

PR-Journal-Newsletter

Nr. 109 / 17. Woche 2007

Seite. 1 _____

LPRS-Forum: Get naked! Transparente Unternehmen sind notwendig

Management means communication. Diese provokante These stellte der LPRS – Leipziger Public Relations Studenten am 20. April beim 2. LPRS-Forum zur Diskussion. Vor rund 180 Gästen nahmen die Diskutanten Thomas Ellerbeck (Direktor Unternehmenskommunikation und Politik, Vodafone), Bernhard Fischer-Appelt (fischerAppelt Kommunikation (GPRA)), Werner Süss, (Managing Director, Vattenfall Europe Sales), und Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig) Platz.

Get Naked! stand in großen Lettern über dem Foto, das der Moderator der Diskussion, brand eins Redakteur Jens Bergmann, hochhielt. In Zeiten von Web 2.0, Blogging und unbegrenztem Informationszugang für jedermann sei es für ein Unternehmen nicht mehr möglich, die Reputation und damit die öffentliche Meinung alleine top-down zu steuern. Daher müssten diese sich Unternehmen entblättern, sprich vollständig transparent sein.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PRR-Awards: Heiner Springer als PR- Professional ausgezeichnet - Faktor 3 ist Agentur des Jahres

In Berlin sind am 19. April zum fünften Mal die "PR Report Awards" verliehen worden. Mit einer festlichen Gala ehrten mehr als 550 Gäste die

erfolgreichsten Menschen und Kampagnen der deutschsprachigen PR-Wirtschaft. Für den Branchenpreis, den das Magazin "PR Report" seit 2003 in jedem Frühjahr verleiht, war mit 382 Bewerbungen erneut eine Rekordbeteiligung registriert worden.

Als PR-Professional des Jahres wurde **Heiner Springer** (63) ausgezeichnet. Zum PR-Team des Jahres wurde die Abteilung der **Linde Group**, Wiesbaden gekürt. Ein weiterer Gold Award ging an **Faktor 3**, Hamburg als PR-Agentur des Jahres. Den Elisabeth Kohl Award der Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) nahm **Sarah Meis** (Universität Hohenheim) als Studentin des Jahres entgegen.

Von den etwa 70 Finalisten dieses Jahres wurden 15 mit Awards in weiteren Kategorien ausgezeichnet. Ausführliche Informationen zu den Gewinnern und Nominierten gibt es online unter www.prreport.de.

Gesetz zur TK-Überwachung hebt Informantenschutz aus

Als Schlag gegen den Informantenschutz und die Freiheit der Berichterstattung hat der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), Bonn/Berlin die Annahme des Gesetzentwurfs zur Telekommunikationsüberwachung durch das Bundeskabinett vom 18. April kritisiert. Der DJV sieht jetzt Bundesrat und Bundestag in der Pflicht, notwendige Änderungen im Gesetzentwurf vorzunehmen. Es sei Aufgabe des Parlaments, die weitere Aushöhlung von Informantenschutz und Freiheit der Berichterstattung zu verhindern. Wenn der Entwurf Gesetzeskraft erlange, könnten Journalistinnen und Journalisten nicht mehr für die Anonymität ihrer Informanten garantieren.

DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken: "Die berechtigten Interessen von Journalisten und Medien haben bei der Entscheidung der Bundesregierung für den Gesetzentwurf offenbar keine Rolle gespielt". Gemeinsam mit Medienverbänden und -unternehmen hatte der DJV



auf die Gefahren des Gesetzes zur Telekommunikationsüberwachung aufmerksam gemacht. [Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.](#)

- Anzeige -

Personalien

E-Plus: Müller folgt auf Glücksmann

Joe Müller (43) hat von Catrin Glücksmann (40) die Leitung der Unternehmenskommunikation von E-Plus Mobilfunk in Düsseldorf übernommen. In dieser Position zeichnet er für die interne und externe Kommunikation des Düsseldorfer Mobilfunkanbieters verantwortlich, zu dem neben E-Plus die Marken BASE, simyo, AY YILDIZ, vybemobile sowie weitere Partnermarken im E-Plus Netz gehören. Müller berichtet als Director Corporate Communications an den Vorsitzenden der E-Plus Geschäftsführung, Thorsten Dirks.

Vor dem Wechsel zu E-Plus leitete Müller die Kommunikation der Hartmann-Gruppe, einem führenden Anbieter für medizinische Produkte in Europa, und war bei der Deutschen Bahn für die Marketingkommunikation und Markenführung verantwortlich. Glücksmann ist künftig beratend

für das Unternehmen tätig. Seit ihrem Einstieg 2001 leitete sie zunächst die externe, ab Sommer 2006 die gesamte Unternehmenskommunikation.

Personalien compact (15) (16.KW-07)

01: **Katharina Sutch** (32) macht bei Lego Karriere - meldet kress-online. Bisher PR- & Brandmanager verantwortet sie jetzt als European PR-Manager die gesamte Kommunikation für Europa von München aus. **Silke Diekmann** (34) leitet jetzt die Unternehmens- und Handelskommunikation und betreut die Fachpresse. Mit im Team: Junior PR-Managerin **Helena Maretis**.

02: **Judith Kleinemeyer** (34) arbeitet jetzt als Associate Director im Berliner Büro von dimap communications.

03: **Christine Jesse** (32) hat die Leitung der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Cornelsen Verlag in Berlin übernommen. Sie vertritt **Irina Pächntatz**, die für zwei Jahre in Elternzeit geht.

04: **Birgit Stocker** (43) wechselt von der Agentur HBS International als Head of PR zu ING Investment Management Deutschland in Frankfurt am Main.

05: muehlhaus & moers kommunikation (GPRA), Köln hat sich personalmäßig verstärkt. Neu dabei sind **Stefanie Wulff** (36) als Redakteur - er kommt von der Agentur agenda-transfer in Bonn, **Florian Stein** (26) als Volontär und **Selina Contzen** (24) als Office-Managerin.

06: **Bernhard Rössler** (41) und **Klaus-Karl Becker** (41) wechseln von der Commerzbank in Frankfurt am Main zur Mediaagentur Aegis nach Wiesbaden. Dort werden sie eine neue Abteilung für PR und Investor Relations aufbauen.

07: **Karsten Brandt** (30) wechselt in Hamburg von einer GPRA-Agentur zur anderen: von Faktor 3 zu achtung! kommunikation. Er wird künftig im Team

komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

Technik und Motor arbeiten.

08: **Sandra Luger** (31) macht bei Trimedia Communications Austria in Wien Karriere - sie wurde jetzt Teamleiterin des Industry-Teams. Neu dabei ist als Senior Consultant **Dirk Moser** (34), der von Roth & Lorenz, Stuttgart nach Österreich wechselte.

09: **Michael Hlava** (36) ist seit 1. April als Nachfolger von **Wolfgang Renner** Leiter der Stabsstelle Corporate Communications im Austria Research Center in Wien.

10: **Helmut Löhöffel** (63) bekommt bei Veolia Wasser in Berlin mehr Verantwortung: er ist jetzt Leiter Unternehmenskommunikation als Nachfolger von **Frank Engelke**.

11: Sprecher **Christoph Körfer** hat sein Kommunikationsteam bei ProSieben in Unterföhring neu geordnet: **Susanne Karl** (36) ist jetzt seine Stellvertreterin und leitet die Fotoredaktion, **Tina Land** (33) wurde Teamleiterin Show, Unterhaltung und Magazine und **Brigitte Bischoff** (36) hat nach ihrer Elternzeit wieder die Teamleitung Fiction übernommen.

12: **Michael Röder** (29) macht hausintern Karriere und wurde PR-Manager bei Atari Deutschland in Frankfurt am Main.

13: **Klaus Schenkman** (44) wechselt von Infokontor in Köln zur ortsansässigen goDentis Gesellschaft für Innovation in der Zahnheilkunde (gehört zur DKV).

14: **Silke Rosskoth** (39), bisher Pirelli Deutschland in München, ab 1. Juli dann Leiterin Unternehmenskommunikation von Kia Motors Deutschland in Eschborn. Vorgänger war **Christian Gallus**.

15: **Wilfried Rulands** (40) hat die Leitung der Bereiche Kommunikation und Marketing beim

Reifenhersteller Bridgestone Deutschland in Bad Homburg übernommen. Er war vorher bei Alpina Farben tätig. Vorgänger bei Bridgestone war **Cornelius Blanke**.

Etats

Ketchum unterstützt MAN Roland bei internationaler PR

Die MAN Roland Druckmaschinen hat den Etat für internationale PR an Ketchum, München vergeben. Ketchum - eines der Top Ten Networks weltweit - unterstützt den Drucksystemanbieter beim Aufbau eines internationalen PR Programms sowie der Kommunikation der weltweiten Marktorganisation.

"Im Hinblick auf unsere zahlreichen Herausforderungen nach der Lösung vom Mutterkonzern MAN und im Vorfeld der Branchenmesse drupa 2008 in Düsseldorf ist es für uns wichtiger denn je, international einheitlich zu kommunizieren. Wir sind sicher, mit Ketchum einen erfahrenen Partner für diese Aufgabe gefunden zu haben," so Thomas Hauser, Leiter Marketing und Kommunikation bei MAN Roland.

MAN Roland Druckmaschinen ist weltweit führender Hersteller von Drucksystemen und Weltmarktführer im Rollenoffset. Das Unternehmen mit den Hauptstandorten Offenbach, Augsburg, Mainhausen und Plauen beschäftigt fast 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erzielt jährlich einen Umsatz von rund zwei Milliarden Euro bei einem Exportanteil von 82 Prozent.

Etats compact (15) (16.KW-07)

01: VIP Media Group, München
an: **F&H Porter Novelli**, München

02: Sage bäurer, Frankfurt am Main + Empirix, Bedford/MA/USA

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

an: **Schwartz Public Relations**, München

03: BNI Deutschland-Österreich-Schweiz
(Mitgliederzeitung), Berlin
an: **profitext.com Ulrich Zehfuß**, Römerberg

04: Sun Resorts, Mauritius
an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg

05: Keymile (Telekommunikations-Systeme für
Netzbetreiber), Hannover
an: **PR-COM**, München

06: Deutsches Spendenparlament, Hannover
an: **insignis - Agentur für Kommunikation**,
Hannover

07: Sanyo Component Europe, ???
an: **Octane PR**, München

08: Modelabel Unrath & Strano, Berlin
an: **RPM - revolutions per Minute**, Gesellschaft
für Kommunikation, Berlin

09: Kleidungshersteller Murphy & Nye, ???
an: **agencyCall**, Hamburg

10: Premus Logistik und Service, Unterföhring
an: **teamtosse.Agentur für Kommunikation**,
München

11: European Academy of Dermatology and
Venerology (Kongress PR -16.-20. Juni in Wien)
+ CCH Congress Center Hamburg für
INTERCON (13.-15. September) + United
European Gastroenterology Week (27-31.
Oktober in Paris)
an: **Impressum Publikation und PR**, Hamburg

12: Thalys (europäischer Schnellzug), Paris
an: **Hopscotch**, Paris (zusammen mit **BCC
Public Relations**, Frankfurt am Main)

13: Capco The Capital Markets Company,
an: **wbpr Public Relations (GPRA)**, Unterföhring

14: Rudolf und Robert Houdek
(Wurstspezialisten), München
an: **Krauts PR**, München

15: Projekt "Hamburger Krankenhausspiegel" der
Kliniken (Website)
an: **Impressum Publikation und PR**, Hamburg

Branche

Schweizer PR-Agenturen mit Honorarplus

Die Schweizer Public Relations Agenturen verspüren den Rückenwind der guten Konjunktur. Das Honorarvolumen der im Bund für Public Relations Agenturen (BPRA) zusammengeschlossenen Agenturen ist 2006 um 8,6 Prozent auf 61,7 Millionen Franken gewachsen. Die Zahl der Mitarbeitenden der 19 erfassten PR-Agenturen stieg um 1 Prozent auf 275 Personen, wie der BPRA in Zürich mitteilte. Der pro-Kopf-Ertrag und damit die Produktivität habe bei unveränderten Honoraransätzen um sechs Prozent auf 224.753 Franken gesteigert werden können.

Der BPRA vereinigt nach eigenen Angaben die führenden Anbieter im Schweizer PR-Agenturmarkt. Insgesamt verfügt die Branche allerdings über 254 Anbieter von PR-Agenturdienstleistungen. Laut einer Umfrage des Verbands erzielt die gesamte Branche ein Honorarvolumen von rund 200 Millionen Franken.

Branche compact (4) (16.KW-07)

01: **Noch bis zum 30. April** nimmt die Deutsche Public Relation Gesellschaft (DPRG), Berlin Einreichungen zum **Deutschen PR-Preis 2007** entgegen. Der gemeinsam mit dem FAZ-Institut ausgeschriebene Preis würdigt die besten PR-Konzepte, PR-Maßnahmen sowie vorbildliche Public Relations in Unternehmen, Institutionen, Organisationen, der öffentlichen Hand und deren Beratern und Agenturen. Erstmals wird der DPRG-Junior-Award verliehen. Außerdem werden die besten Prüfungen zum PR-Berater prämiert. Die Preisverleihung findet am 14. September im Kurhaus Wiesbaden statt. Nähere Informationen unter: www.der-deutsche-pr-preis.de.

02: **Als erstes deutsches Netzwerk hat Scholz & Friends eine eigene Agentur für Corporate Social Responsibility (CSR) gegründet.** Unter dem Namen **Scholz & Friends Reputation** bieten vier etablierte CSR-Experten ab sofort umfassende Beratung zur Implementierung und Kommunikation verantwortungsvoller Unternehmensführung an. „Wir stellen uns damit einem Megatrend im

Management und konkreten Anforderungen unserer Kunden“, erläuterte Klaus Dittko, Partner der Scholz & Friends Gruppe und Leiter der Scholz & Friends PR Group, die Gründung. **Die vier zentralen Beratungsfelder von Scholz & Friends Reputation sind:** CSR-Strategie und – Identity; Entwicklung von Corporate Citizenship-Programmen; Erstellung von Arbeitgeberprofilen mit Themen wie Corporate Volunteering, Beruf und Familie sowie demographischer Wandel; Vermarktung nachhaltiger Produkte. **Das neue Reputation-Team** bilden die drei Business Directors Sabine Fischer, Christiane Stöhr und Norbert Taubken sowie die freie Beraterin Anke Steinbach.

03: **Benchpark**, Hamburg hat den **Marktmonitor PR-Agenturen** 1. Quartal 2007

zusammengestellt. 236 Kundenaussagen lagen dem Quartalsbericht zugrunde. PR-Agenturen wurden überwiegend von Geschäftsführung/Vorstand (36 %) und Leitung Marketing (18 %) ausgewählt. Auch die weitere Zusammenarbeit wurde von diesen Verantwortungsbereichen koordiniert. Thematische Schwerpunkte waren mit 52,42 % PR-Beratung, -Betreuung, gefolgt von Events mit 11 %, Corporate Publishing mit 9,62 % und Online-PR mit 8,6 %. Zum Download des Marktmonitors:

www.benchpark.com/frontend/views/docs/marktmonitor/marktmonitor_pra_1.2007_355136.rtf.

04: Birgit van Hulst wechselte von NBC Giga in die Selbstständigkeit und **gründete** ihre Agentur **van Hulst Relations** in Köln.

Medien

Beste Wirtschaftsredaktion und Sprecher des Jahres

Bei einem Galaabend wurden am 17. April in Frankfurt am Main "Deutschlands beste Wirtschaftsredaktionen" und die besten Unternehmenssprecher geehrt. Das Team von FAZ-Herausgeber Holger Steltzner wurde nach 2004 erneut als "Wirtschaftsredaktion des Jahres" wurde. Das Branchenmagazin "Wirtschaftsjournalist" führte diesen Wettbewerb inzwischen zum dritten Mal durch.

Die Kategorie **Magazine** gewann der "Spiegel", bei den **Wochenzeitungen** ging Platz 1 an die "Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung". Die Wertung **Online** führt "Spiegel Online" an. Beste **Nachrichtenagentur** ist "Reuters". Für Fairness und sachliche Exaktheit wurde die "Börsen-Zeitung" ausgezeichnet.

Beim Fernsehen hat das ZDF die beste Wirtschaftsredaktion vor ARD und n-tv. Die "Süddeutsche Zeitung" führt die Kategorie "Pflichtlektüre" an. An dem Abend wurden zugleich **Deutschlands beste Unternehmenssprecher** geehrt. Dabei wurde **Peter Pietsch von der Commerzbank** als "Sprecher des Jahres" ausgezeichnet.

Medien compact (3) (16.KW-07)

01: Die **Deutsche Welle startet einen eigenen Kanal auf YouTube**, dem international populärsten Internetportal für Online-Videos. Damit macht der deutsche Auslandsrundfunk als erster deutschsprachiger Sender ab sofort Inhalte über YouTube verfügbar und baut sein umfangreiches Video-Angebot im Internet weiter aus. Die Deutsche Welle unterzeichnete jetzt eine entsprechende Vereinbarung mit dem US-Unternehmen. Übrigens: Als erster Sender in Deutschland stellte die DW 2005 Video-Podcasts ins Netz.

02: „Thema und Story“ lockten die Besucher auch im Jahr 2006 am häufigsten in die Kinos, so das Ergebnis der **neuen FFA-Studie „Der Kinobesucher 2006“**, die aktuell auf dem HDF-Filmtheaterkongress KINO 2007 in Baden-Baden vorgestellt wurde. Demnach entschied sich exakt die Hälfte der insgesamt 136,7 Millionen Kinobesucher für einen Kinobesuch am Wochenende. Auf das Gesamtjahr betrachtet hatten die weiblichen Besucher im Vergleich zum Vorjahr um zwölf Prozent mehr Lust aufs Kino, während sich der Besuch der männlichen Kinogänger lediglich um drei Prozent steigerte. Neben dieser zum 15. Mal veröffentlichten Analyse über das Besucherverhalten in den deutschen Kinos geben die aktuellen FFA-Auswertungen auch Auskunft zur demographischen Entwicklung und zu den kinospezifischen Merkmalen der Kinobesucher. Die neue FFA-Studie ist unter www.ffa.de abrufbar.

03: Der Verband Deutsche Fachpresse hat ausgerechnet, dass deutsche **Fachverlage 2006 rund drei Milliarden Euro umgesetzt haben**, das sind 3,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Umsatz

der Fachzeitschriften erhöhte sich um 4,1 Prozent auf rund zwei Milliarden Euro. Das Segment elektronische Medien und Dienstleistungen stieg um 23,1 Prozent - freilich von geringem Niveau kommend. Einbußen verzeichneten die Fachbücher, hier ging es um 2,7 Prozent runter.

Services + Tipps

60. Ausgabe des Stamm Leitfadens

Seit Jahrzehnten ist der „STAMM Leitfaden durch Presse und Werbung“ eine feste Größe als umfangreichste Informationsquelle für den deutschen Medienmarkt. Schon mit der ersten Ausgabe im Jahr 1947 – damals noch ein dünnes Büchlein von 178 Seiten – hat sich der STAMM als unverzichtbares Nachschlagewerk für Agenturen und Pressestellen etabliert.

In der jetzt erschienenen **60. Ausgabe**, die auf zwei Bände mit über 2.500 Seiten angewachsen ist, fasst der Leitfaden die relevanten Adressen, Anzeigenpreise und Ansprechpartner von Verlagen, Anzeigenabteilungen und Redaktionen für **über 28.000 deutschen Medien** zusammen.

Über **150.000 Adressen der deutschen Kommunikationsbranche** sind in der Buch-Ausgabe wie auch auf der STAMM Medien-CD verzeichnet. Die CD-Ausgabe, die auf Mac und PC läuft, wird zusätzlich mit Update angeboten – schließlich werden nach Verlagsangaben jeden Monat 10 bis 20 Prozent der verzeichneten Medien aktualisiert.

Für Agenturen und Pressesprecher, die auf umfangreiche und möglichst aktuelle Presseverteiler zurückgreifen müssen, bietet der Essener Verlag die Datenbanken **STAMM Impressum** und **STAMM MediaDisk** an. Diese bieten optional sogar tägliche Datenupdates, ein integriertes Verteilermanagement, vielseitige Recherchefunktionen sowie Mail- oder Serienbrief-Versand.

Info zur Versicherungspflicht für Selbstständige

Für Selbstständige gewinnt die gesetzliche Rentenversicherung zunehmend an Bedeutung. Der Kreis der versicherungspflichtigen Selbstständigen wurde in den letzten Jahren erweitert. Selbstständige mit einem Auftraggeber und Existenzgründer gehören beispielsweise heute zu den Versicherungspflichtigen.

Die Neuauflage des Kommentars "Selbständige in der Rentenversicherung" bietet Fachleuten und interessierten Laien nun die Möglichkeit, sich aktuell zu informieren. Neben ausführlichen Erläuterungen zum Versicherungs- und Beitragsrecht finden sich auch Informationen über das gesamte Leistungsspektrum der gesetzlichen Rentenversicherung. Der Kommentar erscheint mit dem Rechtsstand Juli 2006. Auch spätere kleinere Rechtsänderungen und Gerichtsurteile wurden teilweise noch eingearbeitet. Der Kommentar ist gegen eine Schutzgebühr von 4,20 Euro erhältlich (bestellservice@drv-bund.de). (ots)

Service compact (3) (16.KW-07)

01: Die **Frauen sind in der deutschen Wirtschaft auf dem Vormarsch** - wenn auch in kleinen Schritten. Wenige Tage vor dem "Mädchenzukunftstag - Girls Day 2007" belegt die aktuelle Studie "Frauen im Management 2007" des Darmstädter Wirtschaftsinformationsdienstleisters Hoppenstedt, dass Deutschland im internationalen Vergleich immer noch hinterher hinkt. Insgesamt haben Frauen aktuell einen Anteil von 15,4 Prozent im Management. Weltweit liegt dieser Schritt bei 22 Prozent, in der Europäischen Union sind immerhin noch 17 Prozent der Manager weiblich. Auch wenn sich gerade in der zweiten Führungsebene für Frauen deutliche Zuwächse in den vergangenen Jahren ergeben, so zeigt die Hoppenstedt-Studie auch, dass die **Chefsessel in den deutschen Unternehmen unverändert überwiegend mit Männern besetzt** werden. Alle Auswertungen bei www.hoppenstedt.de.

02: Die **klassischen Erfolgsfaktoren für Industrieunternehmen**, Preisführerschaft oder Technologievorsprung **reichen nicht mehr aus**, um dauerhaften Unternehmenserfolg zu gewährleisten. Die aktuellen Diskussionen um Managergehälter und Ökobilanzen zeigen, dass es

zunehmend wichtiger wird, Meinungen und Stimmungen von Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern zu erkennen und sich daran zu orientieren. Zudem belegt eine aktuelle Studie des Softwareentwicklers Wicom Communications, dass für rund 40 Prozent der Konsumenten die **Kundenorientierung** eines Unternehmens das wichtigste Kriterium für eine Kaufentscheidung ist. GMI (Global Market Insights), einer der führenden Anbieter von Komplettlösungen für die globale Marktforschung, hat diese Entwicklung erkannt. Die Software-Lösung VantagePoint unterstützt globale Unternehmen dabei, online und in Echtzeit das Feedback von Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern zu erfassen und zu analysieren. Mehr Informationen unter www.gmi-mr.com.

03: Das Branchenmedium w&v "werben & verkaufen" hat über die **Gehälter in der Kommunikationsbranche** berichtet (Nr. 15/2007). Als Quelle für den **PR-Bereich** wird "The Aquent Orange Book" - Europäische Ausgabe 2006-2007 genannt. Folgende Jahres-Durchschnittsgehälter (in Klammern) in Euro werden genannt: Corporate Communications Director (95.000), Corporate Communications Executive (60.000), Media Relations Manager (55.000) sowie PR Group Account Director (80.000), PR Account Director (70.000), PR Account Manager (56.000), PR Senior Consultant (50.000), PR Account Executive (40.000) und PR Account Coordinator (30.000).

Tagungen + Seminare + Ausbildung

PR-Fernstudiengang startet im Mai in Berlin

Am 21. Mai startet der zweite Fernstudiengang "PR/Öffentlichkeitsarbeit" der Deutschen Presseakademie (depak), Berlin in diesem Jahr. Das einjährige Studium richtet sich an alle, die sich gezielt für Berufe in der Kommunikationsbranche weiterbilden wollen. Die Absolventen erwerben den Abschluss PR-Berater/in. Der Fernstudiengang ist von der Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) in Köln zugelassen und bereitet erstmals auf die Prüfung durch die neu gegründete Prüfungs- und

Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZdK) vor. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 begrenzt. Weitere Informationen: www.depak.de.

Termine compact (8) (16.KW-07)

01: Das **SPRI Schweizerisches PR-Institut** informiert am 25. April um 18.30 Uhr am MAZ über das **Weiterbildungsangebot** in Luzern. Ein Erfahrungsbericht einer ehemaligen Absolventin sowie die Vorstellung der ZSPR Zentralschweizer Public Relations Gesellschaft runden den ersten Teil der Informationsveranstaltung ab. Im zweiten Teil erhalten Sie während eines Apéros die Möglichkeit, individuelle Fragen mit der Studienleitung zu besprechen. Die Teilnahme ist kostenlos, um Anmeldung wird jedoch gebeten. Weitere Informationen und Anmeldung: www.spri.ch/info.

02: Zwei interessante **Termine in der Schweiz**: Die nächste Veranstaltung der "**MScom Excellence-in-Communications Lecture Series**" zum Thema "Corporate branding as organizational change" findet am 8. Mai im Stade de Suisse in Bern statt. Referentin ist Majken Schulz, Professorin an der Copenhagen Business School in Dänemark. Am 22. Mai führt der **Schweizerische Verband für interne Kommunikation (SVIK)** die erste SVIK-Konferenz durch. Im Mittelpunkt des Anlasses steht das Thema "Unternehmenskultur: Erfolgsfaktor interne Kommunikation". Das SPRI Schweizerisches PR-Institut unterstützt beide Veranstaltungen. Detaillierte Informationen und Anmeldungen: www.spri.ch/MScom_Lecture und www.spri.ch/SVIK-Konferenz.

03: Zum Seminar "**PR in schwierigen Zeiten - Krisenkommunikation**" mit Elke Neujahr lädt **directnews**, Leipzig am 24. Mai nach Düsseldorf ein. Infos: www.directnews.de.

04: Das **Malik Management Zentrum St. Gallen** veranstaltet am 10. Mai in **Köln** die Tagung "Customer Perceived Value - Das Konzept zu ungeahnter Stärke". Infos: www.malik-mzsg.ch.

05: Für gute **Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften** schult vom 9. bis 11. Juli in Gummersbach in einem Kompakttraining die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. Infos: www.afk-online.com.

06: Der **DPRG-Arbeitskreis Public Affairs** lädt zu einem moderierten Streitgespräch am 2. Mai nach Berlin ein. Thema: "Fusion, Allianz, Erneuerung - Wo liegt die Zukunft der Verbände?". Infos: cc@conrad-pr.de.

07: Zum media workshop über den richtigen Umgang mit Journalisten lädt news aktuell am 9. Mai in Frankfurt am Main ein. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/717>.

08: Der diesjährige forward2business-Zukunftskongress findet am 13. und 14. Juni in Halle a.d.Saale statt. Thema: "Hier wird Zukunft gemacht!" Infos: www.forward2business.com.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Bürgerüberwachung à la DDR



Guten Tag! „Was damals in der DDR Recht war, sollte nach der Wiedervereinigung Unrecht sein. Jetzt führt die Bundesrepublik unser altes Recht verschärft ein – und wir bleiben mit unseren kleinen Pensionen dennoch außen vor.“ So oder ähnlich dürften

frühere Stasi-Leute an ihren Stammtischen reden, wenn sie über die Gesetzespläne von Bundesinnenminister Dr. Wolfgang Schäuble diskutieren; denn sie haben ja nichts anderes gemacht als das, was er zur Maxime erhebt:

Wir haben nicht nur in der Staatsverschuldung längst die DDR überholt, die letztlich an ihrer Finanzmisere zusammengebrochen ist. Wir überholen sie links und rechts auch bei der Abschaffung der parlamentarischen Demokratie, die durch den Fraktionszwang bei Abstimmungen praktisch nicht mehr existiert. Wir haben sie aber schon längst überholt bei der Überwachung der Bürger: Abhören von Telefonen, Lauschangriff in der Wohnung, Fingerabdruck- und elektronische Passbild-Speicherung, Überwachung der Kommunikationsdaten sowie die geplante Ausspähung von Computern, das gab es, mangels Technik, teilweise nicht einmal in der DDR. Der Ehrgeiz Schäubles scheint zu sein, eine bessere DDR zu schaffen.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Rezensionen

Eck: Corporate Blogs

Klaus Eck: **Corporate Blogs – Unternehmen im Online-Dialog zum Kunden**. Verlag: Orell Füssli, Zürich. 2007. 191 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN: 978-3-2800-5222-8.

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

Es war eine Frage der Zeit bis A-Blogger und Blog-Consultant Klaus Eck sein Wissen in gedruckter Form veröffentlichen würde. Im Frühjahr 2007 war nun es endlich so weit als der Züricher Orell Füssli Verlag Corporate Blogs auf den Markt brachte. Eck geht darin auf die wesentlichen Punkte des Unternehmensblogging ein: Was ist ein Blog und wie verändert dieses Format die Kommunikation mit dem Kunden? Welche Chancen und Risiken bergen Blogs für Unternehmen? Wie funktioniert Blog-Monitoring? Wie lässt sich in einem betrieblichen Umfeld ein Blog etablieren und vernetzen? Und: Wie sollten Unternehmen mit Kritikern umgehen?

Der Autor reist durch die junge Geschichte der Corporate Blogs und zeigt zahlreiche Beispiele auf, bei denen große und kleine Unternehmen auf erfolgreiche oder aber verhängnisvolle Weise das Thema Blogs angepackt haben. Dabei bleibt er nicht etwa bei den Klassikern Jamba, Kryptonite, Frosta und Co. stehen, die in keinem Blogbuch oder -Vortrag fehlen. Klaus Eck überzeugt durch eine gründliche Recherchearbeit, die auch über den Tellerrand hinaus blickt: Boeing, Dell, DocMorris, SAP, Siemens, Transparency International, Unister, Vee Frankly mit ihrem vashionfictim.de sind nur einige der vielen vorgestellten Fälle.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

FTD: Firmen planen nicht mit älteren Mitarbeitern

Für die Bewertung der Zukunftsfähigkeit der Unternehmen hat der weltgrößte Personalvermittler Adecco den "Demographischen Fitness Index/ DFX" entwickelt. Er umfasst eine Analyse der Personalpolitik, insbesondere des Karrieremanagements, der Fokussierung auf lebenslanges Lernen, des betrieblichen Gesundheits- und Wissensmanagements sowie des generationsübergreifenden Einsatzes von Arbeitskräften.

Adecco untersuchte jeweils 500 Unternehmen aller Branchen und Größen in acht Ländern.

Fazit der Studie: Am ehesten stellt sich noch Großbritannien auf die älteren Mitarbeiter ein, wobei selbst die Briten nur 189 von 400 möglichen Punkten erreichten. Auch Italien, Belgien und Spanien liegen in der Rangliste noch vor Deutschland und den Niederlanden. Firmen in Frankreich und der Schweiz haben dagegen noch einen massiven Nachholbedarf in Bezug auf die Herausforderungen des anstehenden demographischen Wandels – sie bilden in dem Ranking das Schlusslicht.

Den Artikel von Sabine Meinert, Hamburg auf ftd.de [hier weiterlesen](#).

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 (18)

- [Agentur Lorenzoni, Erding b. München, sucht Junior-Berater Technology](#)
- [komm.passion sucht PR Senior-Berater/in für Hamburg](#)

- [WERBEWELT in München sucht Junior/Senior PR-Berater](#)
- [Harvard PR in München sucht PR-Account Manager \(m/w\)](#)
- [Stellenangebot für PR-Assistenz und Account Executive in München](#)
- [fischerAppelt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\) mit Schwerpunkt Corporate Communications](#)
- [MPW FINANCE sucht Senior PR-Berater/in](#)
- [PR Berater für Berliner Büro gesucht](#)
- [Publicis Consultants sucht Junior PR-Consultant \(m/w\) in Berlin](#)
- [Media Consulta sucht Senior PR Berater/in für Berlin](#)
- [Hamburger PR-Agentur sucht freie Texterin](#)
- [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.](#)

In Unternehmen (3)

- [QIAGEN Germany sucht Associate Manager Marketing PR \(m/w\)](#)
- [Hamburger Marienkrankenhaus sucht Assistenten Marketing/PR \(m/w\)](#)
- [PR/Marketing/Kommunikation im Bereich Erneuerbare Energien](#)

Akquise-Anzeigen (5)

- [PR-Berater im technischen Bereich sucht freie Mitarbeit](#)
- [PR-Mensch und Fachjournalist aus der Logistikbranche](#)
- [PR-Berater und Ghostwriter als Freelancer](#)
- [PR-Berater mit langjähriger Industriepraxis sucht freie Mitarbeit](#)
- [Redakteur mit Erfahrung unterstützt sie \(freiberuflich\)](#)

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.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 23. April 2007 – 20:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.607 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)