

PR-Journal-Newsletter

Nr. 101 / 08. Woche 2007

PR-Nussknacker Februar/März 2007

Nominieren Sie für die 4. Runde des neuen PR-Awards. Jetzt noch Vorschläge für den nächsten PR-Nussknacker für Februar/März einreichen:

www.pr-nussknacker.de.

Seite. 1 _____

BMW arbeitet jetzt mit der Kommunikationssoftware Convento

Großprojekt für "Convento": maassen+partner, Spezialist für PR-Software und –Dienstleistungen aus Neuss, hat die gesamte Kommunikation der BMW AG mit der PR-Software "Convento" ausgestattet. Neben den Nutzer-Lizenzen umfasst das Projekt das Anwendertraining sowie die anschließende Betreuung der über 100 Anwender in München und Berlin. Die Einführung von Convento in der BMW AG war eine technische und administrative Herausforderung.

Es galt, "Convento" in die IT Systemlandschaft von BMW Deutschland einzubinden und die Anwender mit der Software vertraut zu machen. Erste positive Erfahrungen belegen: Die Software hat als „PR und IR System“ bei BMW die Einführung reibungslos bestanden und unterstützt seither den Fachbereich „Konzernkommunikation und Politik“ bei der täglichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

maassen+partner entwickelt seit über zehn Jahren Software-Lösungen für Kommunikationsprofis. Die marktführende Software-Suite „Convento“ unterstützt PR- und

IR-Professionals beim Aufbau eines optimalen und effektiven Kontakt- und Beziehungsmanagements. Dazu gehört unter anderem auch die Steuerung der Versand-Aktivitäten über alle sinnvollen Kanäle, die automatisierte Verarbeitung von Rückläufern, die Durchführung von Kampagnen und die Integration und Bewertung von Pressespiegel und Clippings. Mehr als 1.500 Anwender in rund 300 Unternehmen nutzen „Convento“ - darunter viele DAX- und MDAX-Unternehmen. Die Software läuft sowohl im lokalen Netzwerk der Anwender als auch web-basiert auf einer zentralen Serverfarm (Convento ASP).

Personalien _____

Personalien compact (11) (07.KW-07)

01: **Barbara König** (40) leitet jetzt die Food Unit der PR-Agentur ad publica in Hamburg. Sie war bisher Seniorberaterin bei der ortsansässigen MasterMedia (GPRA).

02: **Tobias Goerke** (28) wurde zum PR-Juniorberater bei Eyecansee Communications in Hamburg ernannt. Goerke ist auch ehrenamtlicher Sprecher der DPRG-Junioren Norddeutschland.

03: **Christine Vogl-Kordick** ist neue Leiterin der deutschen Niederlassung der internationalen PR-Agentur Grant Butler Coomber (GBC) in München. Sie kommt von der ortsansässigen Agentur Text 100 (GPRA).

04: **Sascha Greis** wurde Leiter der neuen Abteilung Eventkommunikation bei Peugeot Deutschland in Saarbrücken. Die Berliner Markenrepräsentanz übernahm **Jeremy Devooght**. Mit beiden neuen Abteilungen hat Kommunikationschef **Thomas F. Schalberger** den Direktionsbereich Presse und Kommunikation weiter ausgebaut.

05: **Susanne Hagemann** (38) wurde neue Marketing- und PR-Leiterin des Einkaufsdienstleisters HPI in Sulzbach, einem



Unternehmen der eprolog group. Sie kommt von D&B in Darmstadt, Anbieter von Wirtschaftsinformationen und Analysen.

06: **Lara Gräfin Vitzthum** (29) wechselt von der Münchener PR-Agentur F&H zur Beratungsagentur Laurich & Partner nach Hamburg. Sie verstärkt dort die Kompetenzfelder Touristik & Regionalmarketing.

07: **Alexander Schäuble** (32) wird Assistent der Geschäftsführung bei der Ahoi Werbeagentur in Wiesbaden. Er war zuvor acht Jahre als Referent für Öffentlichkeitsarbeit bei der Bundeswehr.

08: **Stephan Eger** (39) leitet künftig als Nachfolger von **Thilo Kusch** (er wurde CFO der Magyar Telekom in Budapest/Ungarn) den Zentralbereich Investor Relations der Deutschen Telekom in Bonn. Eger kommt von der Investmentbank Lehman Brothers.

09: **Claudia Berger** (29) übernimmt von der in die Elternzeit gegangenen **Bettina Lüttgen** bei Ferrari Deutschland in Wiesbaden die Verantwortung für den PR-Bereich.

10: **Hermann Iding** (43) arbeitet jetzt als neuer Leiter Corporate Communications bei aleo solar in Oldenburg.

11: **Heiko Wiese** (33) wechselt zur PR-Unit der Agentur Zum goldenen Hirschen in Berlin und leitet dort die PR der Marken- und Businesskunden. **Stefanie Kaufmann** (26) steigt ins Campaigning-Team ein. **Klaus Harbers** (36) wird Projektleiter. Alle drei kommen von der Jeschenko MedienAgentur Köln/Berlin. Damit hat die neue ZGH-PR-Unit von **Hans-H. Langguth** zehn Mitarbeiter.

Etats

häberlein & mauerer pr mit vier neuen Etats

Das neue Jahr fängt für häberlein & mauerer public relations mit Büros in München und Berlin gut an. Gleich vier neue Kunden können gemeldet werden: Helly Hansen (Outdoor-Hersteller), Moss/Norwegen + PADI Europe (Tauchsport), Hettlingen/Schweiz + Living Jewels (Designkindermöbel), Köln + Schönbuch (Garderobenmöbel), Bad Königshofen. Die 1988 gegründete Agentur beschäftigt inzwischen 70 Mitarbeiter. Im Mittelpunkt der Arbeit steht ein integrierter Ansatz für innovative Consumer-PR.

Etats compact (14) (07.KW-07)

01: Red Wing Shoe Company, Red Wing/USA
an: **Articus & Stewens Public Relations**, München

02: Beurer (Gesundheit und Wohlbefinden seit fast 100 Jahren), Ulm
an: **Trademark Public Relations**, München

03: Vanquish (IT Distributor), Oldenburg
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

04: Verband Deutscher Mineralbrunnen, Bonn
an: **Kohl PR & Partner** (GPRA), Bonn + Berlin

05: Diageo Deutschland, Rüsselsheim
an: **Leipziger & Partner Kommunikation** (GPRA), Frankfurt am Main

06: Spymag (Web 2.0-Community)
an: **GlobalComn PR-Network**, München

07: Sonderschau "Energie sparen", Mainz
an: **jd&p kommunikationsagentur**, Mainz



komm.passion



AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

08: Annette Monnheimer (Label "Monnheimer Modeschmuck"), Hamburg
an: **sc-communications**, Hamburg

09: Disney Interactive Studio (Spiel "Anno 1701"), München
an: **Indigo Pearl**, Hamburg

10: Netgear Netzwerkspezialist, München
an: **100zehn Agentur für Kommunikation**, München

11: Deutsche Klassenlotterie Berlin (DKLB), Berlin (Presse- und Mediaarbeit)
an: **Pleon** (GPRA), Düsseldorf

12: Altana Pharma Deutschland, Konstanz
an: **3K Agentur für Kommunikation**, Frankfurt am Main

13: East Midland Tourism, Nottingham/Großbritannien
an: **Rentschler Communications**, Mainz

14: Gin Tonic Special Mode, Stuttgart + Sarah Kern, Holzkirchen
an: **Spohr Public Relations**, München

Branche

JP|KOM mit 22 Prozent Umsatzplus

JP|KOM hat das Geschäftsjahr 2006 erfolgreich abgeschlossen: Der Honorarumsatz stieg um 22 Prozent auf 2,5 Millionen Euro – und lag damit über Branchenschnitt. Langjährige Beziehungen zu Kunden wie Cognis, Lafarge Roofing, Sonae Industria, ANZAG und Hartmann konnten weiter ausgebaut werden. Als neue Kunden wurden u. a. im Bereich Veränderungskommunikation Siegwerk und Hoerbiger gewonnen. Zum Jahresende beschäftigte JP|KOM in den Büros Düsseldorf und Frankfurt am Main 28 fest

angestellte und sechs freie Mitarbeiter.

Der strategische Schwerpunkt der Agentur-Aktivitäten lag auf dem Ausbau der Finanzkommunikation - vor allem am Standort Frankfurt. Gertrud Hack (ex JP Morgan und Pleon) als Geschäftsführerin und Boris Bolwin (ex Golin Harris) als Director Finanzkommunikation bringen seit Herbst 2006 hier ihre Erfahrung und Kompetenzen ein. Für 2007 strebt JP|KOM einen Honorarumsatz von 3 Mio. € an. Dabei soll das neue Geschäftsfeld „Finanzkommunikation“ erstmals einen wesentlichen Beitrag leisten. Die Mitarbeiterzahl wurde im Januar auf 30 Vollzeitbeschäftigte erhöht.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Aus der USA-PR-Szene: PR förderlich für Unternehmensreputation



von Ursel Reineke, Heidelberg
Erhebung eines Meinungsbildes für 2006. In einer Umfrage der PRSA (Public Relations Society of America) und Bacon's Information meinten die meisten, ihr Top-Management sei davon überzeugt, dass PR einen Beitrag zur Verbesserung der Reputation ihres Unternehmens leiste.

Die für das Jahr 2006 durchgeführte Umfrage zum Stand der PR-Profession in den USA gibt interessante Einblicke in die Meinungen der Mitglieder und der an PR interessierten Kreise. 15.000 Öffentlichkeitsarbeiter erhielten den Fragebogen. Ausgewertet wurden 1.493 Rückläufe.

Auf die Frage, ob ihre Vorstände bzw. obersten Chefs daran glauben, dass Public Relations für die Organisation in Bezug auf ihre Reputation, Marktanteil und wirtschaftlichen Erfolg/Umsatz förderlich sind, ergab sich auf einer Skala von 1 bis 5 ein Punktergebnis von 4,51 für die Förderung der Reputation des Unternehmens. Bei den Perzeptionen zum wirtschaftlichen Erfolg waren es 3,94 und bei Marktanteil 3,9 Punkte. Zur Frage der Bedeutung spezifischer Themen für die Branche und ihre Praxis der PR rangierten Antworten zur Ethik an oberster Stelle:

Excellence in Communication Research

Integrierte Analysen für integrierte Kommunikation

Weitere Informationen unter: analysen@faz-institut.de



Datenschutz/Schutz der Privatsphäre und Integrität der Organisation.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Branche compact (8) (07.KW-07)

01: **Sympra** (GPRA) hat neben dem Stammsitz in Stuttgart und dem Berliner Büro nun **auch ein Büro in München**. Es wird von Arno Laxy geleitet. Von dort will man insbesondere Kunden aus IT und Telekommunikation betreuen.

02: Der Branchendienst "**PR Report**" berichtet in seiner letzten Online-Ausgabe von einer Untersuchung der britischen **PRCA** Public Relations Consultants Association mit überraschenden Ergebnissen. **Danach wollen 80 Prozent der Juniorberater nach zehn Jahren der PR-Branche den Rücken gekehrt haben** (15 % bereits nach zwei Jahren). Nur 51 Prozent würden sich wieder für den Beruf entscheiden. DPRG-Präsident Ulrich Nies glaubt nicht, dass es in Deutschland ähnliche Ergebnisse geben würde. Wissen tut man's nicht und untersucht wird es auch nicht.

03: Der **schweizer Award "Corporate Communications"** - Best Practice - geht in die dritte Runde. Zu den neuen Ausschreibungs-Partnern gehören die Schweizerische Public Relations Gesellschaft SPRG/SSRP inklusive den Regionalgesellschaften der West- und Südschweiz sowie das Magazine Com.in. Ausgezeichnet werden mit dem Award für Corporate Communications kreative ganzheitliche Kommunikationsleistungen, die von Kommunikationsfachleuten in Agenturen, Unternehmen, KMU, anderen Organisationen und öffentlichen Verwaltungen erbracht werden. Der Award CC will die professionelle interne und externe Kommunikation in Profit- und Nonprofitunternehmen fördern. Infos: www.award-cc.ch.

04: **Einen für deutsche PR-Agenturen außergewöhnlichen Preis** konnten Klaus Peter Betz, Geschäftsführer der ecomBETZ PR in Schwäbisch Gmünd, zusammen mit Redakteur Markus Rahner entgegennehmen: **den „Golden Thinker Award“**. Mit dieser Auszeichnung wird die erfolgreiche Pressearbeit auf dem härtesten Medienmarkt der Welt, den USA, gewürdigt. ecomBETZ PR erhielt die goldene Trophäe für 1.304 platzierte Artikel über ein Feuerlöschboot.

Den Auftrag dafür erhielt die Agentur von der Voith AG (Heidenheim), die in den USA an insgesamt 24 Standorten vertreten ist.

05: Die **österreichische PR-Agentur Pzwei. Pressearbeit** aus Bregenz in Voralberg expandiert nach Deutschland und eröffnet nun ein Büro in Ravensburg. Aufbau und Büroleitung übernimmt René Kius (41).

06: Volker Lässig (44) und Volker Simon (37) leiten die **Neugründung LässigMüller Public Relations** der Stuttgarter Agenturgruppe LässigMüller. Man versteht sich vor allem als Partner für nachhaltige Marken- und Produkt-PR, Corporate Publishing und elektronische Kundenkommunikation.

07: Die dpa-Tochter **news aktuell** hat **IT-Unternehmen und PR-Agenturen zu ihren Presseaktivitäten im Vorfeld der diesjährigen CeBIT befragt**. Wichtiges Ergebnis: Über die Hälfte (60,5 Prozent) der IT-Firmen, die nicht auf der CeBIT ausstellen, **nutzt das Umfeld der Fachmesse für ihre Pressearbeit**. Insgesamt haben 244 PR-Fachkräfte an der Umfrage teilgenommen. Dieses Ergebnis spiegelt sich bei der Berichterstattung der Journalisten rund um die CeBIT wider.

08: In Nürnberg gibt es eine **neue Agentur: Keller & Kollegen** - Neue Ideen für Neue Medien. Der Ex-arsmedium-Partner Jürgen Keller hat sie gegründet.

Medien

Die Zeitungen 2006 im "Geradeausflug"

Das Werbegeschäft für die Zeitungen erreicht im Jahr 2006 das Vorjahresniveau. Während die Anzeigenumfänge ein leichtes Minus in Höhe von 0,8 Prozent ausweisen liegen die Prospektbeilagen mit +3,3 Prozent deutlich über den Vorjahreszahlen.

Besonders herausragend ist dabei das Ergebnis im konjunkturabhängigen Stellenmarkt. Das Plus liegt in diesem Bereich bei 21,8 Prozent. Dieser Wert überlagert die Branchenkonjunkturfälle im Immobilien- und Kfz-Markt, so dass das Rubrikengeschäft der Zeitungen insgesamt mit einem Plus abschließt. „Die Zeitungen haben in den vergangenen Jahren ihre Printrubrikenmärkte durch

Online-Kombinationen konvenient gemacht und profitieren nun mit dem Doppeleffekt PrintWirkung und Online-Service vom konjunkturellen Aufschwung“, so Markus Ruppe, Geschäftsführer der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

BDZV: EU-Pläne für Product-Placement sind Mogelpackung

Als "ärgerliche Mogelpackung" hat der BDZV am 13. Februar in Berlin die Empfehlung der EU-Minister für Kultur und Medien für eine neue europäische Fernsehrichtlinie bezeichnet. Die zu einem sogenannten informellen Treffen in Berlin zusammengekommenen Minister haben sich zwar dafür ausgesprochen, dass Product-Placement im Grundsatz verboten bleibt. Ausnahmen sollen jedoch für den großen Bereich leichter Unterhaltung und Serien, Filme und Sportübertragungen gelten.

Dies führe in der Praxis zu einer Irreführung der Verbraucher, kritisierte BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff. Das werde schon daran deutlich, dass die Minister den regelmäßig wiederkehrenden Hinweis auf Schleichwerbung im laufenden Programm - etwa durch ein eingblendetes neutrales Logo - als "kontraproduktiv" abgelehnt hätten. Stattdessen solle es lediglich einen entsprechenden Vermerk am Anfang und Ende einer Sendung geben. "Dies wird zu einer Käuflichkeit von Inhalten führen und könnte auf andere Medien abstrahlen", so Wolff am 13. Februar in Berlin.

Medien compact (5) (07.KW-07)

01: Die **IVW** (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die **Quartalszahlen IV/2006 der Kommunikationsmedien** veröffentlicht. Die beiden gemeldeten Monatsmagazine "prmagazin" und "PR Report" haben sich im Abo und Verkauf leicht verbessert (das BdP-Organ "pressesprecher" aus dem Berliner Helios-Verlag ist kein IVW-Mitglied).

- "**prmagazin**" (Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck):
Druckauflage: 5.043 Exemplare (Vorquartal

III/2006: 4.976); Verbreitung: 4.452 (3.942);
Freistücke: 1.989 (1.495); **Verkauf: 2.463** (2.447);
Abonnement: 1.866 (1.852).

- "**PR Report**" (Haymarket Media, Hamburg):
Druckauflage: 6.150 Exemplare (Vorquartal
III/2006: 6.500); Verbreitung: 5.928 (6.282);
Freistücke: 5.005 (5.365); **Verkauf: 923** (917);
Abonnement: 903 (898).

02: Bei den **Online-Reichweiten** im Januar 2007 hat IVW Online teils erhebliche Zuwächse ermittelt. Die ersten drei bleiben: T-Online mit 2.373,7 Millionen PageImpressions; Yahoo 1.100,9 Millionen PI's; Mobile.de 972,2 Millionen PI's.

03: Das **Deutsche Werbebarometer I/2007** vom Entscheiderpanel Medien, einem gemeinsamen Projekt von kress und United Internet, hat ergeben, dass **61 Prozent** der deutschen Media- und Werbeentscheider den "**Spiegel**" lesen. Mit weitem Abstand folgt auf Rang zwei der "stern" mit 27 Prozent vor "Focus" mit 23 Prozent.

04: **Der deutsche Werbemarkt** wird lt. Deutschem Werbebarometer positiv beurteilt: 72 Prozent der Befragten rechnen für 2007 mit steigenden Umsätzen. 94 Prozent sehen besonders bei Online ein sehr starkes Wachstum (16 %). Gut im Rennen auch Verkaufsförderung und Direktmarketing. Die klassischen Medien werden skeptischer beurteilt.

05: Glaubt man einer Online-Umfrage des Marktforschungsinstitutes Zogby International, **könnte der Bürgerjournalismus den klassischen Journalismus in Zukunft radikal verändern**. Die mehr als 5.000 befragten US-Amerikaner meinten zu drei Viertel, dass der Bürgerjournalismus eine zentrale Rolle im Nachrichtenbusiness spielen wird. Viele US-Bürger sind demnach mit der aktuellen Medienlandschaft in den USA sehr unglücklich. Auch wenn die Zahlen das Ergebnis einer Online-Umfrage sind und damit nicht von repräsentativen Resultaten gesprochen werden kann, **sollten sie Nachrichtenmachern zu denken geben: 40** Prozent der Befragten nannten das Internet als ihre Hauptquelle für Nachrichten und Informationen, gefolgt von 23 Prozent, die sich via TV informieren, und zwölf Prozent, die ihre Informationen aus Zeitungen oder dem Radio beziehen. (Quelle: www.prblogger.de)

Services + Tipps

Mehr journalistisches Denken in der Öffentlichkeitsarbeit

Unter anderem weil sich PR-Verantwortliche nicht an journalistische Regeln halten, leidet die gesamte Branche der Öffentlichkeitsarbeit an mangelndem Vertrauen. So schließt der Leipziger Public Relations-Professor Günter Bentele seinen Gastbeitrag in dem jetzt im UVK Verlag (ISBN: 3896694944 - 24,90 Euro) erschienenen Buch "Die Pressemitteilung" von Wolfgang Zehrt. Um das Verfassen und Verbreiten von Pressemitteilungen nach journalistischen Kriterien geht es in dem Buch, in dem unter anderem die Chefredakteure von Branchenmagazinen, die Ressortleiterin Finanzen der "Financial Times Deutschland" oder der Kommunikationsprofessor Dieter Herbst schreiben. Ulrike Blank, ehemals Unternehmenskommunikation bei Thomas Cook, fasst die wichtigsten formalen Ansprüche an die perfekte Pressemitteilung zusammen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Service compact (4) (07.KW-07)

01: Die **deutsche Wirtschaft ist auch zum Jahresende 2006 nochmals kräftig gewachsen**. Das Statistische Bundesamt, Wiesbaden meldet für das 4. Quartal ein Plus von 0,9 Prozent beim BIP Bruttoinlandsprodukt. Für das gesamte Jahr werden 2,7 Prozent erwartet.

02: Wie das Wiesbadener Statistische Bundesamt mitteilt, ist der **Verbraucherpreisindex** für Deutschland von Januar 2006 bis Januar 2007 **um 1,6 Prozent gestiegen**. Im Vergleich zum Vormonat Dezember 2006 verringerte sich der Indexstand um 0,2 Prozent. Im Dezember 2006 hatte die Jahresveränderungsrate bei + 1,4 Prozent gelegen.

03: Bei der Bundesagentur für Arbeit - Zentralstelle für Arbeitsvermittlung in Bonn ist eine interessante **Broschüre erschienen: "Marketing - Einstieg und Karriere"**. Die Studie enthält viele nützliche Informationen und

Hinweise. Zum kostenlosen Download: www.ba-bestellservice.de (Suchbegriff "Akademiker").

04: **Zu viele Handyfunktionen frustrieren Verbraucher**. Zusammen mit GMI untersuchte CMO Council die Meinungen und Einstellungen von Konsumenten zu Kommunikationsmitteln wie Handys und dem Internet. Bei einem großen Teil der Befragten war dabei eine wachsende Frustration zu erkennen, die unter anderem auf die steigende Anzahl an Funktionen der modernen Kommunikationsmittel zurückzuführen ist. Die Studie befragte insgesamt 15.000 Verbraucher in 37 Ländern. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.gmi-mr.com.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Kongress "Das neue Web2.0" - Expertentreff im Nordwesten

Das Thema "Web2.0" ist in aller Munde, bietet es Unternehmen doch neue Chancen für die Kommunikation mit ihren Kunden. Mit den Einsatzmöglichkeiten im kommerziellen Umfeld befasst sich am 1. März der Kongress "Das neue Web2.0" in Bremen, bei dem auch der BVDW als Partner dabei ist. Hochkarätige Referenten, darunter Julius Ender, Chef der Handelsblatt Online-Redaktion sowie Stefan Keuchel (Google) oder Christian Clawien vom Kongress-Initiator konstruktiv bieten einen kompakten Überblick.

In Workshops haben Teilnehmer Gelegenheit im direkten Kontakt mit Agenturvertretern aus der Region ihr Wissen zu vertiefen. Höhere Bandbreiten, einfach zu bedienende Software und neue Programmieretechniken versetzen Nutzer im Web2.0-Zeitalter in die Lage, mit Weblogs, Podcasts und Wikis ohne großen Aufwand und Vorwissen Inhalte im Internet zu veröffentlichen. Communities und Blogs beeinflussen dabei auch in immer stärkerem Maße den Meinungs- und Kaufentscheidungsprozess von Kunden. Für Unternehmen wird daher immer wichtiger, sich entsprechend zu wappnen und auf diese veränderte Konsumergeneration einzustellen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

PR+plus Master Upgrade PR und Integrierte Kommunikation

Das erste PR+plus Upgrade Communications Master of Science in PR und Integrierter Kommunikation ist mit einer zweitägigen Prüfung im österreichischen Krems erfolgreich zu Ende gegangen: insgesamt 14 Teilnehmer legten Ende Januar an der Donau-Universität ihre Abschlussprüfungen ab. Sie werden die ersten PR+plus-Absolventen sein, die nach der Zeugnisvergabe im Juni den Titel Communications Master of Science (MSc) tragen dürfen. Der Heidelberger Ausbilder hat das Upgrade in Kooperation mit der Donau-Universität Krems im letzten Jahr erstmalig angeboten.

Unter Vorsitz von Silvia Ettl-Huber, Leiterin des Internationalen Journalismus Zentrums der Donau-Universität Krems, nahmen unter anderem der Präsident des österreichischen Berufsverbandes PRVA, Christoph Brucker, und der Kommunikationswissenschaftler Benno Signitzer die Fachprüfungen sowie die Verteidigungen der Master Thesen ab. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Termine compact (9) (07.KW-07)

01: Schreibtechniken für journalistische Texte, Inhaltskonzepte, Instrumente zur Leser-Blatt-Bindung und Einblicke in die Seitengestaltung. Das sind die Themen im **AFK-Kompakttraining PR W8 – "Die gute Mitarbeiter- und Kundenzeitschrift"**. Vom 5. bis 7. März lernen die Teilnehmer in Gummersbach das redaktionelle Know-how für die Erstellung einer professionellen Zeitschrift. Sie schreiben, recherchieren Themen, redigieren Fremdtex te und konzipieren ein eigenes Medium. Weitere Seminarinhalte, mehr über die Trainerin und den AFK-Seminar kalender gibt es unter www.afk-online.com.

02: Podcasting verändert in der Geschäftswelt die Kommunikation mit Kunden, Mitarbeitern und Öffentlichkeit. Wie man selbst zum "Programmdirektor" werden kann, lernen die Teilnehmer des **Workshops "Podcasts in der Unternehmenskommunikation" von news aktuell**. Termine, Orte und weitere Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de>.

03: Die **2. Euroforum-Jahrestagung** findet am 28. und 29. März in Hamburg statt. Thema: **Zukunft Print** - Aktuelle Strategien zu Diversifikation, Branding und Cross Media. Infos: www.euroforum.de/print.

04: **Am 1. März startet das mibeg-Institut Medien in Köln erneut die Weiterbildung „Betriebliche Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation“**, die das grundlegende Know-how für die Kommunikationsbranche vermittelt. Während der sechsmonatigen Qualifizierung dreht sich für die Teilnehmer alles rund um die interne und externe Kommunikation eines Unternehmens. In praxisnahen Seminareinheiten lernen die Teilnehmer PR-Konzepte zu entwickeln und umzusetzen, eine Mitarbeiter- oder Kundenzeitschrift zu erstellen und Pressemitteilungen zu schreiben. EDV-Kenntnisse werden genauso trainiert wie das Präsentieren der eigenen Projekte. Weitere Infos: www.mibeg.de.

05: Der **2. Internationale Bionik-Kongress** für das Top-Management findet am 1. und 2. März in Interlaken/Schweiz statt. Thema: "Strategie der Evolution". Infos beim Malik Management Zentrum www.malik-mzsg.ch.

06: Der **3. Kommunikationskongress Medizintechnologie** zum Thema "Strategien für eine professionelle Kommunikationsarbeit in der MedTech-Branche" findet am 5. und 6. Juni in Köln statt. Infos: www.bvmed.de und www.medinform.de.

07: Das **Phänomen "Bürgerjournalismus"** ist das kontroverse Thema eines Workshops, zu dem das Masterprogramm Medien Leipzig (**MML**) am 22. März einlädt. Die kostenfreie Veranstaltung auf dem Mediacampus Villa Ida in Leipzig wird unterstützt vom Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ). Infos: www.mml-leipzig.de.

08: Das nächste **directnews-Seminar zum Thema "Schreiben von Pressemitteilungen"** findet am 14. März bei der FAZ in Frankfurt am Main statt. Infos (auch über weitere Seminare): www.directnews.de.

09: **Einladung zum Profi-Workshop: Weblogs - Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation am 14. März in Düsseldorf**. Weblogs können nicht länger ignoriert werden. Für die Unternehmenskommunikation sind Blogs Risiko und Chance zugleich.

Gesprächspartner sind Rainer Bartel, Journalist, PR-Berater und Blogger und Thomas Knüwer, Handelsblatt-Redakteur und Autor des bekannten Weblogs "Indiskretion Ehrensache". Weitere Informationen, Programm und Anmeldeformular gibt es unter:

www.convento.de/events/workshop_weblog.html.

Pfeffer&Salz&Senf

Senf: Die neue Identität politischer Persönlichkeiten

Charles Wilp hat vor Jahrzehnten die „Brennzone“ Augen, Zähne und Busen erfunden, dabei aber die Nase vergessen. Das Fremdbild der Persönlichkeit entscheidet sich in diesem Bereich mehr als der Blick auf Bauch und Beine. Bei der Ergründung von Ansichten und Selbstansichten sind wir heute einen ganzen Schritt weiter auf dem Weg zu einer Systematik:

Augen - Der ewige Klassiker ist der Kauf einer Brille nach der Devise, nicht um besser auszusehen, sondern auch, um besser sehen zu können. Zur Not tut es ein auffallendes Gestell mit entspiegeltem Fensterglas.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden

Sie hier:

www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (24)

Titel [plan B communication sucht Trainees und Junior Consultant](#)

Titel [GlobalCom sucht PR-Berater/in zur Betreuung eines Internet Shopping Portals](#)

Titel [Gestandener Kundenberater/Projektleiter in Berlin gesucht](#)

Titel [geldermannKommunikation sucht PR-Assistent \(w/m\) und PR-Volontär \(m/w\) in Düsseldorf](#)

Titel [Media Consulta sucht Leitenden PR Redakteur \(m/w\) für Berlin](#)

Titel [Media Consulta sucht Senior PR Berater/in für Berlin](#)

Titel [PRpetuum sucht \(Junior-\)Berater/innen sowie Volontäre/innen](#)

Titel [MS&L International Public Relations sucht PR-Berater\(in\) und Junior-Berater\(in\)](#)

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

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

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

Titel [Kohl PR & Partner sucht Junior-Berater für das Bonner Büro](#)

Titel [marketeam creativ sucht Online-Redakteur\(in\)](#)

Titel [Dr. ZitelmannPB.GmbH sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [PR-Berater\(in\) zu SCHWARTZ Public Relations in München](#)

Titel [GlobalCom sucht PR-Berater für den Bereich IT/TK](#)

Titel [PR-Berater / Campaigner \(m/w\) Corporate Communications, Standort Frankfurt](#)

Titel [PR-Berater\(in\) in Hannover gesucht](#)

Titel [Kölner Agentur sucht kurzfristig eine/n Projektassistent/in](#)

Titel [OMA® in Düsseldorf sucht PR-Consultant – Bereich Online \(w/m\)](#)

Titel [unic sucht PR-Berater \(m/w\) in Göttingen](#)

Titel [Düsseldorfer Agentur sucht Kommunikations-Berater/in](#)

Titel [dot.communications sucht PR-Manager](#)

Titel [fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner \(m/w\) Schwerpunkt Health Care](#)

In Unternehmen (1)

Titel [Die ADENION GmbH sucht Online-PR Allrounder \(m/w\)](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 19. Februar 2007 - 18:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.458 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@pr-journal.de); Ursel Reineke, Heidelberg (ursel@reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts (volker.weber@volker-weber-consulting.de).

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

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München (michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Eric Metz, Hamburg (e.metz@gemeinsam-werben.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben@gmx.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Juliane Bötzel, Leipzig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik

Eickemeier, Köln; Stephan Fink, Wiesbaden; Oliver Fischer, Köln; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Richard Kastl, Freiburg/Br.; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Wolfgang Kreuter, Düsseldorf; Cornelia Kunze, Hamburg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberger, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räschele, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Nils Repke, Wiesbaden; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Udo Seidel, Köln; Gunnar Sohn, Bonn; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Lutz E. Weidner, Bad Honnef.

Rezensionen: Andreas Becker, (ars publicandi), Rodalben; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Franz M. Bogner, Wien; Daniel Florian (politik-digital), Berlin; Susanne Hartmann, Köln; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Claudia Hilker, Düsseldorf; Christina Kahlert, München; Katharina Knieß, München; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Konstanze Pfeiffer, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; PR+plus, Heidelberg (Koordination: Iris Zimmermann zimmermann@prplus.de); Beate Quilitzsch-Schuchmann, Heidelberg; Regina Raab, Bad Wildungen; Lars Rademacher, Ludwigshafen/Wolfsburg; Wolfgang Reineke, Heidelberg; Guido Reining, Hamburg; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Andreas Schultheis, Bonn; Christoph Seydel, Berlin; Julia Sommerhäuser (politik-digital), Berlin; Sabine Sturm (ars publicandi), Rodalben; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Marketing - MediaService: Ursel Reineke (marketing@pr-journal.de), Schloß Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg, Telefon: +49 (0)6221 165506 (Einträge Datenbanken I + II/Agenturen, Dienstleister, Ausbildung); Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf (Suchmaschinen-Marketing/Google-Werbung);

Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail: redaktion@pfeffer.de, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de, www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.prjournal.de; www.prjournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.

Weblogs

- Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation

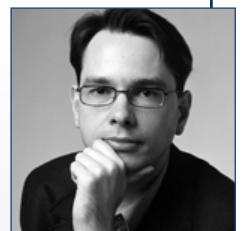
- Datum: 14.März 2007
- Uhrzeit: 8.45 bis 17.30 Uhr
- Gebühr: 595,00 Euro zzgl. Mwst. (Convento-Anwender erhalten 10% Rabatt)
- Teilnehmerzahl: 10-25
- Konditionen: In der Gebühr enthalten ist die Teilnahme, Tagungsunterlagen sowie die im Rahmen der Veranstaltung angebotenen Speisen und Getränke
- Zielgruppe: Mitarbeiter im Bereich der Unternehmenskommunikation, PR-Agenturen
- Ort: Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH
Kasernenstr. 36 • Walzstahlhaus • Raum K 10 • 40213 Düsseldorf
- Referenten: Rainer Bartel, Thomas Knüwer, Rainer Maassen

Programm:

- 08:45 Ankunft der Teilnehmer
- 09:00 Begrüßung
- 09:15 Definition: Was ist ein Weblog?
- 10:00 Fragen & Diskussion
- 10:15 Profile & Interessen: Wer sind und was wollen Blogger?
Praktische Übung: Web-Recherche
- 11:00 Fragen & Diskussion
- 11:15 Impact: Welche Wirkung haben Weblogs? (T. Knüwer)
- 12:00 Fragen & Diskussion
- 12:15 Mittagspause
- 13:15 Monitoring: Technorati, Google & die anderen
Praktische Übung mit LiveDemo im Internet
- 14:00 Krisen-PR I: Das Beispiel „StudiVZ“
- 14:45 Kaffeepause
- 15:15 Krisen-PR II: Wie sollte ein Unternehmen mit kritischen Weblogs umgehen? Planspiel: T. Knüwer und R. Bartel
- 16:30 Chancen: Wie kann die Unternehmenskommunikation Weblogs nutzen?
Diskussionsrunde: T. Knüwer, R. Bartel und R. Maassen



Rainer Bartel



Thomas Knüwer



Rainer Maassen