, dynamische Agentur sich durch hohe Flexibilität und beste Medienkontakte auszeichnet", erläutert Gunnar Bender, Leiter Unternehmenskommunikation AOL Deutschland, seine Entscheidung. Des Weiteren verstärkt ZPR sein Führungsteam: Sandra Backhaus (36) tritt als Partnerin der bisher alleinigen geschäftsführenden Gesellschafterin Sandra von Zabiensky (29) in das Unternehmen ein. Backhaus wird sich schwerpunktmäßig um die Bereiche Text, Konzeption und Neugeschäftsentwicklung kümmern - sie kommt von Edelman Hamburg.

### **Branche compact (6) (39.KW-05)**

01: Die Hamburger Agentur **UMPR Ute Middelman Public Relations** setzt ihren Wachstumskurs auch im ersten Halbjahr 2005 fort. Man rechnet mit einem Honorarzuwachs von 15 Prozent. Gerade jüngst wurde die Baumarktkette Max Bahr als Neukunde gewonnen. Die Belegschaft wurde auf nunmehr 27 Mitarbeiter vergrößert. Neu dabei sind u.a. Oliver Ladeur (37), Heike Merten (39), Pamela Netsch (28), Alexa Rose (32), Jörg Große (32) und Sarah Lüth (32).

02: Lydia Roeber hat in Berlin die **neue Kommunikationsagentur Lydia Com Media\*\*\*Kontakt\*\*\*PR** gegründet. Sie hat sich

auf Kunden aus dem Tourismus- und Medienbereich spezialisiert. Erste Kunden sind Radio Salü und Mallorca 95,8 sowie Geoplan und Libos Fertig Touristik.

03: 3st kommunikation, Mainz erhielt die höchste Design-Auszeichnung für den Geschäftsbericht 2004 der MorphoSys AG - er erzielte im **Wettbewerb "Die besten Geschäftsberichte"** des Manager Magazins im Börsensegment TecDAX die höchste Punktzahl für Gestaltung. Insgesamt erreichte der Bericht den 7. Platz im TecDAX Segment.

04: Die Umfrageergebnisse des neuen **GWA-Herbstmonitors** zeigen: die Werbebranche entwickelt sich besser als die Gesamtwirtschaft. 2004 wuchs man gleich stark, in den Vorjahren weniger.

05: Den **Journalistenpreis "Goldener Apfel"** des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (**BdP**) erhielt während der Speakersnight in der Berliner Philharmonie der "brand eins"-Redakteur Jens Bergmann für seine Typologie des Pressesprechers "Die Stimme des Herrn" (Ausgabe 07/2005).

06: Der **GWA EFFIE** zeichnet jährlich effiziente und erfolgreiche Marketing-Kommunikation aus. Dove (Lever Sunlicht), Jägermeister und Volkswagen Tuareg heißen die Gold-Gewinner 2005. Mit dem erstmals verliehenen **Social Effie** in Gold wurde am 23. September in Berlin die Felix Burda Stiftung für die Aufklärungs- und Motivationskampagne für die Darmkrebsvorsorge in Deutschland prämiert. Weiterer Gold-Preisträger ist der Bundesverband Alphabetisierung mit Grey Worldwide für das Alpha-Telefon, eine Information über Alphabetisierung, Kurse sowie Motivation für Betroffene.

## **Medien**

---

### **Medien compact (3) (39.KW-05)**

01: Wahl 2005: Für Allensbach, Forsa, Emnid & Co. ein Desaster. Der **Wahlausgang ist für alle Wahl-Forschungsinstitute meist eine große Pleite**. Keines der Institute hatte mit einem so großen Stimmeneinbruch der CDU/CSU gerechnet. Auch den enormen Stimmenzuwachs der FDP hatte kein Umfrageinstitut so vorhergesehen. Die Abweichungen insgesamt liegen in einer Bandbreite

von 10,7 bis 14,1 %. Bei der Wahl-Einschätzung der CDU/CSU lagen die Demoskopien gründlich daneben. Allensbach (+6,3 zuviel), Forsa und Emnid (+ 6,8), Infratest und FG Wahlen (+ 5,8). Relativ gut eingeschätzt wurde von allen Instituten das "Linkslager". Die Institute halten weiter an ihren Ermittlungskriterien fest. Grund für die Abweichungen sei der hohe Anteil der unentschlossenen Wähler (20 %) vor dem Urnengang. *Anm.: Mit den Ausreden sind die Professoren genauso schnell (und falsch) wie die Politiker.*

**02: Das Internet etabliert sich immer mehr als Alltagsmedium.** Bei der Nutzungsdauer hat sich das Medium bereits auf Platz Drei vorgeschoben, hinter Fernsehen und Radio. Kein Wunder, denn die digitale Welt ist für die meisten Deutschen ein zweites Zuhause geworden. Sie bewegen sich darin wie in ihrer realen Alltagswelt, wie erste Ergebnisse der "Internet Facts" von AGOF und der Mediennutzungsstudie "Time Budget 12" von SevenOne Media zeigen.- Im Internet surfen ist für die Deutschen zur Selbstverständlichkeit geworden. **70 Prozent der 14- bis 49-Jährigen sind online**, wie aus einer Umfrage der Düsseldorfer Kommunikationsagentur Mediaedge.cia hervor geht.

**03: Das WWW wird regional.** 37,5 Millionen Bundesbürger surfen für Information, Einkauf, Unterhaltung und Kontakte. Immer stärker rücken Informationen aus der Region in den Fokus (z.B. über "der heiße draht" [www.dhd24.com](http://www.dhd24.com)).

## Services + Tipps

### **medienkalender.de ab sofort online**

Vom Bundespresseball bis zum Energieforum der Wintershall AG - über 5.000 medial relevante Termine in mehr als 20 Branchen sind ab sofort online abrufbar unter [www.medienkalender.de](http://www.medienkalender.de). Ein kostenfreies Jahres-Abo erhalten Journalisten und Mitglieder des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher. Verschiedene Filter ermöglichen eine individuell zugeschnittene Terminvorschau bis ins Jahr 2022. Mit der Unterteilung in diverse Veranstalter und Veranstaltungsarten und der Suche innerhalb von Postleitzahl-Bereichen finden User punktgenau alle Termine, die sie interessieren. Neben der Terminsuche ermöglicht

medienkalender.de auch die kostenlose Veröffentlichung eigener Termine.

### **Service compact (1) (39.KW-05)**

01: "IFG - ganz praktisch: **Journalisten und das Informationsfreiheitsgesetz**" heißt ein neuer Flyer des Deutschen Journalisten-Verbandes. Am 1. Januar 2006 wird das neue Informationsfreiheitsgesetz, kurz IFG, auf Bundesebene in Kraft treten (regelt Auskunftspflicht u.a. der Behörden). Doch was besagt das Gesetz, wie können Journalisten das Gesetz im Redaktionsalltag nutzen und welche Ausnahmen gelten? Dazu gibt der Flyer erste Hinweise. Der Infolyer ist kostenlos in der DJV-Geschäftsstelle in Bonn E-Mail: [ber@djv.de](mailto:ber@djv.de) erhältlich.

- Anzeige -

#### **Akquisitionsarbeit im eigenen Haus systematisieren**

Kennen Sie das: Ein Großprojekt ist abgeschlossen und es fehlt der Anschlussauftrag? Schnell werden Interessenten aus früheren Zeiten angesprochen und nirgendwo ist kurzfristig ein Anschlussauftrag zu generieren.

Hier sorgt eine systematische Akquisitionsarbeit für Abhilfe. Manfred Berger, spezialisierter Berater und Coach für Akquisitionsprozesse von Agenturen zeigt einen Ausweg. Er qualifiziert Agenturmitarbeiter in der Ansprache von potenziellen Kunden und entlastet damit die Geschäftsleitung in der zeitaufwendigen Phase der Erstansprache. Die Geschäftsleitung kommt in dem Moment zum Einsatz, indem ein konkretes Interesse festgestellt wird und ein persönliches Gespräch zu führen ist.

Berger setzt diese Maßnahme in Form eines Coachingprogramms um. Es läuft über den Zeitraum eines Jahres und umfasst zwei Seminartage und zehn Telefonkonferenzen. Darüber hinaus ist jeder Teilnehmer in eine Internet-Community permanente eingebunden. Das nächste Programm startet im Dezember 2005. Das Invest beträgt netto 115 €/Monat für den Zeitraum von zwölf Monaten. [www.manfred-berger.de](http://www.manfred-berger.de)

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **Dialogreihe: Redaktionen verlangen bessere PR**

"Anspruch und Wirklichkeit in der Pressearbeit" lautet das Thema einer neuen Seminarreihe, die der Interactive-Dienstleister SinnerSchrader in Kooperation mit dem Bundesverband Digitale Wirtschaft veranstaltet. Zwei Wirtschaftsjournalisten, Christian Rickens vom Manager Magazin und Volker Müller von der Financial Times Deutschland (FTD), stellen sich in drei Städten jeweils einen Tag der Diskussion mit Führungskräften und PR-Profis. *Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.*

### **Kommunikationskongress 2005 in Berlin erfolgreich beendet**

Der diesjährige Kommunikationskongress im Berliner Congress Centrum am Alexanderplatz brachte 1.579 Kommunikationsfachleute (Vorjahr: 1.413) zusammen - es war der größte PR-Branchentreff seiner Art in Europa. 785 Fachmänner und 794 Fachfrauen erlebten in 38 Panels, Keynotes und Diskussionsrunden 106 Referenten aus Wirtschaft, Politik, Medien, Kultur, Sport, Wissenschaft und Gesellschaft. An beiden Tagen standen dafür 1.725 Minuten Redezeit zur Verfügung. Viel wichtiger vor allem fürs Networking waren die Zeiten dazwischen: Communication by walking around - auch zum Nutzen der 27 Aussteller an den Infoständen. Die Kongresshighlights wurden am ersten Abend noch getoppt durch eine vergnügliche Speakersnight mit 1.738 Gästen in der Berliner Philharmonie. Resümee: Berlin war wieder eine Reise wert - man freut sich schon auf den 3. Kommunikationskongress 2006.

### **Seminare compact (5) (39.KW-05)**

01: Die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations veranstaltet am 29./30. Oktober in Frankfurt am Main den **Workshop "Klartext: Schreibtraining für die PR"** mit Dozent Norbert Lambert. Infos: Regina Raab über [www.dapr.de](http://www.dapr.de).

02: ofischer academy, Köln und der Deutsche Führungskräfteverband (VAF VDF) präsentieren die **Deutsche Coaching Studie 2005**: Coaching ist auch in der Zukunft ein wichtiges Thema. Die generelle Bereitschaft der Unternehmen, Coachings über einen längeren Zeitraum durchzuführen, steigt. Im Gegensatz zu Tagesveranstaltungen treten zukünftig langfristige Formate in den Vordergrund.

03: **Wiegand & Wiegand Media Services**, Hamburg haben die Übersicht ihrer Herbst- und Winterseminare 2005 online gestellt. Über Medienimage, Medientraining und Medientreff: [www.wiegandmedia.de](http://www.wiegandmedia.de).

04: Der Berufsverband **DPRG** hat sein **Gütesiegel** an den **PR-Fernstudiengang von com+plus**, Münster vergeben. Mit der Zertifizierung wird festgestellt, dass die Qualitätsmaßstäbe einer zukunftsgerichteten Weiterbildung erfüllt werden. ([www.complus-network.de](http://www.complus-network.de))

05: Das Forum for International Communications und die Münchner Agentur Achelis & Partner organisieren am 14. Oktober einen **Workshop über Internationale Public Relations**. Die Veranstaltung im Münchner Haus der Bayerischen Wirtschaft geht vor allem auf die Länder Europas mit Zentral- und Osteuropa, USA und China ein. Infos: [public.relations@achelis.com](mailto:public.relations@achelis.com).

## Pfeffer & Salz & Senf &&&

---

### **Humor: Beratung und Spesen**

Der mittelständische Unternehmer geht mit seinem Anwalt noch einmal die Abrechnung durch.

"Nichts gegen die Spesen für das Mittagessen", sagt er, "obwohl ich eigentlich dachte, Sie hätten mich eingeladen. Aber was soll denn das hier: Beratung bei Arbeitsessen - 50 Euro?"

"Erinnern Sie sich denn nicht mehr?", entgegnet der Anwalt, "da habe ich Ihnen doch zu den gedünsteten Krevetten in Madeira geraten."

## Rezensionen

---

### **Hubbard: Markenführung von innen nach außen**

Rezension von [Thomas Mavridis](#), PR-Verantwortlicher der Geberit, Lehrbeauftragter für PR an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Der Internen Kommunikation wird sowohl in der Theorie als auch in der Praxis eine große Bedeutung beigemessen. "PR begins at home", stellte Mitte der 1950er Jahre Edward L. Bernays für die Praxis der Öffentlichkeitsarbeit fest. Spätestens seit den Hawthorne-Experimenten von Elton Mayo im Jahre 1930 ist die Interne Kommunikation ein zentraler Untersuchungsgegenstand verschiedener Forschungsrichtungen. Wissenschaftler der Soziologie, Psychologie und Publizistik haben sich bereits eingehend mit verschiedenen Aspekten beschäftigt und eine Vielzahl von Publikationen vorgelegt. Bislang wenig hervorgehoben wurden die internen Aspekte der Markenkommunikation. Monika Hubbard, heute Kommunikationsberaterin in London, promovierte mit diesem Themenkomplex bei Professorin Claudia Mast am Fachgebiet für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim.  
*Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.*

## Internes – aus der Redaktion

---

### **Datenbank PR-Agentur-Register ist fertig - bisher 1.417 Einträge**

Wir wollen nochmals darauf hinweisen, weil es für die Branche ein wichtiger Service ist: unsere Website "neues PR-Portal" (NPRP)/"agenturcafé" ist fertig programmiert und seit dem 14. September online: die **Agenturdatenbank "PR-Register"**. Per Suchformular können nun Agenturen + Berater nach verschiedenen Vorgaben gesucht und gefunden werden. Die vollständigen Datenbankeinträge werden in den nächsten Wochen und Monaten weiter ausgebaut. PR-Agenturen und PR-Berater mit eigener Homepage können sich eintragen lassen

(sofern noch nicht geschehen - 1.417 Einträge sind bisher registriert) bzw. ihren Eintrag korrigieren und ergänzen. Diese von Gerhard A. Pfeffer seit 1996 aufgebaute und gepflegte Datenbank hat ihren USP in der "Beschränkung" auf das Arbeitsfeld Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. Nur so bleibt eine qualifizierte und professionelle Präsentation gewährleistet.  
[Direkt zu den Datenbanken](#) – und den Formularen für Anmeldung und Eintrag.

## PR-Jobs + Karriere

---

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

### **Gesuche**

Die 33 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### **Angebote**

#### **Volontariat/Trainee/Praktikum**

Die 13 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 Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) bei Agentur in Hamburg](#)

Datum Freitag, 23 September 2005

Titel [PR-Redakteur Wirtschaft/Finanzen in Hamburg \(m/w - frei oder in Festanstellung\)](#)

Datum Freitag, 23 September 2005

Titel [Hamburger Agentur sucht Consultant \(w/m\) Markenkommunikation](#)

Datum Freitag, 23 September 2005

Titel [Baufachagentur im Raum Stuttgart sucht PR-Berater/in](#)

Datum Mittwoch, 21 September 2005

Titel [Junior-PR-Berater/in - Marken-PR bei Agentur in Hamburg](#)

Datum Dienstag, 20 September 2005

Titel [Hamburger Agentur sucht PR-Juniorberater /-in](#)

Datum Montag, 19 September 2005

Titel [fischerAppelt in Frankfurt sucht Teamassistenz \(m/w\)](#)

Datum Montag, 19 September 2005

Titel [Pleon in Düsseldorf sucht Senior-BeraterIn Kommunikation/SAP](#)

Datum Freitag, 16 September 2005  
Zugriffe 173

Titel [Junior PR-Berater in Ingolstadt](#)

Datum Mittwoch, 07 September 2005  
Zugriffe 367

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

Datum Mittwoch, 07 September 2005  
Zugriffe 194

Titel [Text100 sucht Account Executive PR](#)

Datum Mittwoch, 07 September 2005  
Zugriffe 426

Titel [Senior PR-Berater \(w/m\) für Brand / Consumer in Hamburg gesucht](#)

Datum Dienstag, 06 September 2005

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

Datum Montag, 05 September 2005

Titel [PR-Senior-Berater\(in\) Healthcare in Wiesbaden](#)

Datum Freitag, 02 September 2005

Titel [Aachener Agentur sucht \(Junior-\)PR-Berater/in](#)

Datum Freitag, 02 September 2005

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

Datum Donnerstag, 11 August 2005

Titel [F&H Porter Novelli sucht PR-Consultant - Elektronik/Semiconductor in München](#)

Datum Montag, 08 August 2005

### ***In Unternehmen***

Titel [DekaBank, Frankfurt sucht Mitarbeiter Presse \(w/m\)](#)

Datum Dienstag, 20 September 2005

Titel [DekaBank sucht Mitarbeiter Medien \(w/m\) für Frankfurt am Main](#)

Datum Dienstag, 20 September 2005

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 26. September 2005 - 22:00 Uhr



Der **Newsletter** wurde an **22.540 Empfänger** versandt.

---

[www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de),  
[www.prportal96.de](http://www.prportal96.de), [www.epikeros.de](http://www.epikeros.de), [www.pr-forum.de](http://www.pr-forum.de),  
[www.pr-agera.de](http://www.pr-agera.de), [www.pr-anzeiger.de](http://www.pr-anzeiger.de), [www.pr-herold.de](http://www.pr-herold.de),  
[www.pr-monitor.de](http://www.pr-monitor.de), [www.pr-nachrichten.de](http://www.pr-nachrichten.de),  
[www.pr-infos.de](http://www.pr-infos.de), [www.pr-marktplatz.de](http://www.pr-marktplatz.de),  
[www.przentrum.de](http://www.przentrum.de).

## Impressum:

Herausgeber + Copyright 2004ff: Gerhard A. Pfeffer

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV) ([pfeffer@neues-prportal.de](mailto:pfeffer@neues-prportal.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg ([reineke@neues-prportal.de](mailto:reineke@neues-prportal.de)); Mathias Scheben, Neuwied; Volker Weber, Friedrichsdorf/Ts..

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

**Korrespondenten + Autoren:** Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Bernd Oliver Bühler, Paris; Michael Bürker, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Oliver Fischer, Köln; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Frank Hupke, Sydney/Australien; Christina Kahlert, München; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Ralf Laumer, Marburg; Thomas Mavrides, Unteruhldingen (Buch-Rezensionen); Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal (Buch-Rezensionen); Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Peter Radunski, Berlin; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn (MediaTenor BranchenMAX); Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; 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-Adressen: [redaktion@pfeffer.de](mailto:redaktion@pfeffer.de),  
[redaktion@neues-prportal.de](mailto:redaktion@neues-prportal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

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