

Pfeffers PR-Newsletter Nr. 40 / 42. Woche 2005

Seite.1 _____

Aktion DbD: Mehrheit bewertet Kampagne positiv

35 Prozent der Deutschen kennen die Kampagne "Du bist Deutschland" kurz nach dem Start - 54 Prozent der erreichten Bundesbürger fühlen sich positiv angesprochen, 23 Prozent gefällt die Aktion nicht - ARD-Programmdirektor Struve: "Initiative kommt mit dem richtigen Thema zur richtigen Zeit" - zahlreiche Unternehmen, Organisationen, Verlage und Sender unterstützen die Initiative - bereits mehr als 4.200 private Unterstützer mit Statement und Foto auf der Website (www.du-bist-deutschland.de).
 Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Schöberl: von Vodafone zu BMW



Das Geraune in der Branchenmedien hat ein Ende, sie melden den erwarteten Wechsel: Maximilian Schöberl (42) wird im kommenden Jahr neuer Leiter der

Konzernkommunikation beim Autobauer BMW. Er wechselt zu Beginn des zweiten Quartals 2006 von seinem jetzigen Arbeitgeber Vodafone D2 nach München. Schöberl, derzeit noch als Direktor Unternehmenskommunikation und Politik bei Vodafone in Düsseldorf unter Vertrag, löst **Richard Gaul** (59) ab, der Ende 2006 in den Ruhestand geht. Schöberls frühere Stationen waren im Management der Kirch-Gruppe und in der Leitung der Presse und PR der CSU-Landesleitung in München.

T-Mobile trennt sich von Berliner PR-Agentur

T-Mobile hat sich nach dem Ärger um eine Robbie-Williams-After-Show-Party von ihrer PR-Agentur getrennt - meldet der Online-Dienst *täglichkress*. Danach feuerte T-Mobile, Bonn laut "Bild" die Agentur Fifteen Minutes, Berlin (eine **gleichnamige** Medienberatungsagentur in Hamburg hat mit dieser Sache **nichts** zu tun!). Die Berliner Agentur wollte Journalisten, die die Aftershow Party besuchten, durch Verträge zwingen, den Namen des Sponsors T-Mobile zu erwähnen. Zeitungen, u.a. "Welt", verzichteten daraufhin auf eine Berichterstattung.
 Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Personalien _____

Schlechtriem leitet T-Online-Kommunikation

Michael Schlechtriem (34) ist seit 1. Oktober neuer Leiter des Bereichs Corporate Communications der T-Online International, berichtet der Branchendienst "sprecherszene". Er berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden des Internetanbieters Rainer Beaujean. Zuvor leitete Schlechtriem den Bereich kommissarisch, nachdem seine Vorgängerin **Jasmine Borhan** zur Jahresmitte zu Bertelsmann wechselte und dort die Leitung der Unternehmenskommunikation übernahm. Schlechtriem ist seit sechs Jahren für T-Online tätig, zuletzt als Leiter der Pressestelle.

Rademacher spricht für Wissensfabrik

Lars Rademacher (33) ist neuer Pressesprecher der "Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland" in Ludwigshafen am Rhein. Der Medienwissenschaftler leitete zuvor die Kommunikation des Science Center phaeno in Wolfsburg, Station davor war die PR-Agentur Giesel Dialog in Isernhagen. Die Wissensfabrik, ein Unternehmenszusammenschluss von BASF,



zum neuen DPRG-NL



Ohne Ticker
fehlt Dir was.



Bosch, Fischer, Follmann, KSB, ThyssenKrupp, TRUMPF, Voith und Wall engagiert sich in Bildungsprojekten und für Existenzgründer. Ziel ist, den Standort Deutschland zukunftsfähiger zu machen und die nächsten Generationen auf den globalen Wettbewerb vorzubereiten. Seit der Gründung Anfang 2005 ist die Zahl der Unternehmensmitglieder bereits auf über zwanzig angewachsen.

Personalien compact (16) (42.KW-05)

01: **Christiane Witek** (25) verstärkt das Beraterteam von Borgmeier Media Communication in Delmenhorst. Sie arbeitete zuvor bei einem mexikanischen TV-Sender und im Stadtmarketing der Stadt Münster.

02: **Katja Krug** (29) arbeitet jetzt als Juniorberaterin im Consumer- und Healthcareteam von Cohn & Wolfe, Frankfurt am Main. Sie arbeitet zuletzt im Beraterteam der Agentur 3K.

03: **Jens Heinen** (39) arbeitet als Kommunikationsberater bei der Frank Elsner Kommunikation in München. Er kommt von der ortsansässigen Roland Berger Unternehmensberatung.

04: **Christina Werthner** (33) wurde Pressesprecherin der Sixt Autovermietung, München. Sie war zuvor in der Kommunikation von Spar Handel.

05: **Anthea Götz** (44) löste **Jens Frey** als Leiterin der Einheit Communications der BASF IT Services in Ludwigshafen ab. Götz kommt von Alcatel, Frey wechselte im Konzern zur Kasseler Wintershall.

06: **Jürgen Schepers** (40) leitet die Abteilung Marketing und Kommunikation des Art Berlin Verlages.

07: **Beth Jones**, ehemalige US-Botschafterin und **Darren Murphy**, früherer britischer Regierungsberater sind neue Berater bei APCO Worldwide, Washington/USA.

08: **Nadja Peikert** (30) PR-Spezialistin für Food & Beverage arbeitet jetzt in der PR-Agentur achtung! kommunikation in Hamburg. Sie kommt von der ortsansässigen Euro RSCG ABC.

09: **Annette Ruhl** wechselte von Pleon Kohtes Klewes in die Kommunikationsabteilung der Basler Securitas Versicherungen In Bad Homburg v.d.H..

10: **Richard Berg** (35) wurde Nachfolger von **Ulrich Körner** und verantwortet nun die Kommunikationsaktivitäten der Pfeleiderer AG in Neumarkt/Opf.

11: **Stefanie Tegethoff** (29) wurde Juniorberaterin bei Straub & Linardatos in Hamburg - sie kommt von ad publica.

12: **Bernd Münchinger** (42) heißt der neue Pressesprecher des Verbandes der Elektrizitätswirtschaft in Baden-Württemberg, Stuttgart - die Betreuung erfolgt von seiner PR-Agentur bm kommunikation aus.

13: **Karen Ehrhardt** (28) ist jetzt als PR-Referentin für den Gabler Verlag und den VS-Verlag für Sozialwissenschaften in Wiesbaden tätig. Sie folgt auf **Sonja Vollmer** (30), die als PR-Leiterin zum Bioland Bundesverband wechselte. Ehrhardt kommt von der R+V Versicherung.

14: **Stefan Heinrich** folgt auf **Ralf C. Kaiser** als PR-Verantwortlicher der Hyundai Motor Europa in Neckarsulm.

15: **Melanie Schmergall** ist neue Pressesprecherin des Bundesverbandes Deutscher Volks- und Raiffeisenbanken in Berlin - sie war zuvor Pressesprecherin der CDU-Frauen-Union.

16: **Peter Mentner** ist als Geschäftsführer von Citigate SEA in Düsseldorf ausgeschieden - Nachfolgerin ist **Sylvia Faber**. Die Agentur wurde im Rahmen der deutschen "Entflechtung" des internationalen Zusammenschlusses von Huntsworth und Incepta nach Frankfurt am Main verlegt und wird (wahrscheinlich an Mediasquare) verkauft.

- Anzeige -

kommunikationsmanager

>kommunikationsmanager

Das Forum für Entscheider

Kommunikationsmanagement ist eine strategische Aufgabe, deren Stellenwert in den Unternehmen stetig steigt. Der >kommunikationsmanager bildet die Leistungsfähigkeit der Profession ab und dokumentiert den vielfältigen Anteil von Kommunikation an der Wertschöpfung.

Das redaktionelle Profil ist dabei von **vier Essentials** geprägt:

- Integrative Perspektive
- Communication Excellence
- Wissenschaft und Praxis
- Internationale Plattform.

Sichern Sie sich Ihr **kostenloses Probeexemplar** unter www.kommunikationsmanager.com. Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter verlag@kommunikationsmanager.com stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

Etats

häberlein & mauerer trägt HUGO

Hugo Boss, Metzingen, vergab den PR-Etat für die Marke HUGO nach einem Pitch an die Agentur häberlein & mauerer. Zuständig für die Kommunikation der Marke in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist ab sofort die Münchener Mode-Unit um Managing Director Uwe Freytag.

1993 wurde die erste HUGO Kollektion präsentiert, die zunächst als reine Menswear-Linie konzipiert war. Wegen des großen Erfolges kam 1998 die Womenswear hinzu. Mittlerweile wird die HUGO Welt durch eine umfassende Kollektion von Schuhen, Accessoires und Bodywear vervollständigt.

Fink & Fuchs PR berät Kabel Deutschland

Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden arbeitet ab sofort bundesweit für Kabel Deutschland, Unterföhring. Der gewonnene PR-Etat umfasst die agenturseitige Kommunikation mit Fach- und Special Interest-Medien sowie regionalen und überregionalen Publikumsmedien zu produktbezogenen Themen.

Carsten Tilger, Leiter Unternehmenskommunikation Kabel Deutschland, "Für uns war es wichtig, eine Agentur zu finden, die sowohl über das technische Verständnis als auch über die nötige Erfahrung verfügt, um diese neuen Angebote auch dem Endkunden nahe zu bringen." Kabel Deutschland hat als Europas größter Kabelnetzbetreiber rund zehn Millionen Kunden, setzt jährlich mehr als eine Milliarde Euro um und beschäftigt rund 2.500 Mitarbeiter in ganz Deutschland.
Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Etats compact (10) (42.KW-05)

01: EWE TEL (Telekommunikationsdienstleister), Oldenburg

an: **denkBAR - PR & Marketing**, Bremen

02: PicoQuandt (optoelektronische F&E), ???

an: **united communications**, Berlin

03: baramundi software, Augsburg

an: **Harvard Public Relations**, München

04: Calibr8 (Software), München

an: **Serviceplan** Agenturgruppe für innovative Kommunikation, München

05: Yakult Deutschland, Neuss

an: **ofischer communication**, Köln

06: Disney Publishing Worldwide (Kinderbuch "Feenstaub oder das Geheimnis von Nimmerland"), New York/USA

an: **Weber Shandwick Deutschland (GPRA)**, Köln

07: Sirona Dental Systems, ???

an: **RTS Rieger Team**, Stuttgart

08: Computer Associates (CA), Islandia/USA
 an: **Storymaker Agentur für Public Relations**,
 Tübingen

09: Wellness- und Familien-Hotel "Rosenhof",
 Mittelberg/Österreich
 an: **Montague & Capulet Public Relations**,
 München

10: Messe München (SYSTEMS), München
 an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller
 Pressepartner)

- 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

Werbemarkt wächst wieder (+ 4,7%)

Laut dem Marktforschungsunternehmen Nielsen Media Research hat sich der Deutsche Werbemarkt weiter erholt. In den ersten neun Monaten seien die Bruttowerbe-Investitionen in den klassischen Medien um rund 600 Millionen Euro auf 13,3 Milliarden Euro geklettert. Ein Plus von 4,7 Prozent zum Vorjahr. Vom zweiten zum dritten Quartal hatte sich die Wachstumsrate auf 6,8 Prozent mehr als verdoppelt.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Trimedia baut europäische Position aus

Huntsworth plc., die Holding von Trimedia, stärkt die Position ihrer Full-Service-Agenturgruppe in Europa. In sechs weiteren europäischen Schlüsselmärkten wird die Marke Trimedia durch die in diesen Märkten bereits sehr erfolgreich

operierenden Citigate-Agenturen neu eingeführt. Die Ausweitung des Trimedia Netzwerkes ist eines der wichtigsten Ergebnisse des strategischen Reviews nach dem Merger der Holdings Incepta und Huntsworth im Frühsommer dieses Jahres. Danach werden die Citigate-Agenturen in Schweden, Spanien, Portugal, Italien, Belgien sowie den Niederlanden von Trimedia International geführt. Nach dem zum Ende des Jahres geplanten Launch wird Trimedia künftig in elf europäischen Ländern vertreten sein. Somit wächst das Netzwerk auf 26 Niederlassungen mit insgesamt 400 Mitarbeitern.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Branche compact (7) (42.KW-05)

01: Die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA), Frankfurt am Main hat die PR-Agentur Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation, Berlin als **31. Mitglied** aufgenommen.

02: **Deutschlands Hochschulen sind noch nicht ausreichend als Marken positioniert.** Dies ergab eine Umfrage der Agenturen **Publicis Public Relations** und Publicis Sasserath Brand Consultancy unter den Kommunikationsverantwortlichen deutscher Hochschulen. Zugleich stehen die Hochschulen in den kommenden Jahren vor der Herausforderung, sich gerade im Hinblick auf die Einführung von Studiengebühren stärker als einzelne Marken zu positionieren. Die als Marke profilierteste Hochschule ist die RWTH Aachen, gefolgt von der TU München und der Universität Heidelberg.

03: Der LPRS - Leipziger Public Relations Studenten e.V. hat das erste **Alumni-Netzwerk für Absolventen des PR-Studiums an der Universität Leipzig** gegründet. "Schon zu Beginn der Recherchen haben wir festgestellt, dass Leipziger PR-Absolventen in fast allen großen Agenturen und Unternehmen zu finden sind" schwärmt Daniel Krolzik, Vorsitzender des LPRS. Bereits jetzt sind über 150 Leipziger PR-Alumni ausfindig gemacht, darunter Mitarbeiter von fischerAppelt, Pleon, Trimedia, Edelman oder Hering Schuppener. Aus der Unternehmenskommunikation sind unter anderem Mitarbeiter von Siemens, KarstadtQuelle und der Deutschen Bank dabei. Das Ziel des Netzwerks: Die Leipziger PR-Absolventen regelmäßig zusammenbringen und den Austausch zwischen

Lehrstuhl, Studenten und den Absolventen zu fördern.

04: **Edelman**, die größte unabhängige PR-Agentur der Welt, hat sich **Richterich & Partner** als exklusiven **Partner in der Schweiz** ausgesucht. Diese agiert seit über sieben Jahren mit einem wachsenden und attraktiven Kundenportfolio im Schweizer PR- und Marketingumfeld.

05: **komm.passion** (Hauptsitz: Düsseldorf) wurde jetzt Mitglied der **Worldcom Group**, dem führenden internationalen Netzwerk unabhängiger Agenturen.

06: Die PR- und Eventagentur **megacult** hat neben ihrem Hauptstandort Köln nun auch ein Büro in **Hamburg** eröffnet. Frank Berlin wird die neue Dependence leiten.

07: Der zweitgrößte deutsche PR-Dienstleister **directnews**, Leipzig **fusioniert** zwei Jahre nach seinem Markteintritt **mit dem europäischen Adhoc- und Pflichtmitteilungs-Spezialisten Hugin**. Ziel ist es, ein paneuropäisches Servicenetz für Finanzkommunikation und PR-Dienstleistungen zu schaffen. Hugin ist der einzige Dienstleister für Finanzmarktkommunikation, der in fast allen relevanten europäischen Märkten vertreten ist. Hugin Kunden werden über 44.000 Journalistenkontakte von directnews in ganz Europa zur Verfügung stehen. Diese werden durch weitere 15.000 Kontakte für Skandinavien aus der Hugin-Datenbank ergänzt. So bieten Hugin und directnews gemeinsam einen erstklassigen Journalistenverteiler für ganz Europa.

Medien

Spiegel, stern, Focus, Bunte - die gewohnte IVW-Reihenfolge

Laut VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger liegen die Auflagen der Publikumszeitschriften nach der neuesten IVW-Erhebung im dritten Quartal dieses Jahres knapp zwei Prozent über den Zahlen des Vorjahres. Damit setzt sich der positive Auflagentrend seit

Beginn des Jahres fort. Die Auflagen der monatlichen Frauenzeitschriften stiegen um 8,4%, vor allem Dank der jüngeren Titel. Doch auch die wöchentlichen Frauenzeitschriften zogen um 5,9% an. Ebenfalls zulegen konnten Sport- und Wirtschaftstitel mit 3,9% bzw. 2,7%. Runter ging's allerdings bei der Motorpresse, den 14-täglichen Frauenheften und den Wissensmagazinen (-0,2%, -0,9% und -2,1%). Bei den aktuellen Zeitschriften liegt der "Spiegel" mit 1.113.078 verkauften Exemplaren vor dem "stern" (1.053.453), "Focus" (790.835) und "Bunte" (784.915). (*täglichkress*)

Medienkonsum steigt auf zehn Stunden täglich

Der Medienkonsum der Deutschen ist weiter angestiegen: Im Jahr 2005 verbringt jeder Bundesbürger im Schnitt insgesamt zehn Stunden täglich mit den Medien, wobei ein Großteil davon aber auf Parallelnutzung zu anderen Aktivitäten entfällt. Im Jahr 2000 waren es knapp achteinhalb Stunden. **Die meiste Zeit widmen die Menschen Radio und Fernsehen:** Im Schnitt hört jeder Erwachsene ab 14 Jahren täglich etwa dreidreiviertel Stunden Radio und sieht ebenso lange fern. Das Internet liegt mit 44 Minuten Nutzungsdauer täglich gleichauf mit dem Hören von Musik über CD/MC oder MP3-Player (45 Minuten täglich). Die Tageszeitung wird täglich 28 Minuten, Bücher 25 Minuten und Zeitschriften zwölf Minuten lang gelesen.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Medien compact (4) (42.KW-05)

01: Der **ZDF-Fernsehrat** spricht sich mit Nachdruck dafür aus, dass für das ZDF Erträge aus Werbung und Sponsoring unter den gegenwärtigen Bedingungen unverzichtbar sind. Das ZDF muss einen **Wandel** von einer klassischen Fernsehanstalt zu einem **öffentlich-rechtlichen digitalen Multimediaunternehmen** vollziehen. Eine umfassende Digital-Strategie, die derzeit entwickelt wird und alle Aspekte von der Technik über die Inhalte bis zur Organisation enthält, soll die Position des ZDF in der digitalen Fernseh Zukunft verbessern helfen. Öffentlich-rechtliches Fernsehen brauche die Möglichkeit, auf allen technischen Plattformen vertreten zu sein, auf denen die Menschen in Zukunft Informationen suchen.

02: Kernaussage des **"Online-Report 2006"**: Der Online-Markt ist doppelt so groß wie bisher

angenommen. Laut CXO (Chip Xonio Online) liegt das Umsatzvolumen, das in Deutschland von Internetportalen durch Werbung und Ecommerce im Consumer-Markt generiert wird, in 2005 bei 1,35 Mrd. Euro. Dabei entfallen 630 Mio Euro (netto) auf Erlöse aus Online-Werbung und 720 Mio Euro auf Umsätze aus B2C-E-Commerce.

03: Eine neue **Imagekampagne** präsentiert die **Duales System Deutschland ("Grüner Punkt")** in Tageszeitungen und Wirtschaftstiteln als modernen Umweltdienstleister. Mit dem Claim "Value for People" erscheinen ab dem 15. Oktober ganzseitige Anzeigen in überregionalen Tageszeitungen sowie in Wirtschaftstiteln. Insgesamt werden bis zum Jahresende vier Motive geschaltet, die unterschiedliche Aspekte bei der Abfallentsorgung beleuchten.

04: Die **Auflagenzahlen der Publikumszeitschriften** sind im 3. Quartal 2005 im Vergleich zum Vorjahr um fast zwei Prozent gestiegen. Das teilte der **VDZ** Verband Deutscher Zeitschriftenverleger am Freitag auf Basis der von den Verlagen an die IVW gemeldeten Auflagen vorab mit. Damit hat sich der seit Anfang des Jahres abzeichnende leicht positive Auflagentrend weiter stabilisiert.

Services + Tipps _____

stern (G+J): Markenprofile 11

Der Anteil der Markenkäufer hat in zwölf von 25 Produktfeldern um mehr als fünf Prozent zugenommen. Gleichzeitig hält der Einkommensdruck an: Der finanzielle Spielraum, also das Geldes, das nach Abzug fixer Lebenshaltungskosten zur freien Verfügung bleibt, sank in den letzten zwei Jahren um gut sieben Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt die von der Zeitschrift Stern durchgeführte Studie 'Markenprofile 11'. Demnach müssen sich zwar viele Konsumenten etwa aufgrund höherer Energiepreise und gestiegener Gesundheitskosten einschränken, dennoch setzen sie stärker auf Qualität als Quantität. *Zur Meldung in [w&v](#) und ausführlichen Infos auf der [stern-Homepage](#) des Gruner+Jahr-Verlages.*

Studie: BMW und Porsche visionärste deutsche Unternehmen

Deutschland ist wieder bereit für Visionen. Drei von vier Befragten einer aktuellen Trendstudie zu den Wachstumstreibern der Wirtschaft glauben, dass es in der deutschen Wirtschaft wieder Zeit für gute Visionen ist. Bisher galt kurzfristiger ökonomischer Erfolg getrieben durch Kostensenkungen und Restrukturierungen als Königsweg, um die Wirtschaft in Fahrt zu bringen. Die Folge: 72 Prozent der Befragten bescheinigen den Unternehmen heute einen Mangel an inspirierenden, weiterführenden Unternehmensleitbildern. Das ist das Ergebnis der Studie "Renaissance der Visionen" der Hamburger Unternehmensberatung fischerAppelt, profiling und des Meinungsforschers BKJ.
Zum kompletten Beitrag auf der [NPRP-Homepage](#).

Service compact (6) (42.KW-05)

01: Das **com+plus-Team, Münster** hat das bislang umfangreichste deutsche PR-Nachschlagewerk herausgegeben. Die Bibliografie repräsentiert den gesamten Umfang an Basis- und aktueller Literatur mit über 3.000 Titeln. **Wichtiger Hinweis:** Alle die nun bis hierher gelesen haben, können eine "**Bibliographie Public Relations**" gewinnen. Schicken Sie eine Mail bis zum 28. Oktober 2005 an: complus@pfeffer.de mit Ihrer Anschrift und dem Wunsch, an der Verlosung teilzunehmen (Ihre Daten werden nur für diesen Zweck verwandt, die Gewinner werden unter den Einsendern - unter Ausschluss des Rechtsweges - ausgelost). com+plus hat uns drei Bücher zur Verlosung zur Verfügung gestellt. Danke an Katja Scheidt.

02: Das neue **Statistische Jahrbuch 2005** ist erschienen - als dickes Buch und auf CD-ROM. Den unermeßlichen Datenschatz kann man für 67 bzw. 84 Euro online bestellen unter: www.destatis.de/shop.

03: Die **Verbraucherpreise** sind im September 2005 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 2,5 Prozent gestiegen - meldet das Statistische Bundesamt, Wiesbaden. Dies ist die höchste Jahressteigerungsrate seit über vier Jahren - vor allem wegen der anhaltenden Energie-Preisverteuerung.

04: Die **DAPR** Deutsche Akademie für Public Relations, Wiesbaden hat nun einen eigenen **Newsletter**. Interessenten können ihn kostenlos bestellen über die Homepage www.dapr.de.

05: Was war los in Politik, Wirtschaft und Kultur vor zehn, zwanzig, hundert Jahren? Welche Ereignisse prägten das Leben der Menschen? Und wo lassen sich Zusammenhänge erkennen?

Retrospect 2006, das aktualisierte und erweiterte Lexikon des 20. und 21.

Jahrhunderts, bietet eine spannende, interaktiv gestaltete Zusammenstellung von detailliertem Faktenwissen und Wirkungszusammenhängen, die direkt durch Querverweise miteinander verlinkt sind. Detailwissen zu Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Technik, Gesellschaft, Sport, Kunst und Kultur schnell und bequem abfragen und dabei die globalen Entwicklungen im Blick behalten: "Auf Knopfdruck" zeigt Retrospect 2006 den geschichtlichen Ablauf und liefert gezielt Fakten aus der ereignisreichen Zeit von 1900 bis heute. RETROSPECT 2006 - Die Enzyklopädie des Jahrhunderts. Preis: 99,99 Euro (168,- SFr) | ISBN: 3-89747-526-X | EAN: 9783897475267.

06: Das Münsteraner PR-Weiterbildungsinstitut **com+plus** bietet Selbstständigen und jungen PR-Agenturen nun auch umfassende Beratungsleistungen und **Potentialanalysen** an. Gemeinsam werden unter anderem Stärken, Schwächen und Risiken analysiert, potentielle Kunden und Zielgruppen definiert sowie auf Basis eines Handlungsplans die Umsetzung von Eigen-PR-Maßnahmen entwickelt. Infos: k.scheidt@complus-network.de.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Kongress

"Mittelstandskommunikation"

Am 3. November 2005 treffen sich in Neuss rund 200 Kommunikationsverantwortliche mittelständischer Unternehmen zum fachlichen Austausch über das, was in der Branche oftmals "Stiefkind" ist: Kommunikation für mittelständische Unternehmen und deren Produkte. Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP), Landesgruppe NRW, diskutiert als Veranstalter, was Werbung, Public Relations und Pressearbeit für den deutschen Mittelstand leisten und wo Chancen und Risiken liegen.

Der Kongress selbst wird vor allem die Chancen und Risiken mittelständischer Kommunikation herausarbeiten. "Es wird die Möglichkeit geboten, sich über alle Facetten der Mittelstandskommunikation zu informieren und auszutauschen", so Initiator Christian Gerhardus. Die Besonderheiten mittelständischer Kommunikation werden in 18 Foren mit über 30 Referenten aus Wirtschaft, Verbänden und Politik diskutiert. Auf www.mittelstandskongress.de können sich Interessierte über den Kongress informieren und anmelden.

Seminare compact (14) (42.KW-05)

01: Das Programm **icommunicate!** der TU München bietet wieder neue **Executive Trainings** an - u.a. Managing and Communicating Innovation. Weitere Infos über Termine, Orte und Themen unter: www.communicate-program.de.

02: Zum Jahresendspurt bietet die **AFK Akademie** Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts. **nach drei Seminaren für PR-Profis** an - u.a. einen Marketing-Crashkurs. Infos: www.afk-online.com.

03: Die **exponet Cologne** 2005 findet vom 8. bis 10. November auf dem Kölner Messegeände statt. Infos: www.exponet.de.

04: Ein PR-**Symposium** zur internen Kommunikation "**Employees First - Wertschöpfung durch interne Kommunikation**" veranstaltet das Berufsregister der Schweizerischen PR-Gesellschaft (BR-**SPRG**) am 10. November im neuen Stade de Suisse - Wankdorf Bern durch. Infos: www.br-sprg.ch.

05: Eine internationale **Fachkonferenz "Where are Girls and Women in Science and Technology?"** findet am 20. und 21. Oktober im Abgeordnetenhaus in Berlin statt. Infos: www.femtec-berlin.de. Femtec - Hochschulkarrierezentrum für Frauen Berlin und Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft.

06: Die **Konrad-Adenauer-Stiftung** bietet noch einige auch für Kommunikationsmensen interessante Seminare an. Die Termine und Themen (z.B. "Märkte im Wettbewerb") bis zum Jahresende gibt es hier: www.kas.de.

07: Am 17. und 18. November veranstaltet die Deutsche Presseakademie (**depak**) die **Fachtagung "Krisen-PR"**. Krisenerprobte Experten aus verschiedenen Unternehmen und Branchen diskutieren im Hotel Adlon in Berlin, wie Unternehmen in Krisenzeiten effizient kommunizieren können. Zu den Referenten zählen unter anderem Mario Köpers (TUI), Udo Freialdenhofen (Toll Collect) und Thomas Mickleit (Volkswagen). Infos: www.depak.de.

08: Kasparov, Greenberg und Heye zu Gast beim **Politikkongress am 30. November im Hotel "Adlon" in Berlin** – Größte Zusammenkunft von Kampagnenexperten nach der Bundestagswahl. Der ehemalige Schachweltmeister Garry Kasparov spricht auf dem Politikkongress am 30. November in Berlin über die Bedeutung internationaler Kampagnenführung für ein demokratisches Russland. Kasparov, der die Gründung einer neuen liberalen russischen Partei angekündigt hat, zeigt, wie politische Kommunikatoren strategisches Denken für ihre Ziele nutzen können. Infos: www.politikkongress.de.

09: Mit 19 TeilnehmerInnen ist der erste **Österreich-Kurs** des deutschen Fernstudienanbieters **PR+plus** in Krems gestartet. In Zusammenarbeit mit der dortigen Donau-Universität werden die Studenten in drei Semestern berufs begleitend zur akademischen PR Fachfrau bzw. zum akademischen PR-Fachmann ausgebildet. Infos: www.prplus.de.

10: Die **Zeitschriftenakademie ZAK** des **VDZ** in Berlin bietet drei interessante Seminare an: Die Ideenmacher, Das Interview und Kaufberatung im Internet. Infos über Termine und Orte hier: b.heiroth@vdz.de.

11: Das **Malik Management Zentrum St. Gallen/Schweiz** lädt am 10. November zur Tagung "Mit der richtigen Strategie sicher in die Zukunft" ein. An diesem Tag wird Top-Führungskräften aller Branchen vermittelt, worauf es in der heutigen Zeit strategische Führung wirklich ankommt und wie man klassischen Denkfallen ausweicht. Infos: seminare@malik-mzsg.ch.

12: In **Kooperation** mit den örtlichen **Arbeitsagenturen Marburg und Gießen** bietet die Deutsche Akademie für Public Relations (**DAPR**) Studentinnen und Studenten einen

ersten Einblick in das vielfältige Berufsfeld der Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und ihre Arbeitsbereiche. Termine: Veranstaltungsort: Marburg: 24. und 25. November 2005; Veranstaltungsort Gießen : 13. und 14. Februar 2006. Infos: raab@dapr.de.

13: Ein **neuentwickeltes Seminarangebot für Führungskräfte**, das zum besseren Verständnis zwischen Managern und Journalisten beitragen soll, gibt es hier: Es heisst "**Talk&Training**". Die Coachingagentur **Wiegand & Wiegand** richtet dieses ungewöhnlich konzipierte Seminar erstmals am 1. + 2. Dezember in Hamburg aus. Infos: www.wiegandmedia.de.

14: Die **DAA der DAG** (Deutsche Angestellten-Akademie) veranstaltet am 15. + 16. Oktober in Frankfurt am Main den **Workshop "Schreiben für die Presse"**. Infos bei der Kursleiterin Bärbel Döhning info@dpr-online.de.

Rezensionen

Weischenberg,...: Handbuch Journalismus und Medien

Rezension von Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main

120 Artikel sind eine Menge, und dies substantiell zu füllen scheint auf den ersten Blick nicht leicht. Die Autoren haben genau dies geschafft. Fast alles in ersichtlicher Gediegenheit. Alle Artikel sind verdaulich, allerdings mit teils mäßig scheinender Literatur versehen (meist die von den Autoren der Artikel). Ein solides Werk. Ausreißer gibt es nur dort, wo der Inhalt den Kanon des üblichen Medienverständnisses verlässt, der durch Journalisten geprägt ist, die über Journalismus schreiben. Etwa, wenn nach historischen Quellen des Ganzen gesucht wird (z. B. "Rhetorik"). Und auch hier ist vornehmlich von schriftlichen und klassischen journalistischen Medien die Rede. Alle Aspekte der Mediengesellschaft, wie der Verlag ankündigt wird auch dieses Werk nicht schaffen, muss es auch nicht, aber die wichtigsten.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

Handbuch Kommunikationsmanagement_____

Sponsoring als Kommunikationsinstrument

Das Kommunikationsinstrument Sponsoring hat sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden Bestandteil der Kommunikationsstrategie vieler Unternehmen entwickelt und ist aus dem Kommunikationsmix häufig nicht mehr wegzudenken. Gleichzeitig ist die anfängliche Sponsoring-Euphorie jedoch verblasst, und ausgefallene Events reichen zur Rechtfertigung der Sponsoringaktivitäten nicht mehr aus. Zunehmend sind Marketing- bzw. Kommunikationsverantwortliche herausgefordert, ihre Sponsoringaktivitäten systematisch zu planen.

Die Planung des Sponsorings sollte sich dabei an einem Planungsprozess orientieren, der mit einer systematischen Analyse der internen und externen Unternehmenssituation beginnt, die Ziele und Zielgruppen eines Sponsoringengagements festlegt und darauf aufbauend die Sponsoringstrategie fixiert. Letztlich zielt eine professionelle Sponsoringplanung darauf ab, die Voraussetzungen für die effektive und effiziente Entwicklung und Umsetzung konkreter Sponsorships zu schaffen.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage.

PR-Jobs + Karriere_____

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

Gesuche

Die 21 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [Pleon sucht Junior Projekt Manager \(m/w\)](#)

Datum Freitag, 14 Oktober 2005

Titel [Mitarbeiter Sales / Kundenberatung für PR-Dienstleistungen in Leipzig](#)

Datum Freitag, 14 Oktober 2005

Titel [Kohl PR & Partner sucht Berater mit Textkompetenz](#)

Datum Freitag, 14 Oktober 2005

Titel [CP/COMPARTNER in Essen sucht PR-Berater/in](#)

Datum Mittwoch, 12 Oktober 2005

Titel [Roth & Lorenz sucht ProjektleiterIn PR](#)

Datum Dienstag, 11 Oktober 2005

Titel [Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)

Datum Montag, 10 Oktober 2005

Titel [Textklinik Düsseldorf sucht Account-Manager](#)

Datum Samstag, 08 Oktober 2005

Titel [Textklinik sucht Lektor mit spanischer Sprachkompetenz](#)

Datum Samstag, 08 Oktober 2005

Titel [Textklinik sucht Lektor mit hervorragender Sprachkompetenz](#)

Datum Samstag, 08 Oktober 2005

Titel [Text 100 sucht Account Executive PR](#)

Datum Samstag, 08 Oktober 2005

Titel [Agentur in Hannover sucht PR-Redakteur \(m/w\) mit Faible für Technik](#)

Datum Montag, 03 Oktober 2005

Titel [PPrint, München sucht PR-Director\(in\)](#)

Datum Donnerstag, 29 September 2005

Titel [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)

Datum Mittwoch, 28 September 2005

Titel [cayenne Düsseldorf sucht PR-Berater/-in](#)

Datum Dienstag, 27 September 2005

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 Teamassistentz \(m/w\)](#)

Datum Montag, 19 September 2005

In Unternehmen

Titel [cargoclix sucht freien PR-Berater bundesweit](#)

Datum Freitag, 07 Oktober 2005

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, 17. Oktober 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **22.550 Empfänger** versandt.

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); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@neues-prportal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedrichsdorf/Ts..

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

Korrespondenten + Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich; 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, Atarmon/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; Jörg Pfannenber, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter Radunski, Berlin; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

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,
redaktion@neues-prportal.de, gerhard@pfeffer.de

URL-Adressen: www.neues-prportal.de, www.nprp.de,
www.agenturcafe.de, www.pr-journal.de,
www.prportal96.de, www.epikeros.de, www.pr-forum.de,
www.pr-agera.de, www.pr-anzeiger.de,
www.pr-herold.de, www.pr-monitor.de, www.pr-nachrichten.de,
www.pr-infos.de, www.pr-marktplatz.de, www.przentrum.de.

Medien in Deutschland

Auf viele Fragen ... Welche Anzeigenblätter erscheinen im Rhein-Sieg-Kreis? Wer sind die RessortleiterInnen „Außenpolitik“ bei den regionalen Tageszeitungen? Wie viele Ärzte-Zeitschriften haben über 100.000 Auflage? Welche Lokalredaktionen gibt es bei Hörfunk und TV in Nordrhein-Westfalen? Wer schreibt bei Frauenzeitschriften über Gesundheit und Medizin? Was kostet eine Anzeige bei den führenden Titeln der Motorpresse? Wie viele Wirtschaftsmagazine erscheinen in Deutschland? **gibt es eine Antwort:** Deutschlands umfangreichste Medientatenbank mit über 20.000 Medien, rund 250 Themengebieten und mehr als 100.000 Adressen: **STAMM Impressum.** Redaktionsdaten; Verlag und Verlagsleiter; Anzeigenabteilung, Auflagen und Tarife; individuelle Anpassung und Eingabe eigener Ansprechpartner; Verbreitungsgebiete regionaler Medien selektierbar; E-Mail-Versand oder Word-Serienbriefe auf Knopfdruck ...

