

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 42 / 44. Woche 2005

Seite.1 _____

Umfrage: Nutzung elektronischer Medien

Im beruflichen Alltag oder in der Freizeit, geschäftlich oder privat: die elektronischen Informations- und Kommunikationsmedien sind Bestandteil unseres täglichen Lebens. Die Kommunikationsexperten - auch in der PR - sind davon in besonderem Maße betroffen. Internet, Intranet, E-Mail, elektronische Newsletter und neuerdings auch Blogs nehmen Einfluss auf Information, Führung, Kontrolle, Teamarbeit, Wissens-Management und selbst auf die zwischenmenschliche Kommunikation in den Unternehmen ebenso wie in den Beziehungen von Kunden und Dienstleistern.

Zum kompletten Artikel auf der NPRRP-Homepage.

GPRA – das Qualitätssiegel für Public Relations



von Dietrich Schulze van Loon,
Hamburg

Public Relations (PR) ist ein Wachstumsmarkt – und das nicht erst in letzter Zeit. Unternehmen, Verbände, Organisationen und die Politik – alle suchen die Öffentlichkeit, um ihre Botschaften zu verbreiten. Bei den Unternehmen ist es nicht nur der Markt oder das Ansehen, das sie bei Kunden oder Lieferanten genießen und sie dazu treibt, sich mit Hilfe von PR eine klare Identität und damit ein positives Image zu geben. Vielmehr weckt ein Unternehmen, das in der Anonymität verharrt, sich der Allgemeinheit nicht öffnen will, weder Vertrauen noch Sympathie. So kann es kaum gelingen, marktrelevante

Informationen zu kommunizieren, sich an den Kapitalmärkten bekannt zu machen, geschweige denn in der Öffentlichkeit positive Emotionen auszulösen.

Weitere "Stichworte": Im Visier einer zunehmend kritischen Öffentlichkeit - Öffentlichkeitsarbeit für die Politik - 1.200 Mitarbeiter in GPRA-Agenturen - Qualität heißt zuallererst Verlässlichkeit - Risiken der Kommunikation - Talente ausmachen und qualifizieren - Die Ungereimtheiten der Künstlersozialkasse - Wie der Wert der Kommunikation ermittelt wird.

Den kompletten Beitrag können Sie

 [hier als PDF herunterladen \(287.04 KB\)](#).

PRVA-Kampagne: PR kann mehr

Langfristige Kampagne des PRVA zeigt Bandbreite der Public Relations

Mit einer breit angelegten Branchenkampagne möchten die österreichischen PR-Fachleute das Wissen über ihren Berufsstand verbreiten. Laut einer Umfrage des Instituts für Grundlagenforschung nimmt die Hälfte aller österreichischen EntscheidungsträgerInnen für wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Angelegenheiten aus dem breiten Spektrum der Kommunikationsdienstleistungen nur die Medienarbeit wahr. Das soll sich jetzt ändern. Träger der Kampagne mit dem Titel "PR kann mehr" sind der Public Relations Verband Austria (PRVA) sowie die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer. Die Kampagne startet in der 43. Woche.

Zum kompletten Artikel auf der NPRRP-Homepage.

Umfrage: Websites stärken Vertrieb und Marketing

Firmenwebsites mittelständischer Unternehmen haben einen positiven Einfluss auf Umsatzentwicklung, Marketing und Kundenkommunikation. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage des Internet-Providers 1&1 Internet unter kleinen und mittelständischen Unternehmen. Demnach stufen 96,1 Prozent der befragten deutschen Unternehmen den Beitrag



ihrer Website als positiv ein. Knapp ein Drittel gaben an, in den letzten zwölf Monaten mit Hilfe des eigenen Internet-Auftritts über 20 Prozent der Umsätze erzielt zu haben. Mehr als 70 Prozent haben gute Erfahrungen bei der Ansprache und Gewinnung neuer Kunden via Web gemacht. Die Umfrage wurde unter mehr als 50.000 Nutzern von professionellen Web-Hosting-Produkten in den USA, Großbritannien und Deutschland durchgeführt. (*w&v werben & verkaufen*)

Personalien

Kerstin Flötner übernahm Bitburger-Unternehmenskommunikation



Kerstin Flötner (41) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation für die Bitburger Brauereigruppe in Bitburg/Eifel übernommen. Dazu gehören neben Bitburger und dem Markenbereich Bit auch die Marken

Köstritzer, Wernesgrüner, Licher und König Pilsener. Als Unternehmenssprecherin ist sie für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens verantwortlich. Außerdem verantwortet sie die interne und die Markenkommunikation. Flötner war zuvor elf Jahre lang für Hewlett-Packard EMEA in der Marketingkommunikation tätig.

Personalien compact (9) (44.KW-05)

01: **Daniela Lange** (31) arbeitet jetzt als Consultant bei Stach's Kommunikation & Management in Frankfurt am Main.

02: **Simone Ohlig** (DAPR) (33) hat die Leitung der PR- und Unternehmenskommunikation beim ifb Institut zur Fortbildung von Betriebsräten in Seehausen am Staffelsee übernommen.

03: **Michael Zirpel** wechselte vom Bundesverkehrsministerium (Sprecher der Minister Kurt Bodewig und Manfred Stolpe) als Bereichsleiter Mobilität zur Deutschen Energie-Agentur (dena) in Berlin.

04: Swarovski Deutschland wurden bisher in Sachen PR und Kommunikation von Berndt & Berndt, München, betreut. Der Vertrag mit der Agentur läuft Ende Oktober aus. Danach übernimmt PR- und Communications-Managerin **Nicole Koropp** in der deutschen Swarovski-Niederlassung in Kaufbeuren die PR-/Kommunikationsarbeit.

05: **Andreas Gerdau** ist jetzt (neben seiner Agenturtätigkeit für Berger+Gerdau+Boy) Ansprechpartner für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Anbieter von Telekommunikation- und Mehrwertdiensten (VATM), Köln. Vorgängerin **Eva-Maria Ritter** befindet sich im Mutterschutz.

06: **Marion Sommerwerck** (42) leitet die Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Messe in Hannover. Sie kommt von der Unternehmensberatung A.T.Kearney.

07: **Jennifer Bader** (29) arbeitet jetzt als Referentin in der Unternehmenskommunikation von Telegate in München. Sie war zuvor Pressesprecherin bei der MFG Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg in Stuttgart.

08: **Andrea Küpper** unterstützt als Consultant das Food & Beverage-Team bei F&H Porter Novelli in München. Sie kommt von der ortsansässigen Agentur Ketchum. Ebenfalls neu im Team ist **Julia Nagl**.

09: Die PR-Agentur Dr. Dorothea Menedetter PR in Wien wird nach dem Tod der Gründerin nun von **Brigitte Mühlbauer** und **Christian Lenhardt** weitergeführt.

- 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

Ketchum kommuniziert für Starbucks

Seit drei Jahren ist das internationale Coffee House Unternehmen Starbucks auch auf dem deutschen Markt vertreten – aktuell sind es bereits 46 Stores in 18 Städten, die in besonderer Atmosphäre Kaffeespezialitäten anbieten. Seit Juli 2005 ist Ketchum die betreuende PR-Agentur und begleitet die erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens. Dabei reicht die Aufgabenstellung von der Marken- und Unternehmens- bis hin zur Produktkommunikation. Starbucks-Eröffnungen stehen genauso wie die Kommunikation rund um die Kaffeespezialitäten und die Gästekommunikation im Mittelpunkt.

Etats compact (18) (44.KW-05)

01: Samuel Braun Group-Hotels, Berlin
an: **häberlein & mauerer** agentur für public relations, München (Büro Berlin)

02: CVS Ingenieurgesellschaft, Bremen + Novum Märkte, Bielefeld + KTAG Rechtsanwälte, Bremen
an: **Borgmeier Media Communication**, Delmenhorst (Büro Lilienthal)

03: Mercator School of Management, Duisburg (Uni Duisburg-Essen)
an: **Agentur+Leven+Hermann**, Köln

04: MUJI Mujirushi Ryohin/Japanischer Lifestyle-Store, Düsseldorf
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

05: Ferienhausspezialist Cuendet, Monteriggioni/Italien
an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg

06: Internet-Autohaus PKW.DE, Berlin
an: **Zamcom**, Kommunikationsagentur, Köln

07: CDV Software Entertainment, Karlsruhe
an: **Borgmeier Media Communication**, Hamburg

08: Softwareverlag dtp., Hamburg
an: **Marchsreiter Communications**, München

09: Robert Bosch (Bereich Power Tools), Stuttgart
an: **häberlein & mauerer** agentur für public relations, München

10: Forest Finance, Bonn
an: **Laub & Partner**, Hamburg

11: Comtrade IT-Leasing, Köln
an: **BrunoMedia Communication**, Köln

12: Logitech Deutschland, Germering
an: **F&H Porter Novelli**, München

13: Energiebau Solarstromsysteme, Köln
an: **Scheben Scheurer & Partner** Agentur für Kommunikation, Hürth bei Köln

14: Huettemann-Gruppe, Duisburg + Albis Capital, München
an: **ad hoc PR-Agentur**, Gütersloh

15: Anthony Tesselaar International (Gartenbau-Marketingunternehmen), Silvan/Australien
an: **Ann-Christin Zilling Unternehmenskommunikation**, Hamburg

16: Kölner Galerien
an: **Büro DC**, Köln

17: Armor Holdings (Centigon) + Domestic & General (Versicherung) + Coast Asset Management
an: **Public Relations Partners**, Kronberg/Ts.

18: Modelabel "Marc Cain" + Jägermeister ("Miss Arschgeweih gesucht") + Procter & Gamble (Wick "Red Energy")
an: **Schröder+Schömb's PR**, Berlin

- 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

Branche compact (6) (44.KW-05)

01: Das Beratungsunternehmen Booz Allen Hamilton geht von einem jährlichen Wachstum des deutschen **Gesamtwerbemarktes** in Höhe von rund 2,3 Prozent bis 2008 aus.

02: Am 18. November ist **Einsendeschluss für den "PR Report Award 2006"**. Die Awards werden von führenden Unternehmen aus allen Teilen der PR-Wirtschaft unterstützt. Es gibt 22 Kategorien. Unterlagen und Infos bei katja.marquard@haymarket.de.

03: Die **Schmittgall** Werbeagentur GWA, Stuttgart erweitert ihr Dienstleistungsangebot um eine **PR-Tochterfirma**. Die neue Division wird von Arno Wilhelm geleitet, der von Pleon Healthcare in München kommt.

04: Die Kommunikationsagentur **komm.passion**, Düsseldorf schließt sich einem weiteren internationalen Agenturnetz an: sie wird Partner von **GlobalFluency**. Dies dient vor allem dem Engagement im IT- und High-Tech-Bereich.

05: UMPR **Ute Middelman Public Relations**, Hamburg hat ihre Homepage www.umpr.de komplett in Struktur und Design überarbeitet.

06: **Nun startet auch die "Land der Ideen"-Tour**. Vom 1. November bis 31. Dezember 2005 wird die Initiative "Deutschland - Land der Ideen" in den zwölf Austragungsorten der Fußball-WM 2006 unterwegs sein. Dies gab jetzt Mike de Vries, Geschäftsführer der FC Deutschland GmbH in Berlin bekannt. Der FanClub

Deutschland würde inzwischen weit über 20.000 Mitglieder zählen.

Medien

Medienbranche wieder auf Wachstumskurs

Die Medienbranche befindet sich wieder auf Wachstumskurs. Nach erfolgreicher Konsolidierung investieren die Medienunternehmen zunehmend in neue Geschäftsmodelle und Produktideen. Dabei wird die Vielzahl neuer Übertragungswege die Medienlandschaft verändern und den Mehrwert der Medien fördern. Vor allem die Interaktivität und Mobilität der Medien ermöglichen neue Angebote und die Erschließung neuer Erlösquellen. Die Medienunternehmen müssen aber auch wieder stärker in Kreativität und Qualitätsjournalismus investieren sowie den demographischen Wandel in Programm und Werbung stärker beachten. *Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.*

Studie: Werbung, Medien- und Unterhaltungsindustrie im Plus

Die deutsche **Medien- und Unterhaltungsindustrie** ist nach neuen Untersuchungen wieder auf dem Weg nach oben. Nach einer längeren Flaute sei für die Jahre 2005 bis 2009 in der Branche ein durchschnittliches jährliches Umsatzwachstum von gut vier Prozent auf 68 Milliarden Euro zu erwarten, heißt es in einer am 26. Oktober bei den Münchner Medientagen vorgelegten Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PriceWaterhouseCoopers (PwC).

Die Verlage rechnen bei Anzeigen und Vertrieb in absehbarer Zeit nicht mit einer Erholung, ergab eine Umfrage des Verbands Deutscher **Zeitschriftenverleger** (VDZ). Vor allem bei kleineren Verlagen hätten die Umsatzrückgänge im Kerngeschäft in den vergangenen Jahren Spuren hinterlassen. Die Verlage wollen daher verstärkt auf den Bereich der Neuen Medien setzen.

Optimistisch für die Entwicklung der **Werbemärkte** ist Booz Allen Hamilton in einer neuen Studie. Bis

2008 werde der Gesamtwerbemarkt voraussichtlich um rund 2,3 Prozent pro Jahr wachsen. Dabei müssten die Medien aber neue Werbeformate entwickeln. "Zuschauer verweigern sich zunehmend traditionellen Werbeformen wie TV- und Hörfunkspots, Printanzeigen und Bannern."

Medien compact (6) (44.KW-05)

01: Die **verkaufte Auflage aller Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen** in Deutschland betrug pro Erscheinungstag im dritten Quartal 2005 insgesamt 27,45 Millionen Exemplare. Sie blieb damit um rund eine halbe Million Exemplare oder 1,8 Prozent unter dem Vorjahreszeitraum. Dies meldet die Frankfurter Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) auf Basis der jüngsten IVW-Zahlen.

02: Die **Musikindustrie** in Deutschland hat bis Ende September dieses Jahres 4,8 Prozent weniger Umsatz gemacht als im Vergleichszeitraum 2005. Speziell das Geschäft mit Musik-DVDs fiel enttäuschend aus.

03: Der **internationale Weblog-Award 2005 der Deutschen Welle** fand eine starke Resonanz: 2.500 Vorschläge aus aller Welt wurden in neun Sprachen eingereicht. Neben einer Jury können auch die User online abstimmen: www.thebobs.com. Am 21. November werden die Gewinner bekannt gegeben.

04: **VNU weitet seine Kooperation** mit dem Blog-Anbieter Six Apart aus. Ab sofort können die Leser der Fachzeitschriften PC Professionell und Internet Professionell auf der Online-Plattform des weltweit führenden Medien- und Informationsunternehmens VNU eigene Weblogs einrichten. **VNU entwickelt das Blog-Pilotprojekt IT Frontal weiter**. Heute startet das Medien- und Informationsunternehmen seine ersten fünf IT Frontal Experten-Blogs. Darin schreiben ausgewiesene Spezialisten über die Themen Web 2.0, IT-Management, eMarketing, IT Recht und IT Museum. VNUnet Blogs im Überblick: www.vnunet.de/blogs.

05: Die **IVW-Zahlen für das 3. Quartal 2005 für die Fachzeitschriften** liegen vor. Hier die Angaben für die bei IVW gemeldeten Titel der PR-Branche (die von Helios-Media, Berlin fehlen (noch)): (in Klammer die Zahlen des Vorquartals) **PR Report**: Druckauflage - 6.940 (6.933); verbreitete Auflage - 6.429 (6.340); frei verteilte

Auflage - 5.544 (5.458); verkaufte Auflage - 885 (882); Abo-Auflage - 864 (861).

prmagazin: Druckauflage - 7.785 (8.916); verbreitete Auflage - 6.474 (7.800); frei verteilte Auflage - 3.927 (5.282); verkaufte Auflage - 2.549 (2.518); Abo-Auflage - 1.943 (1.905).

06: Beim **Aufbau einer Breitbandstruktur** ist **Deutschland** im europäischen Vergleich ein Entwicklungsland. Der verstärkte Wettbewerb durch Mobilfunk und den DSL-Standard hat jedoch in diesem Jahr das Tempo beschleunigt, wie eine bei den Medientagen München 2005 vorgestellte Studie der Mercer Management Consulting nahe legt. Am **Jahresende 2004** hatten 6,9 Millionen deutsche Haushalte einen breitbandigen Zugang zum Internet. Dies bedeutet eine **Anschlussquote von 18 Prozent**. Zum Vergleich: Der europäische Durchschnitt liegt bei 24 Prozent, in den Niederlanden sind 45 Prozent der Haushalt mit Hochgeschwindigkeit an das Datennetz angeschlossen. Nach einer Hochrechnung der Münchner Unternehmensberatung Mercer wurde die deutsche Haushaltspenetration 2005 um 16 Prozent auf acht Millionen erhöht. **Bis 2010 sollen 44 Prozent der Haushalte breitbandfähig sein**.

Services + Tipps

Observer: mehr als eine Million Journalistenkontakte

Um Kunden der Mediendatenbank "MediaDisk Professional" noch mehr internationale Kontaktdaten zu bieten, hat die Observer Group in weiteren 18 Ländern Exklusivverträge mit Dienstleistern für Medienadressen geschlossen. Damit wird sich bis Ende 2005 die Zahl der verfügbaren Medien auf 227 Tausend und die der Journalistenkontakte auf über eine Million erhöhen. *Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.*

Service compact (7) (44.KW-05)

01: Die Realität des Statistischen Bundesamtes: Die **tariflichen Einkommen** in Deutschland liegen nur um 1,0 Prozent über dem Vorjahr - der langsamste Anstieg in einem Jahrzehnt. Besonders ärgerlich: Der Minianstieg wird von der **Inflation**

(Verbraucherpreis-Steigerung: + 2,4 %) voll und ganz aufgeessen.

02: Es gibt aber auch erfreuliche Konjunkturdaten. Das Ifo-Institut München meldet einen überraschend starken Anstieg des **Ifo-Geschäftsklima-Indexes** von 96,0 auf 98,7 Punkte im September. Und auch dem **Konsumklima-Index**, von der GfK in Nürnberg ermittelt, wurde für den November ein Anstieg von 3,1 auf 3,4 Punkte vorausgesagt.

03: Die **blaue Medien-CD** des Essener Stamm-Verlages ist neu erschienen. Im "**Stamm 2005**" sind jetzt über 28.000 periodische Medien mit mehr als 130.000 Adresskontakten und mit allen wichtigen Angaben zum Medium, zu Redaktion und den Tarifen verzeichnet. Die Medien-CD wurde inhaltlich und optisch überarbeitet und für WinXP und MacOSX überarbeitet und ermöglicht eine schneller Selektion. Infos: www.stamm.de. Der Stamm-Verlag liefert seit 1948 als einziger Serviceanbieter Medienverzeichnisse **mit allen** in Deutschland erscheinenden Print-, Rundfunk- und Online-Medien.

04: Nahezu ein Drittel des **Einzelhandelsumsatzes** wird mittlerweile **bargeldlos** abgewickelt. Gut die Hälfte davon macht das ec-Lastschriftverfahren aus, 25 Prozent ec-Cash und Kreditkarten rund 16 Prozent.

05: Jeder Deutsche legt **monatlich 160 Euro "auf die hohe Kante"** (durchschnittlich). In der ersten Hälfte 2005 kam so die Summe von 78,6 Milliarden Euro zusammen (2004: ca. 75 Mrd. €). Die Sparquote stieg auf 10,4 Prozent - Anfang der neunziger Jahre lag sie noch bei zwölf Prozent. (*Statistisches Bundesamt*)

06: **Faktum Heidelberg** hat zur Anwendung in der Public Relations einen qualitativen **Kommunikationsmonitor** als Früherkennungssystem und Themanlabor entwickelt (welche Botschaft interessiert, welche Information überzeugt?). Hier gibts Infos: m.fass@faktum-kommunikation.de,

07: Der Münchener Markenhändler Semion hat die **wertvollsten deutschen Marken** ermittelt: Wie im Vorjahr ist DaimlerChrysler - wenn auch mikit neun Prozent "Wertverlust" auf 30,3 Milliarden Euro. Die Automarke Mercedes bleibt zweiter vor BASF, der Deutschen Post und Bayer. VW dagegen verschlechterte sich vom

Vorjahresrang vier auf Platz sechs und ist "nur" noch 16,2 Milliarden Euro wert.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Training: Erfolg verlangt souveränen Auftritt

Für Werbe-, PR- und Eventagenturen bietet die cmi Kommunikation und Medien, Berlin, am 28. November ein Präsentations- und Rhetorik-Training in Berlin an. Der kameragestützte, ganztägige Workshop wendet sich insbesondere an Geschäftsführer/innen, Team- und Projektleiter/innen von Agenturen, die im Akquisitionskontakt mit Unternehmen, Ministerien und Verbänden erfolgreich sein wollen. Trainer ist Wolf-Dietrich Groß.

Schwerpunkte des ganztägigen Trainings sind Dialogstärke und Überzeugungskraft, Akquisitions-Rhetorik sowie der Umgang mit dem eigenen Stress. Dabei geht es nicht um das kleine Schauspiel-Einmaleins, sondern um die Stärkung der individuellen Persönlichkeit. Souveränität und Glaubwürdigkeit entstehen vor allem durch Präsenz und uneingeschränkte Orientierung hin zum Zuhörer. Nicht Technik prägt die Präsentation; sie wird zum Tool, nicht zum Wegweiser. Infos + Kontakt:

www.cmi-berlin.de.

Das komplette Trainings- und Workshopangebot von Wolf-Dietrich Groß kann

 [hier als PDF herunter geladen werden \(61.40 KB\)](#)

depak-Absolventen mit Bestnoten

19 angehende PR-Berater und PR-Manager haben jetzt ihr berufsbegleitendes Abendstudium "PR/Öffentlichkeitsarbeit" erfolgreich abgeschlossen. Zwölf Monate haben sie am Kurs der Deutschen Presseakademie (depak) in Berlin teilgenommen. Sie bestanden ihre Prüfung vor der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Drei Kandidaten erreichten in beiden Teilen ihrer mündlichen Prüfung eine 1,0.

"Wir freuen uns mit den Absolventen", sagt Akademieleiter Lars Dörfel. Zugleich zeigten die guten Abschlüsse, wie erfolgreich die depak auf die Prüfung vorbereite: "Eine solide Ausbildung ist wichtig, um bestmögliche Chancen am Arbeitsmarkt zu haben." Besonderen Wert legt die depak daher auf die praxisnahe Ausbildung.

Die Deutsche Presseakademie bietet die zwölfmonatige, berufsbegleitende Ausbildung sowohl im Abend- als auch im Fernstudium an. Zurzeit bereitet die depak über 100 weitere Studierende auf die Prüfung der DAPR vor: 51 Abendstudenten und 53 Fernstudenten.

Die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations, Wiesbaden (ältestes Prüfungsinstitut der PR-Branche) hat seit ihrer Gründung bis 31. Oktober 3.581 Prüfungen erfolgreich abgenommen.

Seminare compact (8) (44.KW-05)

01: Die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations, Wiesbaden bietet am 19. November in Frankfurt am Main den **Workshop "Buch- und Verlags-PR"** mit Ralf Laumer an. Infos: raab@dapr.de.

02: Die Deutsche Public-Relations-Gesellschaft (DPRG) bietet mit ihrer **Landesgruppe Bayern** als erster Verband im Bereich PR/Öffentlichkeitsarbeit ein **Mentoring-Programm** für angehende PR-Profis an. Das zuständige Organisationsteam der DPRG-Landesgruppe Bayern stellt das Programm am 9. November der Öffentlichkeit vor: Bereits ab Anfang 2006 sollen in ganz Bayern so genannte Mentoring-Tandems aktiv sein. In den festen Zweiergespannen werden ambitionierte Nachwuchskräfte von erfahrenen Kollegen im Rahmen eines gesteuerten Mentoring-Prozesses unterstützt und beraten. **Weitere Informationen** für potenzielle Mentees und Mentoren sowie die Fragebögen gibt es ab sofort bei Sebastian Frei: mail@sebastianfrei.de.

03: Die **private Hochschule UMC Potsdam - University of Management and Communication, Potsdam** hat die staatliche Anerkennung erhalten (*Glückwunsch an den Gründungspräsidenten Eberhard Knödler-Bunte (60), der damit einen langen, schwierigen Weg erfolgreich abschließen konnte - am 4. November gibts die offizielle Gründungsfeier*). Im Januar 2005 starten die staatlich anerkannten,

freijährigen B.A.-Studiengänge Kommunikationsmanagement und Wirtschaftspsychologie. Infos über kontakt@umc-potsdam.de.

04: Das Münsteraner Zentrum für Angewandte Kommunikation e.V. (ZAK) stellt sein neues Seminarprogramm für den Winter vor. Unter dem Namen **PR² - Wissenschaft x Praxis bietet das ZAK** verschiedene Workshops für PR-Praktiker an. Den Auftakt macht das Seminar "PR-Basics: Effiziente Presse- und Medienarbeit" am 18. November in Münster. Nähere Informationen zu weiteren Themen und Terminen finden sich unter www.pr-quadrat.de.

05: Der **Deutsche Werbe-Kongress 2006** findet am 4. Mai in München statt. Thema: Erfolgsfaktor Mut - Neue Perspektiven für Marken und Medien. Infos: www.dwk2006.de.

06: Zwei **Seminare für mehr Textkompetenz** bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberurzel/Ts. vom 20. bis 24. März 2006 in Gummersbach und am 7. April 2006 in Frankfurt am Main an. Infos: susanne.czernick@afk-online.com.

07: Das **erste Executive-Training von jcommunicate!** startet am 30. November im Hotel "La Villa" am Starnberger See und befasst sich mit Wertschöpfung und Kommunikation. Infos: www.communicate-program.de.

08: Die **"Bildungsoffensive 2006"** geht an den Start. Die Initiative ist ein Zusammenschluss engagierter Unternehmen, die aktiv das Bildungswesen in Deutschland verbessern möchten, unterstützt durch modernste Technik. Das erste Projekt der Initiative ist die mobile Lernstation "EduBook", ein hochwertiger Bildungscomputer, und verfolgt ein eindeutiges **Ziel: bezahlbare Bildung für Schüler und Studenten**. Über die Bildungsoffensive 2006: www.bildungsoffensive2006.de.

- Anzeige -


**DIPR Praxis-Seminar Presstext:
Journalistisch arbeiten in der PR**

jetzt check-in: 28./29. November in Bonn

Der Dialog mit Journalisten ist der Kern der PR-Arbeit. Als Kommunikations-Experten wollen wir Themen und Produkte in den Medien platzieren, Meinungen kommunizieren, Abläufe erklären, Menschen positionieren. Das richtige Handwerkszeug sichert den Erfolg: Wie schreibe ich die Presse-Texte richtig? Welche Themen kommen an? Wie manage ich das Gespräch mit den Journalisten und welche Grundlagen muss man dabei beachten? Training mit vielen Praxis-Übungen!

Mehr Infos: www.dipr.de

Pfeffer & Salz & Senf & _____

Salz: "Alles umsonst!"



Herr Michel verlässt seine Wohnung, ohne das Licht zu löschen. Denn seine Stromrechnung bezahlt er eh nicht. Im Stehkafee um die Ecke prellt er die Zeche und bewundert das Aufsehen darüber. Nach der Fahrt zum Büro geht der Taxifahrer leer aus und seine Mitarbeiter am Monatsende.

Mittags folgt er einer Einladung zum Essen und am Nachmittag kommen Werbe- und PR-Agenturen, die ihm in einem vermeintlichen Pitch ihre Ideen servieren. Kostet ja nix!

Gott sei Dank sind die Michels in der Minderheit. Nicht wahr?

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

Kommentare _____

Verwirrung und Nivellierung durch Zertifizitis?



von Wolfgang Reineke, Heidelberg

Unterhalb der seriösen Bemühungen von Universitäten, Akademien, Berufsverbänden und anerkannten Aus- und Weiterbildungsinstituten mit wertschöpfenden Zeugnissen und

Diplomen besteht ein Chaos von neuen Zertifikaten der Bedeutungslosigkeit. Emsige Gestalten unserer Branche erfinden ständig neue Funktionsbezeichnungen, die entweder kaum jemand versteht oder die etwas als Zertifikat ausgeben, was früher schlicht eine Teilnahmebestätigung für das Finanzamt war. Gekoppelt wird dies mit Vorankündigungen aus virtuellen Handy-Instituten, die gackern oder krähen, ehe sie ihre Arbeit überhaupt aufgenommen haben. Zum Beweis der eigenen Internationalität im globalen Zeitalter werfen sie gerne mit überflüssigen Anglizismen nur so um sich. So tragen sie zur weiteren Verhöhnung der deutschen Sprache im Kommunikationsbereich bei.

Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.

Handbuch „Kommunikationsmanagement“

Politische Kommunikation im Wandel? Adenauer als Vorreiter des "Medienkanzlers"

Gerhard Schröder gilt als der erste deutsche "Medienkanzler". Dies hat sich mittlerweile zu einem unumstößlichen Postulat in Wissenschaft und Journalismus entwickelt. Aber waren seine Vorgänger alle "mediale Phlegmatiker"? Bei genauerem Hinsehen zeigt sich: Die entscheidenden Eckpfeiler der Kanzler-PR in der Bundesrepublik wurden – zum Teil auf persönliche Initiative des ersten Kanzlers – bereits in der Ära Adenauer entwickelt. Im Fundus seiner Berater finden sich nahezu alle zentralen Instrumente und Strategien, die noch heute in der einschlägigen Literatur als Markenzeichen moderner Polit-PR ausgewiesen werden.

Zum kompletten Artikel auf der NPRP-Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 17 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [Frankfurter Agentur sucht Etat Director/in](#)

Datum Samstag, 29 Oktober 2005

Titel [PR & MarCom Manager für LTC in München](#)

Datum Dienstag, 25 Oktober 2005

Titel [Weber Shandwick in Hamburg sucht PR-Berater \(w/m\)](#)

Datum Montag, 24 Oktober 2005

Titel [Stellenausschreibung Research Manager Public Affairs, Berlin](#)

Datum Mittwoch, 19 Oktober 2005

Titel [Pleon in Frankfurt sucht Consultant \(m/w\) für den Bereich Consumer PR](#)

Datum Mittwoch, 19 Oktober 2005

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 in 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

In Unternehmen

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

Datum Freitag, 07 Oktober 2005

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 31. Oktober 2005 - 18:00 Uhr

Der **Newsletter** wurde an **22.563 Empfänger** versandt.

Impressum:

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: 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 MDSStV) (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, Markredwitz; Dr. Ansgar
 Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Anschrift (Herausgeber, Verlag + Redaktion):
 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-agma.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 ...

