

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 47 / 49. Woche 2005

beide in Hamburg, weiteren
 Untersuchungsergebnissen und dem PDF-
 Download [bitte hier klicken](#).

Seite.1

Privatsender zeigen fast keine politischen Informationen

Laut dem aktuellen Programmbericht der Landesmedienanstalten setzen die Privatsender so gut wie gar nicht auf politische Inhalte, obwohl es öffentlich-rechtliche Konkurrenz gibt. Die Programmforscher wiesen nach, dass die Privatsender ProSieben, RTL2 und Kabel1 nur ein Prozent ihres Programms mit politischen Informationen füllen. Die Sender Sat.1 und Vox haben zwei Prozent Politik-Programmanteil; bei RTL sind es vier Prozent. Die beiden öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF zeigen jeden Tag im Durchschnitt 16 Prozent politische Informationen.

PR-Trendmonitor IV/2005: PR-Budgets und Kommunikationsstrategien

Für das Jahr 2006 sind die PR-Agenturen in Deutschland ausgesprochen optimistisch: 56 Prozent der Fach- und Führungskräfte aus Agenturen gehen von wachsenden Honorarumsätzen aus. Demgegenüber sind die Pressestellen in den Unternehmen und Verbänden weiterhin zurückhaltender. Hier berichten nur 27 Prozent von wachsenden Budgets, 56 Prozent planen mit stagnierenden Budgets, bei 17 Prozent ist mit einem Rückgang zu rechnen. Vor allem kleinere Unternehmen fahren ihre PR-Budgets wieder hoch, während Betriebe mit 500 und mehr Mitarbeitern überdurchschnittlich oft von Kürzungen berichten. **Vor allem in der klassischen Pressearbeit und in der internen Kommunikation wird in 2006 mehr Geld ausgegeben.** PR-Agenturen planen stärker Medienkooperationen zu forcieren. *Zum Management Summary des PR-Trendmonitors von news aktuell und Mummert Communications,*

Personalien

Linde ordnet Kommunikation neu

Klaus Schönfeld (53), bisher bei Linde in Wiesbaden für Corporate Heritage verantwortlich, übernimmt zusätzlich die Leitung Interne Kommunikation im Konzern. Er berichtet an den obersten Kommunikationschef Harry Roegner (50). **Julia Maria Peter** (29), zuvor bei BASF für die europaweite Mitarbeiterzeitschrift zuständig, und **Angelika Breinich-Schilly** (34), die von der DEPFA Deutsche Pfandbriefanstalt, Wiesbaden, kommt, komplettieren das Linde-Team für Interne Kommunikation.

Akram El-Bahay (29), bisher in der Unternehmenskommunikation von Bayer in Leverkusen tätig, ist für den Linde-Fachbereich Corporate Publishing verantwortlich. Er folgt auf **Andreas Framke** (32), der vor kurzem zu Reuters wechselte. El-Bahay berichtet an den Leiter Externe Kommunikation Uwe Wolfinger (41).

Personalien compact (11) (49.KW-05)

01: **Ludolf von Wartenberg** wurde Mitglied im internationalen Beirat von APCO Worldwide - Internationales Beratungsunternehmen für Public Affairs und Strategische Kommunikation (mit deutschen Büros in Bonn und Berlin). Von Wartenberg ist Hauptgeschäftsführer des BDI Bundesverband der Deutschen Industrie, Berlin.

02: **Sandrina Koemm** (31) übernimmt im Januar 2006 die CvD - Chefin vom Dienst-Funktion der Guide-Line-Medien des Lloyd Presse Verlags in Berlin.

03: **Etta Schulze** leitet jetzt die



zum neuen DPRG-NL



Ohne Ticker
fehlt Dir was.



Unternehmenskommunikation bei Prinovis (Druckholding von Gruner + Jahr, Axel Springer und Bertelsmann Arvato) in Hamburg.

04: **Matthias Kopp** (37), Pressesprecher des XX. Weltjugendtages 2005 in Köln wechselt am 1. Januar 2006 als Sprecher zu NRW-Bundes- und Europaminister Michael Breuer nach Düsseldorf.

05: **Petra Schmieder** (42) verantwortet als Pressesprecherin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Zentralverbandes der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH) in Frankfurt am Main. Ihr Pressebüro in München führt sie weiter.

06: Mit **Bernd Stockmann** (34) und **Katharina Kalkowski** (28) erweitert die Kölner Agentur muehlhaus & moers ihr Beratungsteam.

07: Einige Berliner Bundesministerien haben (da neue Minister) neue Pressesprecher: **Iris Bethge** (Familie, Senioren, Frauen und Jugend) - war schon Pressesprecherin von Ursula von der Leyen (CDU) in Niedersachsen und **Thomas Raabe** (Verteidigung) - war zuvor Regierungssprecher in Sachsen-Anhalt.

08: **Andrea Resigkeit** hat bei der Christlich-Demokratischen Arbeitnehmerschaft Deutschlands neben ihrem Job als Pressesprecherin auch die Chefredaktion der "Sozialen Ordnung" übernommen.

09: **Laurin Paschek** (35) übernahm am 1. Dezember die Leitung der beiden Medienfachverlage Zimpel und Media-Daten. Sie bilden jetzt den neuen Bereich Datengeschäfte unter dem Dach der GWV Fachverlage in Wiesbaden. Seit Februar leitete Paschek bei Zimpel Verlag und Redaktion. **Sabine Ratzer** (38) übernahm nun zusätzlich zur Redaktionsleitung der Media-Daten diese Funktion nun auch bei Zimpel. Die GWV Gabler Wirtschaftsverlage gehörten früher zu Bertelsmann und sind inzwischen Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

10: **Martina Dase** (46) wurde als Nachfolgerin von Fouad Hamdam (ging zur Deutschen Post) Leiterein Kommunikation von Greenpeace in Hamburg.

11: **Sabine Schmidt-Kruse** macht sich selbstständig. Sie war bisher PR-Referentin in

der Öffentlichkeitsarbeit der Verlagsgruppe Brigitte im Hause Gruner + Jahr in Hamburg.

- 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

Straub & Linardatos arbeitet für Stepstone

Die in Düsseldorf ansässige StepStone Deutschland, europäische Online-Jobbörse für Fach- und Führungskräfte, arbeitet künftig mit der Hamburger PR-Agentur Straub & Linardatos zusammen. Im Fokus der Arbeit für StepStone steht die Entwicklung und Umsetzung von aufmerksamkeitsstarken Kommunikationsmaßnahmen über das Internet. Diese Maßnahmen werden im ersten Halbjahr 2006 realisiert. In Deutschland ist der Verlag Axel Springer Mitgesellschafter von StepStone. Das Online-Jobportal (www.stepstone.de) bietet ständig rund 20.000 deutsche Stellenangebote. Daneben gibt es für Bewerber und Unternehmen aktuelle Informationen rund um den Rekrutierungsprozess.

Etats compact (9) (49.KW-05)

01: Novitas Publishing (Software Entwicklung), Braunschweig
an: **Between Us!** Marketing, PR & More, Haar

02: Condé Nast erlag, München
an: **pilot**, München

03: Sport Ruscher, München
an: **PR-COM** Alain Blaes, München

04: AKSL AG (IT-Architekturen), Frankfurt am Main
an: **Stach's Kommunikation** & Management, Frankfurt am Main

05: Plakatkampagne "Deutschland, Hand aufs Herz" (Hannover Marketing), Hannover
an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg

06: Sonnenklar TV (Reiseshopping TV-Sender), München
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

07: Skadialog Werbeagentur, Frankfurt am Main
an: **Ann-Christin Zilling**
Unternehmens:kommunikation, Hamburg

08: RFID-Spezialist smTAG, ???/Schweiz
an: **Harvard PR**, München

09: Arena-Bademoden, Bayreuth
an: **Plantage**, 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 _____

Politikaward 2005: Die Sieger - Genscher erhielt den Award für sein Lebenswerk

Das Fachmagazin "politik&kommunikation" hat am 29. November zum dritten Mal den Politikaward verliehen. Während einer festlichen Gala vor 1.000 geladenen Gästen im Konzerthaus am Berliner Gendarmenmarkt wurden die erfolgreichsten Akteure und herausragende Leistungen der politischen Kommunikation in neun Kategorien geehrt.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage

Branche compact (9) (49.KW-05)

01: Einen von drei Preisen erhielt der Film "Fall Deutschland" (eine schonungslose Analyse von Entwicklungen und Fehlentwicklungen in Deutschland) von Stefan Aust und Claus Richter beim 38. **Deutschen Wirtschaftsfilmpreis** am 1. Dezember in Ludwigsburg vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie verliehen. 105 Filme wurden eingereicht.

02: Die Initiative "[Deutschland-Kickt](#)" ist mit einer gleichnamigen Kommunikationskampagne gestartet. Das Thema Fußball soll für Unternehmen, Städte und Kommunen im Rahmen der eigenen Standortkampagne nutzbar sein.

03: Aus **Mummert Communications**, Hamburg wird am 1. Januar 2006 das **Faktenkontor**. Damit soll die journalistische und faktenorientierte Arbeitsweise sowie das hanseatische Selbstverständnis ausgedrückt werden.

04: Die **PR-Tochter von Schmittgall** in Stuttgart geht jetzt offiziell an den Start - Name: **Newswerk**; Geschäftsführer: Arno Wilhelm, vorher bei Pleon Healthcare in München.

05: Das Kuratorium der Initiative "**Deutschland - Land der Ideen**" hat sich am 29. November in Berlin konstituiert. Den Vorsitz hat Wulf H. Bernotat, E.ON-Vorstandsvorsitzender übernommen. Die Initiative wird gemeinsam von der Bundesregierung und der deutschen Wirtschaft getragen - sie wird

von der FC Deutschland GmbH mit ihrem Geschäftsführer Mike de Vries koordiniert.

06: Am 5. Dezember legt **DRPR**-Vorsitzender Horst Avenarius in Berlin den **Jahresbericht** des von DPRG und GPRA getragenen Deutschen Rates für Public Relations vor.

07: Verschiedene Medienverbände, der BDI (Bundesverband der Deutschen Industrie) und der ZAW (Zentralverband der Werbewirtschaft) machen noch einmal gemeinsam gegen das **Tabakwerbeverbot** mobil: Es bestehe bei der Tabakwerbung kein europäischer Harmonisierungsbedarf, da die unterschiedlichen Werberichtlinien nicht zu einer konkreten Störung am Markt führten. Am 6. Dezember verhandelt der **Europäische Gerichtshof** über die Klage der Bundesregierung gegen das Tabakwerbeverbot der EU. Die Verbände befürchten einen Domino-Effekt.

08: **Deekeling Identity & Change**, mit mehr als 50 Beratern in Düsseldorf und Frankfurt nach eigenen Angaben eine der führenden strategischen Kommunikationsberatungen in Deutschland, geht ab Januar 2006 wieder eigene Wege: Die geschäftsführenden Partner Egbert Deekeling und Olaf Arndt übernehmen im Zuge eines Management Buyouts sämtliche Mehrheitsanteile, die bislang von der zur BBDO-Gruppe gehörenden PR-Agenturkette Pleon gehalten werden.

09: Geld für Kommunikation: Wie der "Spiegel" am 5. Dezember meldete, haben sich renommierte **Wissenschaftler von der Tabakindustrie bezahlen** lassen - auch um die Gesundheitsschädigung durch Rauchen zu verharmlosen. Auch der deutsche Verband der Cigarettenindustrie scheint involviert. Lesen Sie dazu den Artikel "[Im Würgegriff der Industrie](#)".

Medien

Bibelkalender: Zoff wegen nackter evang. Jugend

Darf man Nacktfotos in einer Kirche machen? Diese Frage erhitzt derzeit die Gemüter im Nürnberger Stadtteil Katzwang: Ein Fotograf hat zusammen mit der evangelischen Pfarrjugend

einen erotischen Bibelkalender produziert. Nicht jeden freut das Projekt. Der Kalender zeigt Szenen aus der Bibel, wobei die Darsteller wenig bis nichts auf dem Leib tragen. Die Szene der Eva mit dem Sündenapfel wurde sogar in der örtlichen Kirche vor dem Hochaltar fotografiert. Das Modell ist bis auf ein Feigenblatt (und langen Haaren) nackt. Auf der Homepage des Bibelkalenders gibt es bereits heftige Proteste - aber auch viel Zustimmung (www.bibelkalender.de): in vier Tagen bereits 267 Kommentare. Hier drei Auszüge:
Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage

Maischberger: Verständnis für Politiker-Warnung vor Talkshows

Die Fernseh-Moderatorin Sandra Maischberger äußert in der "ZEIT" Verständnis für Steinbrücks Forderung, Politiker sollten die Diskussionsrunden besser meiden. "Wenn Steinbrück es ernst meinen würde, hätte ich zwar als Fernsehmacherin ein Problem, aber als Bürgerin bin ich ganz bei ihm", sagt die Moderatorin der ARD-Sendung "Menschen bei Maischberger" und einer Interview-Sendung beim Nachrichtenkanal n-tv.

"Politiker benutzen Sendungen, um Auseinandersetzungen zu führen, bevor sie ihre Kritik mit denen besprechen, an die sie eigentlich gerichtet ist", so Maischberger. "Wir profitieren davon sehr, gar keine Frage, aber für den politischen Betrieb schafft das natürlich ein Riesenproblem", räumt die Moderatorin ein. Der neue Bundesfinanzminister Peer Steinbrück hatte vor kurzem erklärt, er plädiere dafür, dass sich Politiker in Talkshows wie "Sabine Christiansen" rarer machen. Die Bürger hätten die Verkümmern der Politik zur Quatscherei satt. (Quelle: [newsroom.de](#))

Medien compact (7) (49.KW-05)

01: Trotz Rückgangs bleibt RTL auch im November stärkster Sender bei allen **Fernsehzuschauern** ab drei Jahren - die Quote: 13,5 Prozent. Wiederum mit jeweils 13,2 Prozent teilen sich ARD und ZDF rang zwei. Es folgen: Sat.1 (11,6 %), ProSieben (6,4 %) und Vox (4,3 %).

02: Die **Wirtschaftsnachrichtenagentur ddp.vwd** heißt ab 1. Dezember 2005 ddp/Dow Jones Wirtschaftsnachrichten **ddp.djn**. Das Unternehmen passt seinen Namen der veränderten

Gesellschafterstruktur an. Dow Jones Newswires, ein Tochterunternehmen des weltweit agierenden Medienkonzerns Dow Jones & Company, war im vergangenen Jahr in das Joint Venture mit ddp mit 49,9 Prozent eingetreten. Gleichzeitig hatte sich der frühere Gesellschafter vwd neu aufgestellt. Mehrheitsgesellschafter bleibt mit 50,1 Prozent die ddp Deutscher Depeschendienst GmbH.

03: Der **Georg von Holtzbrinck Preis für Wirtschaftspublizistik** wurde in diesem Jahr zum sechsten Mal verliehen. Christiane Sommer, geschäftsführende Redakteurin bei "brand eins", wurde in der Kategorie Print geehrt für ihre Artikel über das Bankhaus Metzler ("Die Wandelverschreibung") sowie die Entwicklung und Zukunft der Billig-Flieger ("Zeichen am Himmel"). Michael Niklas Wech, freier Journalist, bekam einen Preis in der Kategorie Elektronische Medien für seine zwei Beiträge auf 3sat über Wachstumsregionen in China.

04: RTL hat nun den **Nachrichtensender n-tv** komplett übernommen. Bisher hielt (seit 2002) CNN noch 50 Prozent.

05: **Berichtet ein Journalist bewusst unvollständig**, haben die Betroffenen, über die berichtet wurde, einen Unterlassungsanspruch. Diese Entscheidung traf der Bundesgerichtshof am 22. November. Eine bewusst unvollständige Berichterstattung komme einer unwahren Tatsachenbehauptung gleich. Der BGH gab damit einer Klage des Kölner Erzbistums statt und bestätigte die Entscheidungen von Land- und Oberlandesgericht.

06: Wie ivw für den Oktober meldet bleibt www.t-online.de der **größte Onliner in Deutschland**. Es wurde 1.791.050.309 Pagelmpressions erzielt (0,4 % mehr als im Vormonat). Als erstes Printmedium folgt www.bild.de mit 328,1 Millionen PI's auf Platz fünf (allerdings mit 17,9 % im Minus).

07: Auch für die **größten Tageszeitungen** gibt es neue Zahlen aus dem 3. Quartal 2005. Die Top 3 in Deutschland für die verkauften Auflagen sind: "Bild" mit 3.829.223, WAZ-Mediengruppe mit 961.106 und "Kölner Stadtanzeiger"/"Kölnische Rundschau"/"Express" mit 592.260 Exemplaren.

Services + Tipps

PR-Instrument Firmenwebsite

Informationen aus dem Internet sind jederzeit zugänglich - ganz unabhängig von Geschäfts- und Sprechzeiten und der Anwesenheit von Ansprechpartnern. Kommunikationshemmnisse wie Hinterhertelefonieren und langsame Postwege entfallen.

Schon deshalb nutzen selbstverständlich auch Journalisten Online-Medien intensiv für ihre Arbeit. Ein gut gepflegter Presse-Informationsbereich auf einer Unternehmenswebsite kann für Journalisten und Medienleute der erste entscheidende Kontakt sein. Umgekehrt ist ein fehlender, unergiebig oder verwirrender Pressebereich eine große Barriere auf dem Weg in die Presse.

Erste Infos und mehr zum Thema [gibt es hier auf der Homepage](#) von akademie.de.

Service compact (4) (49.KW-05)

01: Das neue Postleitzahlenbuch bringt es an den Tag: Bei der **richtigen Formatierung der Postanschrift** hat sich was geändert. Die Leerzeile zwischen Straße und Ortszeile entfällt. Vor die PLZ kommt keine Landesbezeichnung mehr - auch nicht bei Sendungen ins Ausland. Bei diesen soll dafür der Ort versal geschrieben und die Landesbezeichnung in Deutsch oder in der Ziellandessprache ebenfalls in Versalien darunter gesetzt werden.

02: Nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes lagen die **Preise für Telekommunikations-Dienstleistungen** für die privaten Haushalte im November 2005 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 2,0 Prozent niedriger. Mobiltelefonieren verbilligte sich um 7,7 Prozent - die Internet-Nutzung war um 3,0 Prozent günstiger.

03: Der **Konsumklima-Index** (ermittelt von der GfK Nürnberg) wird im Dezember unerwartet auf 3,1 Punkte sinken (November 2005: 3.3 Punkte).

04: Nach sieben langen Jahren der Führung hat **Microsoft** nun GE General Electric als **Nummer**

eins der weltweit angesehensten Unternehmen abgelöst. Dies hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers bei 954 Firmenchefs aus 25 Ländern ermittelt. Apple stieg von Platz 42 auf 9 und Google war mit Rang 39 erstmals unter den Top 50. Deutschland ist mit sechs Unternehmen dabei.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Neu bei PR+plus: E-Learning-Module ermöglichen flexibles Lernen

"Grundlagen der PR" - so lautet Titel und Thema des ersten E-Learning-Moduls von PR+plus, das der Heidelberger PR-Ausbilder im kommenden Jahr auf den Markt bringt. Der zehnwöchige Kurs führt in das Berufsfeld ein und deckt sowohl die deutsche als auch die österreichische PR-Branche ab. Er eignet sich vor allem für Menschen, die aus anderen Fachrichtungen in die PR möchten oder gekommen sind und die sich einen fundierten Überblick über Geschichte, Entwicklungen und Arbeitsbereiche der Öffentlichkeitsarbeit verschaffen wollen. *Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage*

Akquisitions-Erfordernisse von PR-Agenturen

Am 2. Februar 2006 startet ein neuartiges Seminar, welches speziell auf die Akquisitions-Erfordernisse von PR-Agenturen ausgelegt ist. **Zielgruppe:** Inhaber, Geschäftsführer, Neugeschäftsbeauftragte von PR-Agenturen. Die Akquisition von Auftraggebern im PR-Bereich unterliegt besonderen Herausforderungen. Die Anzahl der Angebote ist hoch und bleibt für den Entscheider meist undurchschaubar. Obendrein sind die Zeiträume, in denen neue Partner gesucht werden, meist extrem kurz. *Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage*

Seminare compact (7) (49.KW-05)

01: **Montua & Partner** veranstaltet am Donnerstag, den 19. Januar 2006 in Hamburg den Workshop "Interne Newsletter - preiswert und effektiv einsetzen" sowie am 26. und 27. Januar 2006 den Workshop "Journalistische Grundlagen in der internen Kommunikation". Weitere Informationen zum Schulungsprogramm für die interne Kommunikation 2006 sowie die Faxanmeldung finden Sie unter www.montua-partner.de/schulungen.

02: Bildjournalisten erwarten von den Kommunikationsabteilungen der Unternehmen und Organisationen, dass sie passendes Fotomaterial zu einer Geschichte liefern können. Der **media workshop "Digitalfotografie für Fortgeschrittene"** zeigt, was eine Kamera alles kann und welche kreativen Möglichkeiten sie bietet. Das Seminar der dpa-Tochter news aktuell findet am 8. und 9. Dezember in Hamburg statt. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

03: Die **GPRA** Gesellschaft Public Relations Agenturen, Frankfurt am Main lädt am 26. Januar zu einer **Tagung** nach Berlin ein. Thema: "**Ausgeschrieben - abgeschrieben?** Vergaberecht und -praxis bei Beratungs- und Kommunikationsleistungen." Infos: www.gpra.de.

04: Die **Donau-Universität Krems/Österreich** hat die erste **Professur für Kogniswissenschaften** an Hanna Risku (38) vergeben. Ihr neues Departement für Wissens- und Kommunikationsmanagement wird die bisherigen Bereiche Journalismus, PR, Wissensmanagement sowie Organisationsgestaltung vereinen.

05: Um Corporate Publishing, Internal Relations und Online-PR geht es beim **WinterSchool-Seminar** in Werbung und Marktkommunikation Anfang nächsten Jahres an der **Hochschule der Medien in Stuttgart**. Ein Dozenten-Team des Studiengangs Werbung und Kommunikation bietet das zweitägige, kostenpflichtige Seminar vom 16. bis zum 17. Februar 2006 für externe Interessenten an. Infos: rota@hdm-stuttgart.de.

06: Die **depak** Deutsche Presseakademie in Berlin hat ihr umfangreiches **Jahresprogramm 2006** veröffentlicht. Alle Seminare, Fachtagungen, Schulungen und Ausbildungen sind dort anschaulich erläutert. Fachbeiträge und Interviews runden die interessante gemachte Publikation ab. Infos: www.depak.de.

07: **Bringmann Managemententwicklung** veranstaltet am 9./10. März in Frankfurt am Main und am 28./29. März 2006 in Hamburg das Seminar "**PR-Controlling. Kommunikation messen, bewerten, steuern.**" Infos: www.bringmann.de.

Kommentare

PRR-Kommentar der Woche: Win-Win-Situation

PRREPORT Die Ballsaison ist eröffnet, und Stars, Starlets und Promis betreten das Parkett oder die roten Teppiche. Auf dem Programm stehen unter anderem die Gala zur Goldenen Kamera, die Berlinale im Februar und die Veranstaltung Cinema for Peace. Gestern Abend fand mit der Bambi-Verleihung die wohl bedeutendste Veranstaltung auf deutschem Boden statt. Es ist Zeit für eine Win-Win-Situation im Kommunikationsgeschäft. Während Unternehmen anderer Branchen ihre Testimonial-Geber meist mit barer Münze honorieren, verleiht die Mode-Branche ihre neueste Kollektion an Prominente: Diese dürfen sich so eines Trendsetter-Status rühmen, die Kleidungshersteller freuen sich über wirkungsvolle Produkt-PR in den People-Magazinen von "Gala" bis "Bunte". Und nicht nur Textil-Unternehmen setzen auf den Promibonus, sondern auch Schmuck und Uhrenhersteller wie Cartier. So stattet Cartier unter anderen Talkmasterin Sabine Christiansen, Schauspielerin Anja Kling, Sat.1-Moderatorin Bettina Cramer und die Adelstochter Celia von Bismarck mit seiner Kollektion aus. Als internationaler Star wurde Mariah Carey verpflichtet.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage

Kerlikowskys Kommentar über... Beamten-Selbstbedienung u.ä.m.

Guten Tag! Hoffentlich setzen sich die Beamten durch; denn es wäre wirklich verhängnisvoll, wenn die beim Bund beschäftigten statt 40 in



Zukunft 41 Stunden in der Woche arbeiten müßten. Sie hätten dann noch mehr Zeit, um ihre Daseinsberechtigung durch das Erfinden neuer bürokratischer Vorschriften zu beweisen, die uns Bürger Zeit, Nerven und Geld kosten.

Diese Sichtweise brachte mir im Gespräch der bekannte Wissenschaftler Professor Binsen nahe. Unter diesem Gesichtspunkt sei es auch gut, wenn viele Beamte beim Bund wie in den Ländern in Frühpension gehen.

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage

Pfeffer & Salz & Senf

Pfeffer: "Kommunikations-GAU's in Serie: RWE, e.on, Gammelfleisch.."

Politik, Regierung - vor allem Merkel, Platzeck, Müntefering und Schäuble - arbeiten sich aus dem Meinungstief auf bisher unbekannte Pluswerte. Einige Wirtschaftsbereiche scheinen dagegen alles Udenkbare zu tun, um im Imagechaos zu versinken.

Beim Gammelfleisch fragt sich der besorgte Verbraucher: gibt es diese kriminellen Methoden erst jetzt. Unsere politgeförderte Bürokratie kontrolliert doch sonst jeden Mist(haufen). Fehlt es nur an Geld und Personal, stellt die Profitgier bei den Verkäufern jegliche Skrupel hinten?

Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage

Themen der Zeit

Die Bedeutung von Teamorientierung für die PR-Ausbildung



von Jörg Hoepfner, Leipzig

Häufig kommunizieren PR-Praktiker PR-Ausbildern drei besondere Anforderungen an die Ausbildung des PR-Nachwuchses: Drei Punkte, die neben den Studiennoten für Anbieter von Kommunikations-Jobs den

Unterschied zwischen für sie attraktiven und für sie unattraktiven Absolventen ausmachen:


- Wirtschafts-Know-how,
- Internationalität
- Teamorientierung.

Wie kann heutige, universitäre PR-Ausbildung diesen Anforderungen gerecht werden? Zum einen in der Empfehlung, ein wirtschaftswissenschaftliches (Neben-)Fach zu studieren (oder auch ausseruniversitäre wirtschaftswissenschaftliche Weiterbildungsangebote wahrzunehmen) und zum anderen durch das Absolvieren von Semestern und Praktika im Ausland. *Zum kompletten Beitrag auf der NPRP-Homepage*

Fallstudie: Innovatives Issue Management bei Cognis

von Nicole Volmer, JP:PR, Düsseldorf

Der Spezialchemieanbieter Cognis ist ein Unternehmen mit komplexen Kommunikationsaufgaben und umfangreichem Medienportfolio – allein im Rahmen der Pressearbeit werden rund 700 Print- und Online-Medien bedient. Das Redaktions- und Themenmanagement ist dementsprechend aufwändig. In 2004 hat JP:PR gemeinsam mit Cognis ein webbasiertes Tool entwickelt, das die zentrale Steuerung aller Themen- und Redaktionsprozesse in der internen und externen Kommunikation ermöglicht. Das innovative Instrument wurde in diesem Jahr mit dem PR Report-Award ausgezeichnet.

Den vollständigen Beitrag von Nicole Volmer bitte  [bitte hier als PDF herunterladen \(201.62 KB\)](#).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 24 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.neues-prportal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

[Berater/in Unternehmenskommunikation bei Kuhn, Kammann & Kuhn in Köln](#)

[Senior Sales Representative PR-Services bei Directnews in Leipzig](#)

[Pleon sucht Trainee oder Junior Consultant](#)

[PUBLICIS in Frankfurt sucht PR-Consultant](#)

[Junior PR-Berater in Süddeutschland](#)

[Junior-PR-Berater/-in im Bereich Mode gesucht](#)

[Oldenburg Kommunikation in Hamburg sucht PR-Berater \(m/w\)](#)

[Junior-PR-Berater/-in für Agentur in Hamburg gesucht](#)

[Communication Harmonists in Heidelberg sucht PR-Berater](#)

[ad publica in Hamburg sucht PR-Assistent/in für den Bereich Food](#)

[ad publica in Hamburg sucht PR-Junior-Berater/in für den Bereich Food](#)

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

[Consultant für Klenk & Hoursch in Frankfurt](#)

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

[PR-Berater / PR-Redakteur bei Trimedia Düsseldorf](#)

[Frankfurter Agentur sucht Junior Berater/in](#)

[WortFreunde suchen PR-Berater/PR-Beraterin für den Standort Frankfurt/Main](#)

[fischer Appelt sucht PR-Berater / Campaigner \(m/w\) für Standort Frankfurt/Main](#)

[fischerAppelt Hamburg sucht PR-Berater / Campaigner \(m/w\) für den Bereich Healthcare](#)

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

[PR-Berater / Senior PR-Berater bei MS&L International in Oberursel/Frankfurt](#)

[PR-Senior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) bei public imaging Hamburg](#)

[PR- Berater \(w/m\) für den Bereich Marken-PR in Hamburg gesucht](#)

[Projektmanager internationale Medienkooperationen für directnews in Leipzig](#)

[PR-Berater/in bei Johanssen + Kretschmer in Berlin](#)

[JP:PR in Frankfurt sucht PR-Berater/Texter \(m/w\)](#)

[Düsseldorfer Agentur sucht Account Manager/Kundenberater \(m/w\)](#)

[Senior Berater/Fachjournalist und Niederlassungsleiter \(w/m\) nach Köln gesucht](#)

[Bad Homburger Agentur sucht PR-Assistent/in und PR-Redakteur/in](#)

[PR-Assistent bei Euro RSCG ABC Hamburg](#)

[Pleon in Düsseldorf sucht Junior Redakteur\(in\) für Technology Practice](#)

[F&H Porter Novelli sucht PR-Consultant im Bereich Healthcare](#)

[F&H Porter Novelli sucht Junior Consultant im Bereich Lifestyle](#)

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

[PR-Berater / Senior PR-Berater bei MS&L International in Oberursel/Frankfurt](#)

[PR-Senior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) bei public imaging Hamburg](#)

[PR- Berater \(w/m\) für den Bereich Marken-PR in Hamburg gesucht](#)

[Projektmanager internationale Medienkooperationen für directnews in Leipzig](#)

[F&H Porter Novelli sucht PR-Consultant - IT \(w/m\)](#)

Verbände

[Verband der Automobilwirtschaft sucht PR-Redakteur/in in Bonn](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 05. Dezember 2005 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.631 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 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; Wolf-Dieter Gross, Berlin; 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; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Thomas Mavrides, Unteruhldingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter Radunski, Berlin; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; 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, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.de

URL-Adressen: ww.neues-prportal.de, www.nprp.de,
www.agenturcafe.de, www.pr-journal.de,
www.prjournal.de, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch,
www.pr-journal.com, www.pr-journal.info,
www.pr-journal.net, www.pr-forum.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 ...

