

PR-Journal-Newsletter

Nr. 107 / 14. Woche 2007

Seite. 1 _____

PR-Branche meldet für 2006 kräftiges Wachstum: 12,7 % mehr Honorarumsatz - 9,7 % mehr Mitarbeiter

Auch 2006 haben die deutschen PR-Agenturen wieder kräftig zugelegt: die für das PR-Umsatzranking ausgewerteten 149 Fragebögen der PR-Agenturen ergaben bei den vergleichbaren Honorarumsätzen ein Plus von 12,65 Prozent (von 364,96 Millionen Euro in 2005 auf 438,43 Millionen Euro). Die Agenturen haben auch (saldiert) 350 Mitarbeiter neu eingestellt. Von 3.859 auf 4.209 Festangestellte bedeutet ein Plus von 9,73 Prozent. Und auch der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz ist um über 4.000 Euro auf nunmehr 109.500 Euro gestiegen. Diese überraschend erfreulichen Zahlen zeigen, dass es zumindest im Bereich Public Relations in der Kommunikationsarbeit weiter kräftig nach oben geht.

Im Ranking 2003 war es noch ein Nullwachstum, 2004 meldeten 128 Agenturen dann 5,8 Prozent mehr und 2005 hatten 104 Agenturen 11,4 Prozent Honorarzuwachs. Die Prognosen der Agenturchefs lassen für 2007 wiederum ein zumindest zweistelliges Honorarwachstum erwarten. Die PR-Branche boomt.

Das jährliche Umsatzranking der PR-Agenturen wurde bereits zum elften Mal in Folge von PR-Berater Gerhard A. Pfeffer, Siegburg erhoben und ausgewertet.

Dass die PR-Branche die Talsohle verlassen hat, zeigt auch die Stellenbörse im Onlinemagazin "PR-Journal": in den ersten drei Monaten 2007

wurden bereits 150 Stellenangebote geschaltet – in 2006 waren es insgesamt 456 Stellenangebote. Auch im redaktionellen Bereich nehmen die Meldungen weiter zu: 240 Personal- und 192 Etmeldungen waren es bereits im 1. Quartal 2007.

Das PR-Umsatzranking 2006 kann im Internet unter www.pr-journal.de (im Navigationsmenu "PR-Agenturrankings") abgerufen werden. Neben dem Gesamtranking der 149 Agenturen können 39 weitere Spezialrankings eingesehen werden (zum Beispiel 20 Kompetenzfelder-Auszählungen von Auto bis Umwelt oder die sieben Ballungszentren-Rankings sowie ein Ranking nur mit den Agenturen, die für ihre Zahlen ein Testat ihres Steuerberaters vorgelegt haben).

Baron von der WiWo zur Deutschen Bank

Stefan Baron (59), Chefredakteur des Wochenmagazins "WirtschaftsWoche", Düsseldorf (Holtzbrinck-Verlag) wechselt vom Rhein an den Main und wird neuer Kommunikationschef der Deutschen Bank in Frankfurt am Main - als Nachfolger von Simon Pincombe. Erstmals hatte dies übrigens der Weblog "BooCompany" am 27. März gemeldet. Der WiWo-Chef bloggt selbst unter dem Label "Black Baron".

Seit März 1991 ist Baron Chefredakteur der "Wirtschaftswoche". Er hatte die Redaktion ganz auf seine Person zugeschnitten. Nun gibt er den Posten ab. Seine Nachfolge werde intern besetzt, der Wechsel erfolge sehr bald, hieß es in Düsseldorf. Die Deutsche Bank wollte die Personalie nicht kommentieren.

"Ich gehe nicht leichten Herzens, aber die neue Herausforderung bei der Deutschen Bank war einfach unwiderstehlich", erklärte Baron gegenüber dem "manager magazin". Ab Juni wird er die Bereiche Presse, interne Kommunikation und Markenführung verantworten - sowie eine führende Position im Corporate-Social-Responsibility-Bereich übernehmen.



PR-Journal auf der Second Life-Insel "The Trimedia World"

Trimedia Communications eröffnete Anfang März als erste europäische PR-Agentur-Gruppe eine Filiale in Second Life. „The Trimedia World“ soll die Entwicklung im Social Web vorantreiben und bietet den medieninteressierten Avataren einen virtuellen Newsroom. **Das „PR-Journal“ unterstützt dieses Ziel und ist nun ebenfalls auf der Insel von Trimedia Communications präsent** - und ist damit das erste Branchenmedium im Second Life. Auf so genannten SL RSS-Readern können die Besucher der Insel die News des PR-Journals auch in der virtuellen Welt lesen. Die Zusammenarbeit wird in den nächsten Wochen weiter ausgebaut - u.a. mit der Übernahme der "PR-Jobbörse". Die Insel soll zu einem zentralen Treffpunkt von PR- und Marketing-Interessierten in der virtuellen Realität werden.

PR-Trendmonitor: Agenda-Setting und Image-Stärkung

Attraktive Themen finden und diese in den Medien zu platzieren, halten Pressestellen für die größte Herausforderung in der PR-Branche. Das hat der jüngste PR-Trendmonitor der dpa-Tochter news aktuell und der PR-Agentur Faktenkontor, beiden in Hamburg, ergeben. Demnach nennen gut 14 Prozent der befragten Pressestellen "Agenda Setting" als größte Herausforderung. Danach folgen die Themen "Budgets und Kosten" sowie "Web 2.0" (jeweils 13,5 Prozent).

Die befragten PR-Agenturen sehen dagegen zu gut einem Viertel knappe Budgets und Kosteneinsparungen als größte Herausforderung an. "Web 2.0" wird von fast einem Fünftel der PR-Agenturen in diesem Zusammenhang genannt. Etwas über 11 Prozent der Agenturen schätzt die "Erfolgsmessung der PR-Arbeit" als größte Herausforderung ein.

news aktuell und Faktenkontor fragten im Rahmen des PR-Trendmonitors auch nach den wichtigsten Zielen in der Pressearbeit. Das "Image in der Zielgruppe zu stärken", steht für fast zwei Drittel der Pressestellen und PR-Agenturen im Vordergrund. "Der systematische Ausbau der Bekanntheit" folgt mit knapp 60 Prozent an zweiter Stelle. Alle Ergebnisse des PR-Trendmonitors 1/2007 unter: www.pr-trendmonitor.de.

- Anzeige -

SERVICE ANALYST
Medianaalyse - neu definiert!

- Quantitative und qualitative Medianaalysen
- Individuell festgelegte Bewertungsmaßstäbe
- Kommentierter Bericht
- Mitgelieferte Analyse-Software
- Online-Kundenportal

Mehr Informationen finden Sie hier: www.newbase-analyst.de

Personalien

Binder wird Unternehmenssprecher der WAZ-Mediengruppe

Die WAZ-Mediengruppe in Essen hat erstmals einen Unternehmenssprecher berufen. Die Aufgabe nimmt ab sofort der bisherige Medienredakteur der "Westdeutschen Allgemeinen Zeitung", **Paul Binder** (36), wie der Verlag am Freitag mitteilte. Binder berichtet direkt der Gruppengeschäftsführung und stimmt seine Aufgaben mit **Rüdiger Opfers** (46) ab, der von der WDR-Pressestelle Anfang des Jahres zur WAZ-Gruppe wechselte und die Position des Beauftragten der WAZ-Gruppengeschäftsführung für Strategische Kommunikation und Neue Medien inne hat. Die Hauptabteilung Marketing und Kommunikation (Leitung: **Stefan Zowislo** (43))

komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

verantwortet weiterhin die interne Kommunikation und Repräsentationsaufgaben.

Gudrun Hindersin wird neue Unternehmenssprecherin des WDR

Gudrun Hindersin (50) wird am 1. April neue Unternehmenssprecherin und Leiterin der Pressestelle des Westdeutschen Rundfunks (WDR) in Köln. Zusätzlich übernimmt sie die stellvertretende Leitung der Hauptabteilung Kommunikation, Forschung und Service (Leitung: Claudia Schmidt). Hindersin, bereits seit Februar kommissarische Leiterin der Pressestelle, folgt auf Rüdiger Oppers, der wie berichtet zur WAZ-Mediengruppe nach Essen wechselte.

Personalien compact (13) (13.KW-07)

01: **Martin Bredl**, Leiter der Unternehmenskommunikation Telekom Austria Festnetz in Wien wurde am 28. März zum neuen Präsidenten des österreichischen PR-Branchenverbandes **PRVA** gewählt. Vizepräsidenten sind **Peter Hörschinger** (Agentur IKP) und **Bettina Pepek** (Gallaher Austria Tabak).

02: **Christian Lawrence** (46) leitet jetzt die Unternehmenskommunikation der Münchener-Rück-Versicherungsgruppe in München. Er kommt von Allianz Global Investors und folgt auf **Rainer Küppers**.

03: **Christopher Pauls** (33) wechselt von BBDO Worldwide in Hamburg als Account Director zu Publicis Consultants | Deutschland nach Berlin.

04: **Nastassja Heinz** übernimmt von **Anja Welp** die Bereichsleitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Büromöbelhersteller Haworth Deutschland in Bad Münden.

05: **Michael Gaide** (47) ist als Unternehmenssprecher und Leiter Kommunikation bei der Deutschen Messe in

Hannover ausgeschieden - er will sich mit einer eigenen Agentur selbstständig machen (und berät die Messe weiter).

06: **Bernd Wilmer** leitet die neue Unit Internationale Geschäftsentwicklung bei APCO Worldwide in Deutschland. Ebenfalls im Berliner Büro übernimmt **Martin David Ledwon** die neue Position als Associate Director für das operative Management.

07: **Markus Elsen** (38) leitet ab 1. Mai die Inhouse-Kommunikation bei BurdaYukom Publishing in München. Vorgänger war **Werner Idstein**.

08: **Christine Ritz** (39) macht hausintern Karriere und wird als Nachfolgerin von **Gillian Karran-Cumberledge** neue Leiterin Investor Relations bei Volkswagen in Wolfsburg.

09: **Manuel Hüttl** wird neuer General Manager für Zentraleuropa bei Waggener Edstrom Worldwide in München. Er war zuletzt bei Billo PR in Wiesbaden und komm.passion in Frankfurt am Main.

10: **Olaf H. Meidt** (50) wechselte von General Motors Austria in Wien als neuer Pressesprecher zur Volvo Car Company in Köln.

11: **Kathrin Hagel** (26) und **Claudia Kößl** (29) verstärken jetzt das Team von Helmut Weissenbach Public Relations in München.

12: **Jo Weber** (50) ist jetzt neuer Director Mobile Communication bei LG Electronics in Willich. Er war zuletzt bei T-Mobile Deutschland.

13: **Christine Klimaschka** wurde zur Leiterin der Abteilung ORF-Radio-Öffentlichkeitsarbeit in Wien bestellt.

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

E.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Etats

Etats compact (18) (13.KW-07)

- 01: Viadeo (Social Business Network), Paris/Frankreich
an: **vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch**, Unterschleißheim
- 02: T.A. Cook & Partner Consultants (Managementberatung), ???
an: **index Agentur**, Berlin
- 03: Deutscher Verkehrssicherheitsrat (Kampagne "Bester Beifahrer"), Berlin
an: **MediaCompany Berlin**, Berlin
- 04: SWR Südwestrundfunk ("Tigerenten-Club"), Baden-Baden
an: **Freudl & Friends**, Karlsruhe
- 05: Duettos (Aufdeckungsspiele), Frastanz/Österreich
an: **Agentur für kreative PR Barbara Schreiter**, Berlin
- 06: IMG International Management Group, ???
an: **häberlein & mauerer agentur für public relations**, München
- 07: Merian Scout Navigator, München
an: **Comeo PR**, München
- 08: Schafhof-Festival für UNICEF, ???
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst
- 09: Hypoxi-Therapie, Salzburg
an: **move communications**, Martinsried
- 10: TBM Consulting Group, Frankfurt am Main
an: **Hotwire**, Frankfurt am Main
- 11: ZDF mediathek ("2057 - Unser Leben in der Zukunft"), Mainz
an: **Atkon**, Wiesbaden
- 12: Rote 66 (Navigation), Amsterdam/Niederlande
an: **Trademark Public Relations**, München
- 13: Hansestrand (innovatives Konzept für das Freizeitangebot am Stadtwaldsee), Bremen
an: **Leipziger & Partner Kommunikation (GPRA)**, Frankfurt am Main (Büro: Hannover)

14: nugg.ad (Behavioral Targeting), Berlin
an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

15: Beratungsunternehmen Concentro, München
an: **HBI Helga Bailey**, München

16: Verbatim (europäischer Marktführer optischer Medien), Eschborn
an: **komm.passion (GPRA)**, Düsseldorf

17: Magners Original Irish Cider/Bulmers Ltd., Dublin/Irland
an: **Trimedia Communications Deutschland**, Düsseldorf (Büro: Berlin)

18: TietioEnator Deutschland (unterstützt Unternehmen, ihre Wettbewerbsfähigkeit in der digitalen Wirtschaft zu stärken), München
an: **Maisberger Whiteoaks**, München

Branche

Pleon unterzeichnet Charta der Vielfalt

Deutschlands führende Kommunikationsberatung Pleon (GPRA), Düsseldorf ist der "Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland" beigetreten. Ziel der Initiative ist es, Vielfalt in allen Bereichen unternehmerischer Tätigkeit zu erkennen und produktiv zu nutzen. Pleon zählt zu den ersten deutschen Unternehmen, die sich der Charta anschließen. Erstunterzeichner und Initiatoren sind DaimlerChrysler, die Deutsche Bank, die Deutsche BP und die Deutsche Telekom. Bundeskanzlerin Angela Merkel hat die Schirmherrschaft übernommen.

Branche compact (7) (13.KW-07)

01: Die Wachstumsformel des internationalen **PR-Netzwerks Lewis PR** liest sich ambitioniert: Verdopplung der weltweiten Unternehmensstandorte innerhalb zweier Jahre. Die privat geführte PR-Agentur verfügt aktuell über ein organisch gewachsenes, weltweites Netz von insgesamt 21 LEWIS-Niederlassungen und plant, **innerhalb der nächsten 24 Monate weitere 20 neue Büros zu eröffnen**. Die Entscheidung wird von der hohen Wachstumsdynamik in allen Regionen getragen. In diesem Jahr eröffnete das Unternehmen bereits sechs neue Niederlassungen

- darunter auch die zweite deutsche Filiale nach München in der Rheinmetropole Düsseldorf.

02: "Horizont" und "w&v" haben das **Umsatzranking der inhabergeführten Werbeagenturen** in Deutschland ermittelt. Das Gross Income der 75 Agenturen ist um 12,8 Prozent auf 726 Millionen Euro gestiegen. 6.428 Mitarbeiter stehen auf der Payroll. Die ersten fünf Plätze: Serviceplan, München (83,66 € Honorar); Jung von Matt, Hamburg (46,91); Media Consulta, Berlin (38,26); Select Communications, Koblenz (33,27) sowie Pact, München (24,55).

03: **Möller Horcher Public Relations, Offenbach**, eine auf IT- und High-Tech-Unternehmen spezialisierte Agentur, hat ein **europäisches Netzwerk mit vier Partneragenturen** aufgebaut. Damit ist das erfolgsorientierte PR-Konzept von Möller Horcher ab sofort auch in Österreich, Frankreich, Großbritannien und den Niederlanden verfügbar. Seit der Gründung im Jahre 2000 bietet Möller Horcher neben der klassischen Pauschale auch ein erfolgsorientiertes Honorarmodell an, das für eine besonders partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunde sorgt: die Kunden bezahlen dabei nicht bloße Bemühungen, sondern nachweisbare Resultate. Infos: www.moeller-horcher.de.

04: Als erste Agentur Österreichs gründet die **Wiener PR-Agentur Skills** eine eigene Unit "Arab World" und bietet damit ab sofort spezielle PR- und Beratungsdienstleistungen für Unternehmen an, die im stark wachsenden arabischen Wirtschaftsraum tätig sind. Ein österreichisch-arabisches Beraterteam bildet das neue **"Skills Center Arab World"** und bietet neben strategischer PR-Beratung auch interkulturelle Kommunikations- und Verhandlungs-Coachings für Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik.

05: Bei den **Mercury Excellence Awards** (amerikanischer Design- und Kommunikationswettbewerb) erreichte **Henkel**, Düsseldorf zwei Silbermedaillen, einmal Bronze und einen Sonderpreis.- Das von Hoffmann & Campe, Hamburg produzierte **BMW-Magazin special "Der neue 3er"** wurde mit dem Grand Award "Best of Custom Publications" ausgezeichnet.

06: Die Kommunikationsagentur **Hill & Knowlton Communications** (GPRA), Frankfurt am

Main und ihre auf IT, Telekommunikation und Hightech spezialisierte Tochteragentur **Hiller, Wüst & Partner (HWP)** haben eine **gemeinsame Health-Tech-Abteilung** gegründet. Künftig berät ein Team aus Healthcare- und IT-Experten Unternehmen, die Entscheider im Gesundheitssektor erreichen möchten. Mit der Erweiterung des Beratungsangebots schaffen Hill & Knowlton und HWP ein Verbindungsglied zwischen Unternehmen und Institutionen der Technologie- sowie der Medizinbranche. Denn die Kommunikation für Informationstechnologie im Healthcare-Bereich erfordert Branchenkenntnis plus Technikkompetenz.

07: Die **Kommunikationsberatung :relations in Frankfurt am Main ist erfolgreich ins neue Jahr gestartet**. Gleich sieben Etat-Gewinne und -Neuzugänge können die Frankfurter PR-Profis vermelden: Ab sofort arbeitet das Marken- und Food-Team zum Beispiel für die Lebensmittelmarken „Bonne Maman“, französische Premium-Konfitüren, Marmeladen und Gelees, und „Odenwald“, hochwertige Obstkonserven und -kompotte. Weitere Aufträge: Soda-Club, Brita, Kampffmeyer Food Innovation und Sarotti.

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=pr2

Aus Observer wird Cision

Die Observer-Gruppe, der weltweit führende Dienstleister für Medienkontaktmanagement, Medienmonitoring und Evaluation, gibt heute die Umbenennung aller ihrer Ländergesellschaften und Geschäftsbereiche bekannt. Ab sofort gilt weltweit ein gemeinsamer Name: Cision.

Die Observer-Gruppe war bisher unter zehn verschiedenen Namen tätig. Das Rebranding spiegelt die verstärkte internationale Ausrichtung der gesamten Organisation und aller Regionen wider. Als globaler Marktführer bietet Cision seinen Kunden länderübergreifend integrierte Services und internationale Lösungen aus einer Hand.

"Unsere Kunden werden auch weiterhin die Qualität erhalten, die sie vom Marktführer kennen und erwarten", erklärt Oliver Graßy, Geschäftsführer von Cision Deutschland in Kornwestheim. "Wir werden unsere globalen Ressourcen und Servicequalitäten noch effektiver im Sinne unserer Kunden nutzen können, wo auch immer diese tätig sind."

Medien compact (3) (13.KW-07)

01: Blogs sind das Kommunikationsphänomen des Web 2.0-Zeitalters schlechthin. Kein Wunder, dass auch Unternehmen verstärkt auf Weblogs als Kommunikationsinstrument setzen. Welche rechtlichen Grundlagen dabei eine Rolle spielen, beleuchtet der **Leitfaden "Corporate Blogs" des BVDW** Bundesverband Digitale Wirtschaft, Düsseldorf in Zusammenarbeit mit Dr. Sabine Grapentin (Noerr Stiefenhofer Lutz), Leiterin des Arbeitskreises Recht im BVDW, erstellt hat. Der Leitfaden steht ab sofort kostenlos zum Download zur Verfügung:

www.bvdw.org/fileadmin/medien/wissenspool/Leitfaden_Blogs_BVDW_20070326.pdf. Gemäß dem am 1. März 2007 in Kraft getretenen Telemediengesetz („TMG“) stellen Blogs grundsätzlich Telemedien dar, also elektronische Informations- und Kommunikationsdienste.

02: **Ab sofort stehen AP-Abonnenten Business Wire-Pressemitteilungen in elf Sprachen zur Verfügung** und auch deutschsprachige Originaltextmitteilungen werden nun zusätzlich in Deutschland über Associated Press verbreitet. Seit Januar 2000

verbreitet Business Wire Originaltext-Inhalte über das internationale Redaktionsnetzwerk von AP. Die Bekanntmachung bedeutet, dass Business Wire-Mitteilungen die Medien der nationalen Märkte nun noch gezielter erreichen. Business Wire ist und bleibt der einzige Nachrichtendienstleister, der Meldungen aller weltweit führenden Nachrichtendienste im Originaltext anbieten kann: AP, Agence France-Presse, Bloomberg, Dow Jones und Reuters.

03: Der **"STAMM" feiert Jubiläum: 2007 erscheint die 60. Ausgabe** des umfangreichsten Nachschlagewerks für die deutschen Medien. Über 28.000 Titel verzeichnet der "STAMM Leitfaden durch Presse und Werbung" in der Ausgabe für 2007. Natürlich gibt es die STAMM-Daten auch als Medien-CD oder monatlich aktualisiert auf der Datenbank "STAMM Impressum". Weitere Informationen auf www.stamm.de.

Stamm Medien-Newsletter April 2007

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im März 2007 wurden 5.318 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.091 Medien. Der neue monatliche **"Stamm Medien-Newsletters"**, informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier fünf Änderungen: (siehe Homepage)
Zur Fortsetzung der Meldungen/zum kompletten Stamm-PDF-Newsletter [hier klicken](#).

Services + Tipps

Firmenprofile im Portal Firmenwissen recherchieren

Das Informationsportal www.firmenwissen.de wird jetzt zu 100 Prozent vom Verband der Vereine Creditreform, Neuss betrieben. Zeitgleich erfolgte ein umfassender Relaunch der Internetseite. FirmenWissen richtet sich mit seinem Informationsangebot in erster Linie an kleine und mittlere Unternehmen des deutschsprachigen Raumes. Diese können über das Portal Firmenprofile aus Deutschland, Österreich, Luxemburg und der Schweiz sowie

Bilanzinformationen beziehen. Zusätzlich können pro Download bis zu 1.000 Firmenadressen aus einem Datenpool recherchiert werden. In diesem Datenpool befinden sich Firmenadressen von wirtschaftsaktiven Unternehmen aus den vier Ländern.

BMWi: Zur Entwicklung des Arbeitsmarktes im März 2007

Zu den neuen Arbeitslosenzahlen erklärt der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Michael Glos (CSU): "Wir dürfen jetzt der Wirtschaft bei der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen keine Steine in den Weg legen. Wir haben im Gegenteil die Verantwortung, gerade für die kleinen und mittleren Unternehmen die Rahmenbedingungen weiter zu verbessern. Denn der Mittelstand schafft die meisten Jobs."

Die wichtigsten Zahlen vom 29. März in Kürze:

- Die Zahl der registrierten Arbeitslosen nahm von Februar auf März 2007 um 114.000 auf 4,108 Millionen ab. In den Vorjahren (2003 - 2006) ging die Arbeitslosigkeit im März durchschnittlicher um rund 62.000 zurück
- Saisonbereinigt reduzierte sich die Arbeitslosigkeit im März zum Vormonat um rund 65.000
- Im Vergleich zum Vorjahr liegt die Zahl der Arbeitslosen im März um 869.000 niedriger (Februar: 826.000)
- Die Arbeitslosenquote lag im März bei 9,8 Prozent (Februar: 10,1 %)
- Die Zahl der Erwerbstätigen (Ursprungszahl, Inland) erhöhte sich im Februar zum Vorjahr um 571.000 Personen weiter auf 38,96 Millionen Saisonbereinigt stieg die Erwerbstätigkeit im Februar zum Vormonat um 30.000 Personen an
- Die sozialversicherungspflichtige Beschäftigung nimmt weiter zu. Im Januar gab es 26,46 Millionen sozialversicherungspflichtige Beschäftigte (Ursprungszahl), 624.000 mehr als im Vorjahr. Zum Vormonat erhöhte sich ihre Zahl saisonbereinigt um 109.000.

Service compact (4) (13.KW-07)

01: Das Geschäftsklima in der Gewerblichen Wirtschaft hat sich im März wieder aufgehellt, nachdem es sich in den beiden Monaten zuvor etwas eingetrübt hatte. Der **Ifo-Geschäftsklima-Index** verbesserte sich zuletzt von 107,0 im

Februar auf 107,7 im März. Zu leichten Stimmungseintrübungen kam es im Bauhauptgewerbe und im Großhandel. Im Verarbeitenden Gewerbe sowie im Einzelhandel hellte sich das Geschäftsklima hingegen merklich auf. (BMWi)

02: **Betreiber von Meinungsforen im Internet müssen ehrverletzende Beiträge von ihrer Homepage entfernen.** Nach einem Urteil des Bundesgerichtshofs vom 27. März gilt dies für Äußerungen bekannter wie anonymer Autoren gleichermaßen. Demnach besteht diese Pflicht des Forum-Betreibers auch dann, wenn der Autor des ehrverletzenden Beitrags namentlich bekannt ist und der Geschädigte ihn direkt auf Unterlassung verklagen könnte.

03: „**Die Kanzler und die Medien**“ von Lars Rosumek (Campus Verlag, Frankfurt am Main, ISBN: 978-3-593-38214-2) ist **das erste Überblicksbuch zur PR der deutschen Kanzler.** Es enthält Interviews mit Eduard Ackermann, Klaus Bölling, Andreas Fritzenkötter, Klaus Harpprecht, Uwe-Karsten Heye, Klaus-Otto Skibowski und Ulrich Wilhelm.

04: Einige weitere wirtschaftliche Kennziffern dieser Tage:

- Der **GfK-Konsumklima-Index** hat die jahresanfängliche Schwächephase überwunden und steht jetzt bei 4,4 Punkten für den April.
- Die **Verbraucherpreise** haben sich innerhalb eines Jahres lt. Statistischem Bundesamt um 1,9 Prozent erhöht.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

2. LPRS >> Forum: Management means Communication!

Keine Kommunikation, kein Management! Es darf nicht mehr heißen „Management braucht Kommunikation“, es muss heißen „Management IST Kommunikation“. Kein Bereich eines Unternehmens kommt ohne funktionierende Kommunikationsabläufe aus. Deshalb stellt der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V. am 20. April bewusst diese provokante These beim 2. LPRS-Forum zur Diskussion. Weitere zentrale Fragen des LRPS-Forums, das den Auftakt zum 2. Treffen der Leipziger PR-Alumni bildet, werden sein: Ist Kommunikation eine

zentrale Managementfunktion? Wie ist die Kommunikation heute in Managementprozesse integriert? Welche Rolle steht ihr zu? Welche Anforderungen stellen zukünftige Entwicklungen an die Kommunikationsmanager? Termin: Freitag, 20. April - 18 Uhr in Leipzig. Infos + Anmeldung: www.lprs.de.

Termine compact (15) (13.KW-07)

01: Zum **3. Fachtag für Kommunikations-Controlling** am 15. Mai laden Lothar Rolke und Wolfgang Jäger an die FH Wiesbaden. Dort werden neue Case Studies zum Kommunikations-Controlling von MLP, Bayrischer HypoVereinsbank, KarstadtQuelle Versicherung und Degussa sowie ein erstes Modell zur Berechnung des Kommunikationswertes vorgestellt. Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.djm.de/kom-con/ft.htm.

02: Termin unbedingt vormerken: **Kommunikationskongress 2007** am 11. und 12. Oktober in Berlin. Infos: www.kommunikationskongress.de.

03: Der erste **Internationale Mediendialog Hamburg** (Nachfolgeveranstaltung der Hamburger Medientage) findet am 4. Juni im Hamburger Rathaus statt. Thema: "Nach der Digitalisierung - wie erobern neue Geschäftsmodelle die mediale Welt?" Infos bei: f.schuetz@faktor3.de.

04: Im Rahmen des **PR-Seminarprogramms von F.A.Z.-Institut und ConVent Seminare** werden folgende eintägige Kompakttrainings angeboten: "Das 1x1 für professionelle Journalistenkontakte" am 8. Mai, "Internationale PR" am 9. Mai, "Rechtliche Grundlagen für Öffentlichkeitsarbeiter" am 10. Mai und "Krisen-PR" am 22. Mai 2007. Ausführliche Informationen und Anmeldeunterlagen können hier im Internet abgerufen werden: www.seminare.convent.de/index.php?id=721.

05: „**Kreative Ideenfindung**“, lautet der Titel des Workshops, den die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) am 16. und 17. Juni in Frankfurt a. M. veranstaltet. Der Workshop zeigt PR-Fachkräften, wie sie besser, kreativer und frischer an Themen herangehen können. Sie erfahren, wie sie immer wieder neue Ideen für Themen rund um das Produkt oder die Dienstleistung ihrer Kunden entwickeln können.

Und sie lernen Kreativtechniken kennen, mit denen sie das gleiche Thema immer wieder neu und immer wieder spannend aufbereiten können.

Referent Jens-Uwe Meyer ist Geschäftsführer der Firma "Die Ideeologen". Nähere Informationen zum Workshop auch unter www.dapr.de.

06: Das nächste **Convento-Anwenderforum** für PR- und IR-Fachleute von maassen+partner, Neuss findet am 26 April beim "Handelsblatt" in Düsseldorf statt. Infos: www.convento.de.

07: Das **Strategieforum "Wie Sie digitale Medien zur crossmedialen Themenmaschine machen"**: (www.depak.de/files/news/depak_strategieforum_2007.pdf) wird gemeinsam ausgerichtet von: BurdaYukom, Roland Berger, ESMT und der **Deutschen Presseakademie**. Die Themen des Forums sind: E-Journals, Pod- und Vodcasts, Blogs und Onlineforen, IPTV und MobileTV. Das Strategieforum macht die neue Medienwelt transparent und bringt Sie auf den aktuellen Stand. Namhafte Referenten aus der Praxis zeigen Wege auf, wie Unternehmen die neuen digitalen Medien effektiv und erfolgreich für sich nutzen können.

08: Methoden für das Erkennen von nachhaltigen Trends stellen Referenten aus acht Nationen auf der **2. Euroforum Jahrestagung "Internationales Trend- und Zukunftsmanagement"** am 9. und 10. Mai in Bergisch Gladbach vor. Neben unterschiedlichen Analysetechniken präsentieren Zukunftsexperten nationale und internationale Trends. Infos: www.euroforum.de/pr-trend07.

09: Das Frühlingsangebot aus Krems/Österreich: Das **Forum Seminare der Donau-Universität Krems** bietet mit PUNKTGENAU das richtige Seminar, Certified Programm, Workshop oder Training. Informationen unter www.donau-uni.ac.at/forumseminare.

10: Der zweite **value!circle »medienproduktion«** startet am 19. April in Kassel. Führungskräfte aus Kommunikations- und Medienindustrie treffen sich in diesem exklusiven Arbeitskreis, um wichtige Themen und Herausforderungen gemeinsam zu bearbeiten. Professionell gecoacht und moderiert bearbeiten die Mitglieder eigene, wichtige oder gar brisante Führungsthemen in vertraulicher und intensiver Arbeitsatmosphäre. Infos: www.value-netzwerk.de.

11: Sich international überzeugend darzustellen, die englische Sprache in jeder Situation gekonnt einzusetzen, ist für viele Unternehmen ein Muss.

Jutta Rubach & Partner bietet Führungskräften **Intensiv-Coaching in Englisch: „How to Speak“ und „How to Present“**. Termine zwischen Mai und August sowie in Einzelabsprache. Infos: www.rubach-pr.de.

12: Die dpa-Tochter **news aktuell hat in diesem Jahr neue Workshops im Angebot**: Seminare zu Themen wie Podcasts und Web 2.0 ergänzen das Programm. Damit reagiert news aktuell auf die wachsende Bedeutung dieser Technologien für die Kommunikation. Mit dem Seminar "Digitalfotografie" gibt es diesmal auch eine Fortbildung, die sich exklusiv an Journalisten richtet. Daneben bietet die dpa-Tochter auch klassische Seminare zum kreativen Texten, den Grundlagen von PR-Konzepten und zur Bildbearbeitung für Pressestellen an. Programmheft bestellen: <mailto:mediaworkshop@newsaktuell.de>.- Für April gibt es noch vier Termine für media workshops in Süddeutschland: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de>.

13: Am 25. April von 13.30 bis 20 Uhr laden Studierende und Lehrende zum **„Schnupperstudium“ in die Universität der Künste Berlin** ein. Interessierte können den **Masterstudiengang Kulturjournalismus** vor Ort entdecken, zum Beispiel in der Vorlesung „Kultur als Treibstoff der Gesellschaft“ von Peter von Becker, in Fernsehfilmen der Studierenden und in der Kulturlounge mit Ehemaligen. Infos: www.udk-berlin.de/kulturjournalismus.

14: Am 12. April findet in Düsseldorf das **directnews-Kurzseminar zum Thema "Podcast und Vodcast in der PR"** statt. Infos: www.directnews.de.

15: Das nächste und damit **19. medienforum nrw** findet vom 18. bis 20. Juni in den Rheinparkhallen der kölnmesse in Köln statt. Infos: www.medienforum.nrw.de.

Pfeffer&Salz&Senf

So einfach (und billig) geht Lobbying...

Nein, dies ist kein Beitrag zum Thema Nichtrauchererschutzgesetz (da bin ich auch als Pfeifenraucher wenig glaubwürdig!). Nein, es

geht mal wieder um den offensichtlich verhängnisvollen Einfluss der Tabakindustrie, die – wie mehrfach zu lesen war – offensichtlich durch geschickte Aktionen Ministerpräsidenten dazu gebracht hat, die einheitliche Front der Gesundheitsminister zu durchbrechen. An vorderster Stelle der Kritik steht dabei Christian Wulff, der Ministerpräsident von Niedersachsen, der nichts anderes will, als Gaststätten selbst die Entscheidung zu überlassen, ob sie sich als Raucher- oder Nichtraucher-Kneipe definieren.

Jetzt wissen wir – dank einer Anfrage im Niedersächsischen Landtag – auch, wieso Christian Wulff angeblich so willig den Einflüsterungen der Tabakindustrie erlegen ist. Der Verband der Cigarettenindustrie steckt dahinter, denn der hat u.a. das Sommerfest der Niedersächsischen Landesvertretung 2006 mit einer Geldspende von 2.500 € (!) unterstützt. Kein Wunder, dass ein Ministerpräsident bei einer solchen Summe schwach wird... Schade, dass die Nichtraucherlobby davon nichts wusste, denn die hätten doch bestimmt einen höheren Betrag zusammen bekommen und dann hätte sich Christian Wulff wahrscheinlich anders entschieden.....

Erich Dederichs, [dederichs kommunikation, Bonn](mailto:dederichs.kommunikation@dederichs-kommunikation.de)

Rezensionen

Ruisinger: *Online Relations*

Dominik Ruisinger: **Online Relations – Leitfaden für moderne PR im Netz**, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2007. 250 Seiten. Preis: 39,95 Euro. ISBN 978-3-7910-2627-5.

Autorin der Rezension: [Ulrike Michels](#), Pleon, Düsseldorf

Durch das Internet hat sich die Arbeit von Kommunikationsprofis stark gewandelt. Dabei werden Online Relations jedoch auch von Branchenprofis häufig mit reiner Pressearbeit im Netz gleich gesetzt – ein Irrtum. Der E-Mail-Versand von Pressemitteilungen ist nur ein Instrument neben zahlreichen anderen, auf die der Autor im Detail eingeht. Durch die 2.0-Revolution erfahren PR-Akteure zudem eine Erweiterung ihrer klassischen Rolle als Sender und Empfänger – sie werden zu Moderatoren, ihre Zielgruppen wandeln sich von Empfängern zu Sendern. Verfasser Dominik Ruisinger, Journalist und PR-Berater, bietet einen breiten

Überblick über das Gebiet der Online Relations und führt den Leser zugleich an die praktischen Werkzeuge der Disziplin heran.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

Medien- und Kommunikationsbranche: Nach oben keine Grenzen

Die Unterhaltungs- und Medienbranche in Deutschland wird voraussichtlich bis 2010 jährlich um durchschnittlich 4,2 Prozent wachsen. Ein Großteil der Printbranche hat die Talsohle durchschritten und nimmt mit neuen Produkten den Wettbewerb im digitalen Zeitalter auf. Die Mobile-TV-Zukunft hat begonnen. IP-TV, Infrastruktur-Anbieter, die zu Content-Anbieter werden oder die Abkehr vom klassischen Fernseher als Empfangsgerät verändern die Medienwelt grundlegend. Die Grenzen zwischen Verbreitung, Produktion und Abrechnung verschwimmen zunehmend. Zukunftsorientierte Medienhäuser bedienen die Konsumenten auf verschiedenen Kanälen: Print, Herzstück der Medien, schickt sich an, über zusätzliche Verbreitungswege wie Online, SMS, Audio sowie Video und auf mobilen Empfangsgeräten Inhalte zu verbreiten.

Den Beitrag von Michael Märzheuser, Geschäftsführer der MärzheuserGutzy Kommunikationsberatung, München [hier weiterlesen](#).

Internes (aus Redaktion + Verlag)

Wir machen eine kleine Osterpause. Der nächste Newsletter erscheint am 17. März. Frohe + schöne Festtage!

Neue Anzeigenformate und -preise

Nachdem sich das „PR-Journal“ als größtes, aktuellstes und meistgenutztes Medium in der Kommunikationsbranche etabliert hat und die Zugriffszahlen konstant hoch bleiben (z.B.: tägliche Visits im März 2007: 7.131 – Google-PageRank: 6 von 10), wurden nun die Anzeigenpreise entsprechend angepasst. Auch zwei neue Werbeformen wurden eingerichtet (die aber bereits von Cision und AM Communications gebucht sind): Skyscraper und Rectangle-Content-Banner. Alle Infos hier: www.pr-journal.de/werbung.html.

Jetzt auch Akquise-Anzeigen möglich

In der Rubrik „PR-Jobs und Karriere“ gibt es jetzt auch die Möglichkeit, Akquise-Anzeigen zu schalten (für 100 Euro netto bei drei Monaten Laufzeit). Somit können Freelancer, Zulieferer und andere Dienstleister im PR- und Kommunikationsbereich die große Verbreitung des PR-Journals nutzen, um ihre Leistungen anzubieten und Aufträge zu akquirieren.

Auch Zugriff und optische Gestaltung der beiden anderen Bereiche „Jobangebote“ und „Jobgesuche“ wurden vereinfacht und übersichtlicher programmiert.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 20 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (17)

- [Kölner PR-Agentur sucht Redakteur/in.](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\) bei Flutlicht.](#)
- [Impressum sucht Medizin-Redakteur/in für freie Mitarbeit.](#)
- [red roses communications Hamburg sucht Mediengestalter.](#)
- [red roses communications Hamburg sucht PR-Berater.](#)
- [UMPR in Hamburg sucht Mediengestalter / Reinzeichner \(m/w\).](#)

- [Pleon Frankfurt sucht Junior Consultant \(m/w\) Bereich Consumer PR.](#)
- [the.messengers suchen PR-Berater/-in und PR-Trainee \(m/w\).](#)
- [Junior PR-Berater Finanzkommunikation bei Northoff.Com in Frankfurt.](#)
- [Circle Comm sucht PR-Juniorberater \(m/w\) Healthcare.](#)
- [IntraMedic sucht Junior-PR-Berater\(in\) Healthcare.](#)
- [INFOkontor sucht eine/n Redaktions- und Projektleiter/in.](#)
- [WBCO sucht PR Berater \(m/w\) in Frankfurt.](#)
- [APCO Worldwide search for an experienced Senior Associate based in Berlin.](#)
- [REITs in Deutschland sucht Redakteur/in.](#)
- [ergo Kommunikation in Köln sucht Berater/in.](#)
- [ergo Kommunikation in Köln sucht Redakteur/in.](#)
- [FAKTUM sucht Kreativen PR-Berater \(m/w\).](#)
- [Düsseldorfer Agentur sucht Texter/in.](#)
- [ROESSLER PR sucht PR-Assistent/in \(Frankfurt a.M.\).](#)
- [PR-Volontariat bei KOOB.](#)
- [plan B communication sucht Trainees und Junior Consultant](#)

In Unternehmen (1)

[Unternehmen im Bereich Anlagenbau sucht Referent/in PR/Marketing](#)

In Verbänden (Non-Profit (2))

- [Naturland e.V. sucht Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit.](#)
- [Pressereferenten/in in Düsseldorf gesucht](#)

Akquise-Anzeigen (3)

- [PR-Berater und Ghostwriter als Freelancer.](#)
- [PR-Berater mit langjähriger Industriepraxis sucht freie Mitarbeit.](#)
- [Redakteur mit Erfahrung unterstützt sie \(freiberuflich\)](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 02. April 2007 – 20:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.543 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 + Rezensionen + Marketing: (siehe Homepage)

Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61 (funktioniert derzeit leider telekombedingt nicht)
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.