

PR-Journal-Newsletter Nr. 105 / 12. Woche 2007

Seite. 1 _____

Anholt NBI: Bild der USA bröckelt

Weltweites schlechtes Image der US-Regierung schadet Ruf des Landes - USA nur noch als Wirtschafts- und Sportnation top. Das Bild der USA wandelt sich – nicht zum Guten. Gedanken wie „Vom Tellerwäscher zum Millionär“ und das Image als „Land der unbegrenzten Möglichkeiten“ werden abgelöst von Fotos aus Foltergefängnissen und der Wahrnehmung der US-Politik als Risiko für die internationale Sicherheit. Selbst als Zuwanderungsland werden die Vereinigten Staaten von Ländern wie der Schweiz, Schweden und Frankreich überholt.

Der neue Anholt Nation Brands Index (NBI), eine weltweite Umfrage, in der Länder in sechs verschiedenen Kriterien verglichen werden, stehen die USA im Gesamtranking auf Rang zehn hinter Ländern wie Italien und Japan. GMI (Global Market Insite, Inc.), Anbieter von Online-Marktforschungslösungen, befragte dazu vom 22. bis zum 29. Dezember über 25.000 Menschen aus 35 Ländern.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Eine Kurzzusammenfassung des Q4 2006 NBI Reports steht unter www.nationbrandindex.com zum Download zur Verfügung.

Uni Leipzig startet Master-Studiengang Communication Management

Wer sich für Führungspositionen in der Unternehmenskommunikation und politischen Kommunikation qualifizieren will, kann das notwendige konzeptionelle Wissen ab dem kommenden Wintersemester auf international anerkanntem Niveau erwerben: Die Universität Leipzig, laut dem aktuellen Handelsblatt Karriere-Ranking Nr. 1 bei den Medien-Studiengängen in Deutschland, bietet ein neues Master-Studium Communication Management (MCM) an.

In vier Semestern vermittelt der akkreditierte Vollzeitstudiengang theoretische Grundlagen, praxisrelevante Anwendungsformen und aktuelle Forschungsthemen in den Bereichen Strategisches Kommunikationsmanagement, Öffentlichkeit, Recht und Journalismus, Management, Organisation und Führung sowie Empirische Kommunikationsforschung. Mehr Infos: www.communicationmanagement.de.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Personalien _____

Personalien compact (17) (11.KW-07)

01: **Thorsten Krimphove** (30) heißt der neue Leiter Marketing und Public Relations bei L.B. Bohle Maschinen + Verfahren in Ennigerloh. Er war zuvor bei Vectron Systems, Münster und public:news, Hamburg.

02: **Julia Exner** wurde Marketing Communications & PR Manager, **Thorsten Heese** wurde Marketing Manager Broadcast & Healthcare bei Sony Professional Solutions Europe in Berlin.

03: **Tobias Kahler** (32) zuletzt Helios Media-Geschäftsführer leitet jetzt als Direktor Deutschland das neueröffnete Büro der



zum neuen DPRG-NL



Nichtgerierungsorganisation DATA (Debt, AIDS, Trade, Africa) in Berlin.

04: **Meike Fuhlrott** (34) ist die neue Marketing- und PR-Koordinatorin bei der

Unternehmensberatung Kurt Salmon Associates in Düsseldorf. Sie kommt von Trimedia Communications Deutschland.

05: **Clemens Hamacher** (37) wurde als Nachfolger von **Erik von Stebut** neuer Bereichsleiter Sales und Kundenservice der Verlage Zimpel und Media Daten in Wiesbaden (gehören zu den GWV Fachverlagen und damit zur Verlagsgruppe Springer Science+Business Media, Berlin).

06: **Kerstin Krohn** wechselte von der CMA Centrale Marketing Gesellschaft der Agrarwirtschaft, Bonn zur Morgenwelt Agentur für Social Marketing in Köln.

07: **Kristina Hammer** (38) wird am 15. April neue Leiterin Communications bei Mercedes-Benz Pkw in Stuttgart. Sie war zuvor bei der Premier Automotive Group und Ford of Europe in London tätig.

08: **Evelyne Kadel** (40) ist jetzt Manager Public Relations bei innotec in Schwelm. Sie kommt von Kyocera Mita Europe.

09: **Taina Ebert-Rall** ist seit Anfang März für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes der Universitätsklinika in Berlin verantwortlich.

10: **Martin Krämer** (27) macht hausintern Karriere und wird PR-Manager bei The Games Company in Berlin.

11: **Hubert Thielicke** leitet jetzt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Altenburger Destillerie- & Liqueurfabrik. Er kommt vom Family Frost Tiefkühlinstitut in Wildau.

12: **Gregory Lipinski** (44) wechselt vom "Handelsblatt" zu "w&v werben & verkaufen" - als norddeutscher Korrespondent mit Sitz in Hamburg. Er folgt auf **Kai-Hinrich Renner**, der zur "Welt"-Gruppe wechselte.

13: **Stefan Braunschweig** wird Mitte des Jahres Unternehmenssprecher bei der Motor Presse

Stuttgart. Seinen Job als Redaktionsleiter News aller Zeitschriften und Online-Portale des EFV Europäischen Fachverlages übernimmt **Klaus Wieking** (45).

14: Eine redaktionelle Doppelspitze hat künftig der "journalist", das Medienmagazin des DJV aus dem Medienfachverlag Rommerskirchen. Die bisherigen "insight"-Redakteure **Anna von Garmissen** (31) und **Matthias Daniel** (33) werden am 1. Juli die Nachfolge der langjährigen Chefredakteurin **Ulrike Kaiser** (54) antreten.

15: **Ingrid Trampe** übernimmt bei der größten deutschen Agenturgruppe BBDO in Düsseldorf neben dem Bereich Kommunikation nun auch den Posten der Marketingchefin. Vorgängerin **Sabine Tönissen** ist in die BBDO-Europazentrale nach London gewechselt.

16: **Andrea Reibold** (41) übernimmt die Leitung des neu eröffneten Berlin-Büros von ergo Kommunikation (GPRA), Köln.

17: **Cord Dreyer** (44) wird Nachfolger von **Roland Freund** als Geschäftsführer und Chefredakteur der dpa-AFX-Wirtschaftsnachrichten in Frankfurt am Main. Er war zuletzt Konzernsprecher und Leiter Pressestelle bei Volkswagen.



komm.passion

Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied



AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

Etats

Etats compact (14) (11.KW-07)

01: Event- und Modelagentur manigoo (New Face Contest), Mannheim
an: **jd&p kommunikationsagentur**, Mainz

02: Bauunternehmung Züblin (Züblin teamconcept), Stuttgart
an: **Leiseder Kommunikation Plus**, Hamburg

03: Band Pro Munich (HD-Kamaras + Equipment), München
an: **Royal Media** - Die Medienmacher, München

04: IBX Deutschland (Dienstleistungen und Lösungen für effizienten Einkauf), Frankfurt am Main
an: **Maisberger Whiteoaks**, München

05: Web Analytics-Anbieter Nedstat, Frankfurt am Main
an: **Interface Public Relations**, München

06: Bausch & Lomb Vision Care, ???
an: **mc-quadrat** - Strategien für Märkte, Kommunikation für Marken, Berlin

07: Membranhersteller Sympatex Technology, Unterföhring + Tecnica Konzern (Dolomite Ski- und Outdoortextil-Kollektion), Treviso/Italien
an: **eastside** - agentur für communication und marketing, München

08: Vitalpina Hotels Südtirol, Bozen/Italien + Therme Meran, Meran/Italien
an: **häberlein & mauerer** - agentur für public relations, München

09: GEA Group (aus mg technologies hervorgegangen), Bochum
an: **wbpr Public Relations** (GPRA), Unterföhring

10: Online-Plattform "jubble", Los Angeles/USA
an: **Marchsreiter Communications**, München

11: Bitburger Braugruppe, Bitburg
an: **MMK**, Hamburg + **Roth & Lorenz**, Stuttgart

12: Wall Street Institute, München
an: **Kafka Kommunikation**, München

13: Royal Caribbean Cruise Line (deutscher PR-Etat), Frankfurt am Main
an: **Cohn & Wolfe Public Relations**, Frankfurt am Main

14: Hotel "The Marmara Bodrum", Bodrum/Türkei
an: **wellcom.**, Berlin

Branche

ergo Kommunikation: plus 32 Prozent mehr Honorar

Mit deutlich zweistelligem Wachstum hat ergo Kommunikation (GPRA), Köln das Geschäftsjahr 2006 abgeschlossen. Die inhabergeführte Kommunikationsberatung legte gegenüber dem Vorjahr beim Nettohonorarvolumen um 32 Prozent auf 3,77 Millionen Euro zu. Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich von 37 auf 44 (Jahresende) sowie im ersten Quartal 2007 bereits auf 50. "Unsere klare Fokussierung als Kommunikationsspezialist für Wirtschaft, Finanzen und Politik zahlt sich aus. Wir haben im Markt deutlich an Profil gewonnen", kommentiert Hans Ulrich Helzer, Geschäftsführender Gesellschafter von ergo Kommunikation, die Unternehmensentwicklung. Für 2007 erwartet ergo Kommunikation eine weiterhin positive Geschäftsentwicklung. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf dem Ausbau des Geschäftsfeldes Public Affairs.

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Pleon Dresden erhält zwei internationale Filmpreise

Pleon Dresden ist am 10. März mit dem internationalen Städtefilmpreis "Das goldene Stadttor" in zwei Kategorien ausgezeichnet worden. Die Imagefilme "Enjoy the light" und "Junior doktor" werben für die Stadt Dresden. Produziert wurden die Filme 2006 von Pleon Dresden im Auftrag der sächsischen Landeshauptstadt. Die Preise wurden auf der internationalen Fachmesse für Reise und Touristik ITB in Berlin verliehen. Nominiert waren 97 Filme aus 33 Ländern.

In der Kategorie Event gewann der Film "Junior doktor" die silberne Trophäe, der im Rahmen des Jahres "Stadt der Wissenschaft Dresden 2006" entstanden ist. Mit dem Städtefilmpreis "Das Goldene Stadttor" werden Filme ausgezeichnet, die besonders überzeugend die wirtschaftlichen und kulturellen Aspekte einer Stadt, einer Region oder eines Tourismusveranstalters präsentieren.

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

01: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach, eine auf IT- und High-Tech-Unternehmen spezialisierte Agentur, **pfllegt die Pressezentren auf den Webpräsenzen ihrer Kunden jetzt automatisch per XML-Feed**. Schon seit Jahren gehörte es zum Service der Agentur, für jeden Kunden unter www.moeller-horcher.de ein Online-Pressezentrum zu betreiben. Jetzt können diese aktuellen Text- und Bildinhalte per Content Syndication automatisch auch auf der Website des jeweiligen Unternehmens erscheinen. Der Kunde muss dazu lediglich den von Möller Horcher bereitgestellten Pressezentrens-XML-Feed in seine Unternehmens-Website integrieren.

02: **ad publica gründet Kreativabteilung**. Dank des anhaltenden Erfolgs der Hamburger Agentur ad publica (www.adpublica.com), holen sich die Vertreter der New-School-PR mit Jan-Philip Thie (28) einen weiteren kreativen Kopf an Bord. Er bildet ab sofort mit der Geschäftsleitung Kreation Nicole Hammer das Kreativteam von ad publica.

03: Eine **Agentur für Wissenschaftskommunikation** haben Stefanie

Link und Kathleen Wallner in Berlin-Mitte gegründet: **PublicScience**. Mit gezielter PR soll Wissenschaft und Forschung in ihrer Außendarstellung unterstützt werden.

04: GfK ermittelte für w&v werben & verkaufen die besten, angesehensten Marken in Deutschland. Die **besten Unternehmensmarken** sind demnach Miele, Google und Porsche. Siemens ist wohl selbstverschuldet um sieben Plätze auf Rang zehn abgesackt. **Beste Produktmarken** sind Canon, Lego und Tchibo. Und **beste Wachstumsmarke** mit einer Verbesserung um zehn Plätze auf Rang eins ist SonyEricsson.

05: Die europäische IT-PR-Agentur **AxiCom hat das Benchmark-Siegel „sehr gut“** bei der Kundenzufriedenheitsumfrage des Ratingportals Benchpark.com in Kooperation mit dem Internet-Branchenmedium "PR-Journal" **erhalten**. Dabei werden Anbieter nach ihren Produkten bzw. Leistungen beurteilt - und zwar von denen, die es wissen müssen: ihren Kunden. Ein Redaktionsteam aus unabhängigen Experten prüft jede Bewertung und stellt die Ergebnisse als Benchmarks grafisch dar. Benchpark ist mit rund 5.500 Bewertungen und 7.500 registrierten, vorwiegend mittelständischen Nutzern in Deutschland, Österreich und der Schweiz die führende B2B-Ratingplattform.

06: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA) ist jetzt neben Berlin, Frankfurt am Main und Hamburg auch mit einem eigenen **Büro in München** vertreten. Als Leiterin wechselte dafür Bettina Lutz (28) von Berlin nach München.

07: Event-Spezialist Jens Knör (Knör Entertainment), über Jahre Manager seines Zwillingbruders, des Comedian Jörg Knör und Ausrichter großer Events für Kunden wie Lufthansa, Ford und Allianz, will jetzt auch beim Mittelstand punkten. Mit PR-Spezialist Wolfgang Osinski (osicom, Düsseldorf) bietet er ab dem 1. März unter der Marke "**Osinski & Knör**" **individuelle, qualitativ hochwertige Event-Konzepte** mit besonders günstigem Kosten-Nutzen-Verhältnis an. Infos: www.osicom.de.

08: **GolinHarris wurde** anlässlich der achten jährlichen Verleihung der **PRWeek Awards** in New York am 8. März, zur „**Large PR Agency 2007**“ gewählt. Diese renommierte Auszeichnung würdigt finanzielles Wachstum, Ausbau des Kundenstammes, Kundenbindung sowie Kreativität und Innovation im Bereich PR. Die PRWeek Awards, die vom "PRWeek Magazine" gesponsert

werden, präsentieren und würdigen die Best Practices für Public Relations und zählen zu den begehrtesten Auszeichnungen in der PR-Branche.

09: Wer ungewöhnliche, originelle und erfolgreiche Projekte oder PR-Maßnahmen aus dem Gebiet der Non-Profit-PR vorweist, kann sich um den "**Best Practice Award für innovative Non-Profit-PR 2007**" bewerben. Die Auszeichnung, die zum zweiten Mal verliehen wird, hat das Ziel, hervorragende PR-Leistungen von non-profit-orientierten Organisationen bekannt zu machen und zu fördern. Bewerbungsunterlagen unter www.burcom.de.

10: Die Kommunikationsagentur **komm.passion** (GPRA), Düsseldorf und **SL-inworld-productions**, Agentur für virtuelle Markeninszenierungen, setzen mit ihrer gemeinsamen **Dependance in Second Life** einen neuen Standard in der Online Welt. Die Dependance sollen Kunden für eigene Veranstaltungen nutzen können. Außerdem dient sie als Treffpunkt für interne Meetings und Coachings ebenso wie als Tagungsort für Konferenzen, etwa zur Zukunft der Medien und Kommunikation.

11: Der "**Deutsche PR-Preis**" von **DPRG** und **FAZ-Institut** geht in die nächste Runde. Bei der Preisverleihung am 14. September in Wiesbaden werden dann exzellent umgesetzte PR-Konzepte, PR-Maßnahmen sowie vorbildliche Public Relations von Unternehmen, Institutionen, Organisationen, der öffentlichen Hand und deren Beratern und Agenturen ausgezeichnet. Ab sofort sind die Ausschreibungsunterlagen mit allen weiteren Informationen zum „Deutschen PR-Preis 2007“ bei der DPRG-Repräsentanz und dem F.A.Z.-Institut unter www.dprg.de abrufbar. Einsendeschluss ist am 30. April 2007.

Medien

- Anzeige -

Wissen Sie, wann Ihr Thema in der Presse ist?

Identifizieren Sie einfach und schnell Ihre wichtigsten Zielmedien aus IT, TK oder CE mit der **Themendatenbank von index**:

Redaktions-, Anzeigenschluss und das Erscheinungsdatum auf einen Blick. Recherchieren Sie in 7.500 Themen von über 260 deutschsprachigen Publikationen oder lassen Sie sich gezielt die Themen einer Zeitschrift anzeigen. Der **Zugang zur index-Themendatenbank** ist ab 149 € für das Jahr 2007 erhältlich.

Link: www.index.de/themen/ad/?id=pr

EuroBlog 2007-Studie: PR-Verantwortliche investieren in Weblog-Monitoring

Die zweite europaweite Studie zu Social Software-Anwendungen in Public Relations und Organisationskommunikation zeigt, dass die systematische Beobachtung der Meinungsbildung in Weblogs für Kommunikationsmanager stark an Bedeutung gewinnt. Jeder zweite der über 400 befragten PR-Verantwortlichen aus mehr als 24 Ländern nutzt RSS-Feeds (Real Simple Syndication) zur Beobachtung, bei der Vorjahresbefragung war es nur ein Drittel. 20 Prozent (Vorjahr 6%) der Befragten setzen auf professionelle Monitoring-Services. Insgesamt zeigt die Studie, dass Weblogs, Wikis & Co. ein wachsendes, aber auch sehr anspruchsvolles Aufgabenfeld für Kommunikationsmanager sind. Die Studie wird von dem verantwortlichen Forscherteam, Swaran Sandhu (Universität Luzern, CH), Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig, D) und Philip Young (University of Sunderland, UK), am 16. März 2007 beim internationalen EuroBlog Research Symposium in Gent (Belgien) vorgestellt. Eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse ist unter www.euroblog2007.org erhältlich. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

766 Millionen CDs und DVDs gebrannt

Das Brennen von CDs und DVDs erfreut sich in Deutschland uneingeschränkter Beliebtheit. Fast jeder zweite Bundesbürger ab zehn Jahren hat 2006 regelmäßig Musik, Fotos, Daten, Filme, Software, Games oder Hörbücher kopiert. Das gab der Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft im Vorfeld der CeBIT bekannt. Im Auftrag des Verbandes hatte die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) 10.000 Personen im Rahmen der so genannten "Brennerstudie" befragt. Seit der ersten Erhebung 1999 hat sich die Zahl der Personen, die CDs oder DVDs brennen, von 7,9 Millionen auf 31,4 Millionen nahezu vervierfacht.

70 Prozent aller Personen, die Inhalte brennen, kopieren Musik. Auf Platz 2 mit 67 Prozent folgen private Fotos und Videos mit großem Abstand vor Daten, die von 44 Prozent gebrannt werden. Der große Erfolg von Hörbüchern spiegelt sich auch im Brennverhalten wider. Sie werden bereits von neun Prozent der Studienteilnehmer auf die Silberlinge kopiert. "Die Entwicklung bei Hörbüchern zeigt, dass Inhalte, sobald sie digitalisierbar sind, auch uneingeschränkt kopiert werden", so Peter Zombik, Geschäftsführer der deutschen Phonoverbände. Insgesamt wurden 2006 laut Brennerstudie 766 Millionen CDs und DVDs gebrannt.

Medien compact (2) (11.KW-07)

01: **Wikis, RSS Feeds und Blogs sind Recherche-Standard im Journalisten Alltag.** Die Nürnberger Kommunikationsagentur **Flutlicht** befragte im Februar 2007 gut 1.700 Journalisten/Innen der Tages-, Wirtschafts-, Lifestyle/ Publikums- sowie ITK-Fachpresse aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu Relevanz und Einfluss der viel diskutierten Web 2.0 Angebote. Gemäß der insgesamt rund 170 ausgewerteten Rückläufer nutzen über 90 Prozent der Journalisten aktuelle Angebote beruflich wie auch privat – angeführt von Wikis, gefolgt von RSS Feeds und Blogs. Rund zwei Drittel der Befragten geben an, kein „aktiver Blogger“ zu sein. Ein ähnlich hoher Anteil sieht sich jedoch regelmäßig in der Blogosphäre um - vor allem als Inspirations- und Informationsquelle für die tägliche Arbeit. Rund 86 Prozent der

befragten Pressevertreter sehen Blogs nicht als echte Konkurrenz zur eigenen Berichterstattung. Jedoch spüren bereits 42 Prozent der Redakteure einen starken Einfluss auf den Journalismus generell sowie auf ihre Leserschaft. Pressemeldung und grafische Auswertung unter www.flutlicht.biz/presse/flutlicht.

02: **Trend zur Schleichwerbung hält an - Presserat spricht am 13., 14. und 15. März acht Rügen wegen Verstoßes gegen das Trennungsgebot aus.** Gleich zwei öffentliche Rügen erhielt die Zeitschrift TV HÖREN UND SEHEN für Artikel über medizinische Themen. In den Veröffentlichungen wurde auf konkrete Produkte jeweils eines Herstellers hingewiesen. Zudem wurden die Homepages der Pharmazieunternehmen genannt. Der Ausschuss erkannte hierin Schleichwerbung. Auch die NORDWEST-ZEITUNG und BILD wurden wegen Schleichwerbung gerügt. Die NORDWEST-ZEITUNG hatte ausführlich darüber informiert, dass in einer großen Marktkette erstmals Pkw zum Kauf angeboten wurden. Dabei hatte sie die Aktion ausführlich beschrieben, den Preis der Fahrzeuge genannt und einen Link zur Internetseite mit Bestellmöglichkeit veröffentlicht. BILD hatte unter Angabe von Preisen über das erstmalige Angebot von Reisen durch einen Lebensmitteldiscounter berichtet und dabei auf eine telefonische Bestell-Hotline und eine Internetseite hingewiesen. Die ausführliche Presserats-Pressemeldung mit allen Rügen hier: www.presserat.de/Pressemitteilung-anzei.pm+M5f76a9ca9af.0.html.

Services + Tipps

Das Wichtigste aus der Digitalen Wirtschaft auf einen Klick

BVDW bietet individuellen Web2.0-Brancheninformationsdienst auf RSS-Basis. Ab sofort können sich Interessierte mit einem einfachen Klick über die Nachrichtenlage in den wichtigsten Medien der Online- und Medien-Branche und News aus aller Welt auf dem Laufenden halten. Der neue BVDW-iSaver, ein interaktiver Bildschirmschoner mit integriertem Newsticker, führt die News aus den wichtigsten Quellen der Digitalen Wirtschaft (u.a. Heise, PC-Welt, Horizont, werben & verkaufen,

Computerwoche) und anderer Medien (Stern, Die Welt, FAZ etc.) zusammen.

Nutzer können sich die Informationsdienste individuell zusammenstellen und sich dabei auch gezielt mit Neuigkeiten der einzelnen BVDW-Fachgruppen versorgen, ohne über die verschiedenen Seiten surfen zu müssen. Der BVDW-iSaver wurde vom RSS-Spezialisten infoMantis produziert. Der neue BVDW-iSaver kann unter www.infomantis.de/download/BVDW_schoner.exe heruntergeladen werden. Weitere Infos unter www.bvdw.org/presse.html.

Service compact (2) (11.KW-07)

01: Trotz steigender Umsätze spielt das **Internet als Vertriebsweg für Unternehmen** in Deutschland immer noch eine untergeordnete Rolle. Wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilt, stieg zwar der Anteil der von allen deutschen Unternehmen im Jahr 2005 über das Internet realisierten Umsätze gemessen am Gesamtumsatz im Vergleich zu 2003 um mehr als die Hälfte (+ 58%), bewegte sich jedoch mit 3,8 Prozent noch immer auf niedrigem Niveau. Infos: www.destatis.de.

02: Das **Gebot der Trennung von redaktionellen und werblichen Inhalten** wurde, bezogen auf das Medium Fernsehen, in den vergangenen Jahren ausgiebig diskutiert. Bisher fehlte jedoch eine **Studie über Schleichwerbung im Hörfunk**. Mit dem Band 55 der Schriftenreihe der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) liegt erstmals eine typologische Beschreibung der Erscheinungsformen persuasiver (überredender/überzeugender) Kommunikationsangebote im Radio vor. Mehr über Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Radio - wie Sponsoring, Productplacement, Themenplacement, Sonderwerbformen und Gewinnspiele [hier klicken](#).

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Universität Leipzig schreibt Dissertations-Preis aus

Die Stiftung zur Förderung der PR-Wissenschaft an der Universität Leipzig (SPRL) vergibt 2007 den Günter-Thiele-Preis für herausragende Dissertationen und Habilitationen im Themenfeld Public Relations/Kommunikationsmanagement.

Zum Wettbewerb zugelassen sind Promotions- und Habilitationsschriften in deutscher und englischer Sprache, die bis zum Bewerbungsschluss 15. Mai 2007 an einer europäischen Hochschule angenommen wurden und nicht älter als zwei Jahre sind. Der Preis ist dotiert mit 2.500 Euro. Bewerber finden weitere Information auf der Webseite www.spri.de.

Das Ziel des zweijährlich vergebenen Günter-Thiele-Preises ist es, die akademische Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit zu fördern. Die Auszeichnung trägt den Namen eines der maßgeblichen Initiatoren der SPRL, Günter F. Thiele, Gründer und langjähriger CEO der Agentur ABC Eurocom.

Termine compact (10) (11.KW-07)

01: Im April 2007 startet die **Weiterbildung „SportPR-Referent“ des IST-Studieninstituts**, Düsseldorf. Die von der RTL-Journalistenschule inhaltlich unterstützte 14-monatige Weiterbildung richtet sich u. a. an haupt- und nebenberufliche Mitarbeiter in Sportvereinen und -verbänden, Mitarbeiter von Agenturen und Unternehmen, die im Sport tätig sind oder Journalisten, die sich zusätzliches Know-how im PR-Bereich aneignen wollen. Infos: www.ist.de.

02: Das nächste **Presstrainingsseminar PR W7 - Journalistisches Schreibtraining der AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. findet vom 7. bis 11. Mai in Gummersbach statt.

03: Der **WerbeKongress 2007** findet am 9. und 10. Mai in München statt. Thema: "Erfolg im Marketing, Erfolg in der Werbung". Infos: www.dwk2007.de.

04: Die **Akademie für Verlags-PR und com+plus** bieten folgende Seminare an: "Best Practice: 30 Fragen - 30 Antworten. Praktische Tipps und Tricks für PR-Volontäre und -Trainees" - am 19. April in Köln. Und: PE im Web 2.0: Neue Herausforderungen für die Kommunikation" - am 4. Mai in Münster. Infos: www.akademie-verlags-pr.de.

05: Der nächste **Deutsche Fundraising-Kongress** findet vom 25. bis 27. April in Fulda statt. Infos: www.fundraisingkongress.de.

06: Der Kommunikationsverband veranstaltet im Herbst 2007 einen **Workshop** zum Thema "**Schutz von Nutzungsrechten**". Infos: www.komunikationsverband.de.

07: Drei **directnews-Seminare gibt es im April in Düsseldorf**: "PR in schwierigen Zeiten - Seminar Krisenkommunikation" mit Elke Neujahr; "Podcast und Vodcast in der PR" mit Melanie Ruprecht sowie "Neue Meldepflichten ab 2007: Was IR-/PR-Manager darüber wissen müssen". Infos: www.directnews.de.

08: Kreative Ideen zu finden und sie überzeugend vor Kunden, Vorgesetzten und Kollegen zu präsentieren, ist im Arbeitsalltag oft eine Herausforderung. Der **media workshop "Kreativität und Präsentationsstärke in Projekten"** zeigt, wie man Ideenfindung und Präsentations-Know-how gezielt vereinen kann. Die dpa-Tochter news aktuell veranstaltet das Seminar am 2. und 3. April in Hamburg sowie am 17. und 18. Oktober in Stuttgart. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/672>.

09: Das **Seminarprogramm 2007 von Global Competence Forum, Wien** gibt es hier: www.gcforum.de/html/seminare.html. Dort finden Sie u.a.: Mitarbeiterführung, Personalmanagement, Rhetorik und Präsentation.

10: Der **PR Club Hamburg** (www.pr-club-hamburg.de) präsentiert am 22. März das nächste Vortragshighlight: **Stefan Keuchel**, verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Google Germany GmbH

stellt "**Die Google Story**" vor. Die Veranstaltung findet um 19.30 Uhr im Hotel Le Royal Méridien, An der Alster 52-56 statt.

PR-Profile

PR-Profil 1: Oliver Bartelt, Berentzen-Gruppe, Haselünne

In dieser Rubrik veröffentlichen wir künftig in Kooperation mit [PR+plus](#), Heidelberg, Porträts und Profile von Menschen, die sich im Arbeitsbereich Public Relations qualifiziert haben.

Ein sehr gradliniger Weg in die PR, zielstrebig, ohne Umwege und somit nicht unbedingt branchentypisch – so lässt sich der berufliche Werdegang von Oliver Bartelt beschreiben. Seit fünf Jahren leitet der 31-Jährige die Unternehmenskommunikation der Berentzen-Gruppe und gestaltet dort den Image-Wandel von Marken wie Berentzen, Puschkin & Co. mit. Dahingehend beschreibt Bartelt auch den Schwerpunkt der Organisationskommunikation: bei Berentzen geht es – zumindest derzeit – vor allem darum, den Strategiewechsel des Unternehmens darzustellen und zu begleiten. Eine Erfolgsgeschichte der Integrierten Kommunikation, die laut Bartelt in Zusammenhang mit einem konsequenten Change Management aktuell im Unternehmen verstärkt an Bedeutung gewinnt.

Das komplette Profil bitte  [hier als PDF herunterladen](#). 159.29 Kb.

PR-Digest

Es fehlt der PR-Branche an Generalisten

Schweizer Werber bitten zum Job-Interview und keiner geht hin. Was wie ein schlechter Witz klingt, könnte bald bittere Realität werden: wie "persönlich.com" letzte Woche berichtete, wird es für Agenturen zunehmend schwierig, offene Stellen mit guten Leuten zu besetzen. Die PR-Branche quälen indes andere Sorgen: zu wenig Generalisten, zu wenig Praxis-Erfahrung.

Den Artikel von Catharina Steiner in **persoenlich.com**, dem Online-Portal der Schweizer Kommunikationswirtschaft [hier weiterlesen](#).

Internes – aus der Redaktion _____

Ranking 2006 am 3. April – 20% mehr Honorar?

Die Auswertung des neuen **PR-Umsatzrankings** 2006 wird im „PR-Journal“ und in diesem Newsletter am 3. April veröffentlicht. Über 100 Agenturen haben gemeldet – nach einem ersten Überblick wird es ein Super-Rekordjahr. Ranking-Macher Gerhard A. Pfeffer erwartet einen Honorarzuwachs für 2006 von 20 Prozent – nach zwölf Prozent für 2005.

Im nächsten Newsletter informieren wir Sie über unsere weiteren Pläne zu neuen Informationsangeboten und Services. Wir bereiten einen MultimediaBlog unter dem Label „PR-Bistro“ vor – mit einem Wiki-PR-Glossar (Start im April); wir planen ein SocialNetwork für die PR-Branche (und hier vor allem für den „Nachwuchs“) – Arbeitstitel: „PR-Netzwerk“. Bis zur Jahresmitte wird auch der PR-Store (für Bücher, Zeitschriften, Tagungen, Seminare, Software u.a.m.) „seine Pforten öffnen“ und ein Website-Check der Internetseiten von PR-Agenturen starten (bewertet vom studentischen PR-Nachwuchs).

PR-Jobbörse – steigende Nachfrage

Die Jobbörse im „PR-Journal“ („agenturcafé“) hat sich zur zentralen Anlaufstelle für Jobangebote und Jobgesuche in der PR-Branche entwickelt.

Im letzten Jahr wurden 724 Stellenanzeigen veröffentlicht, davon 456 Angebote. **In diesem Jahr waren es bereits 122 Angebote** und 39 Gesuche. Jedes Stellenangebot wird zwischen 300 und 1.200 mal angeklickt. Die Jobbörse im „PR-Journal“ ist die größte und aktuellste für die Branche im Internet. Und die Branche boomt – einige Agenturen beklagen schon den Mangel an qualifizierten Bewerbern. Nutzen Sie die Möglichkeiten – hier geht's zur Jobbörse: www.pr-journal.de/pr-jobs--karriere.html.

Während die Gesuche kostenlos online eingegeben werden können, sind für die Angebote ab April für Volontäre/Trainees/Praktikanten für vier Wochen Laufzeit 100 Euro zu bezahlen – für alle anderen Jobs 200 Euro (in den Bereichen Agenturen, Behörden (Öffentlicher Dienst), Medien, Unternehmen sowie Verbände (Non-Profit)). Hier werden PR-Jobs

angeboten, gesucht und gefunden. Und nur PR-Jobs – und nicht verwirrend viele andere aus der Kommunikationsbranche.

PR-Jobs + Karriere _____

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

Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

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 (19)

Titel [Circle Comm sucht PR-Juniorberater \(m/w\) Healthcare](#)

Titel [WBCO sucht PR Berater \(m/w\) in Frankfurt](#)

Titel [INFOkontor sucht eine/n Redaktions- und Projektleiter/in](#)

Titel [APCO Worldwide search for an experienced Senior Associate based in Berlin](#)

Titel [REITs in Deutschland sucht Redakteur/in](#)

Titel [FAKTUM sucht Kreativen PR-Berater \(m/w\)](#)

Titel [ergo Kommunikation in Köln sucht Redakteur/in](#)

Titel [ergo Kommunikation in Köln sucht Berater/in](#)

Titel [Düsseldorfer Agentur sucht Texter/in](#)

Titel [PR-Volontariat bei KOOB](#)

Titel [ROESSLER PR sucht PR-Assistent/in \(Frankfurt a.M.\)](#)

Titel [PR-Berater \(m/w\) mit einem Faible für Technik in Hannover gesucht](#)

Titel [Volontär/-in und Redakteur/in bei der Content Company in Köln](#)

Titel [coast communication sucht PR-Berater, Standort Hamburg](#)

Titel [CPF sucht Berater/in für Finanzkommunikation in Hamburg](#)

Titel [Stach's sucht Consultant \(m/w\)](#)

Titel [fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner \(m/w\), Standort Hamburg](#)

Titel [sesaMedia-Kommunikation sucht PR-Assistent/in](#)

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

In Unternehmen (1)

Titel [Softwarehaus Werum sucht Mitarbeiter Kommunikation \(m/w\)](#)

In Verbänden (Non-Profit (2))

Titel [Pressereferenten/in in Düsseldorf gesucht](#)

Titel [Sozialwerk sucht Persönlichkeit mit ausgeprägten kommunikativen Kompetenzen](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 19. März 2007 - 21:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.520 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 (frau.scheben@gmx.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Juliane Bötzel, Leipzig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Erich Dederichs, Bonn; 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 Pfannenber, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räsche, 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; Norbert Schulz-Brudoehl, Remagen; 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.

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-nusssknacker.de.



Zwischen „No comment“ und „Blow-up“:

Eintägiger Workshop für Führungskräfte

Kommunikation vor, während und nach Krisen:

Wie verhindern wir ausufernde Medienberichterstattung?

Wie minimieren wir Imageschäden?

Einführung: Kriterien für eine Öffentlichkeitsarbeit in Spannungsfeldern

Akzeptanz erreichen - Schaden begrenzen - Sprachregelung versus Sprachlosigkeit -
Definition und Differenzierung - Interne und externe Kommunikationsregeln - Krisen -
Die Vermeidung von Belagerungs-(Wagenburg-)Denken - Kommunikationsregeln in
Krisenmanagement und Informationsmanagement - Krisenintensivierer und
Krisenprofiteure - Der Sprecher und die Steuerungsgruppe - Stellungnahmen unter
Zeitdruck und Ungewißheit - Informationen und Bekanntgabe von Maßnahmen -
Standardmeldung - Auch die kleinste Nachricht dient der Initiative - MIKOS:
Mitarbeiterkommunikationssystem - Informieren in der Betriebsversammlung

Diskussionspunkte

1. Strategische Planung
2. Risiko-Szenarien
3. Prae-Analysen
4. Ein Kommunikationsmodell: Das IKEA-Prinzip: $G = De + Di$
5. Zielunterstützung - Zielschädigung
6. Fakten und ihre Bewertung: Statement-Technik SEA und SEB
7. Das Prinzip Einfachheit
8. Die Macht der Triaden - Von der Taktik zur Strategie
9. Der Einsatz von Fragen und Antworten
10. One-Voice-Wording
11. Das Interview
12. Die situative Telefonpressekonferenz
13. Das improvisierte Pressegespräch
14. Wie beeinflussen wir größtmögliche Faktizität und Neutralität in der
Medienberichterstattung
15. Strategisches Medien-Monitoring und operative Auswertung
16. Die Vernetzung von Partnern, Beobachtern unter Einbeziehung von Gegnern
17. Public Affairs: Über den Umgang mit offenen und verdeckten politischen
Einmischungen

Referenten und Moderation

Wolfgang Reineke, Heidelberg - Sascha Tischer, :relations, Frankfurt

Teilnehmerzahl	maximal 15
Termin und Ort	18. April 2007 (Mi) in der Europäischen Akademie Nordrhein-Westfalen, Weberstr. 118, 53115 Bonn
Tagungszeit	10.00 - 18.00 Uhr
Tagungsgebühr	€ 800,00 + MwSt. (einschl. Unterlagen und Erfrischungen)
Anmeldung an	Reineke und Partner, Führungsseminare und Beratung Schloß-Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg Telefon 06221/165506, Telefax 06221/161178 wolfgang.reineke@reineke-heidelberg.de