

PR-Journal-Newsletter

Nr. 110 / 18. Woche 2007

Personalien

Hattendorf leitet Unternehmenskommunikation der Messe Frankfurt

Zum 1. Juli übernimmt Kai Hattendorf (36) die Leitung des Bereichs Unternehmenskommunikation der Messe Frankfurt am Main. Hattendorf wird damit die Steuerung der Organisationseinheiten Unternehmenspresse/Public Relations, Corporate Publishing/Interne Kommunikation und Marketingkommunikation Unternehmen ebenso verantworten wie das EU-Referat.

Der gelernte Journalist arbeitete zuvor im Konzern Deutsche Telekom, wo er bei T-Online in Darmstadt als Senior Manager den Bereich Public Affairs leitete. Hattendorf tritt die Nachfolge von Jens Schreiber an, der Anfang des Jahres zu E.ON nach Düsseldorf wechselte.

Personalien compact (15) (17.KW-07)

01: **Ulrike Scheurich** (24) steigt in die Beraterriege der Food-Unit bei ad publica, Hamburg auf.

02: **Jörg Wachsmuth** (34) wurde Pressesprecher und Leiter der neu geschaffenen

Pressestelle von Picaldi Jeans, Berlin.

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

04: **Daniel Fard-Yazdani** (33) wird ab Mai im Investor Relations Team von Axel Springer in Berlin. Er kommt von der Comdirekt Bank.

05: **Sven Wollner** (35) wechselt im besten Einvernehmen von der Strategieagentur different in Berlin zur MediaCom Agentur für Medienberatung nach Düsseldorf.

06: Die Agentur Plato Kommunikation, ein Unternehmen der Scholz & Friends Group, verstärkt ihr Management: **Sebastian Fischer-Jung** (42), bisher als Executive Consultant der Agentur tätig, steigt in die Geschäftsführung des Unternehmens auf. Der Jurist wird künftig gemeinsam mit dem Geschäftsführenden Gesellschafter von Plato, **Hans Bellstedt**, die in Berlin und Brüssel ansässige Beratungsagentur für Public Relations und Public Affairs steuern.

07: Die PR-Agentur Ketchum München freut sich über die Rückkehr zweier Boomeranger: **Sonja Günther** und **Kerstin Klimke**. Günther kehrt nach zwei, Klimke nach sechs Jahren in die Agentur zurück. Günther startet als Account Supervisor/VP in der Brand/Food Practice. Klimke ist als Human Resources Manager tätig. Sie kümmert sich um die Rekrutierung, Weiterbildung und Entwicklung der Mitarbeiter.

08: **Katrin Böttcher** (38) ist jetzt Referentin Standort-PR und Interne Kommunikation bei Philips in Hamburg - sie kommt von Kabel Deutschland.

09: **André Salewski** (35) wurde neuer Leiter Marketing-Kommunikation bei der Wohnungswirtschaftliche Treuhand Rheinland-Westfalen in Düsseldorf.

10: **Ulrike Meinhardt** arbeitet jetzt als Account Director bei der Münchener PR-Agentur OnPR - sie war zuvor mit ihrem Redaktionsbüro textteam selbstständig tätig.

11: **Rosemarie Buchegger** verstärkt als Kundenberaterin das Team von Maro und Partner in München.



- Anzeige -



NEWBASE SERVICE ANALYST

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

12: **Julia Höchel** (31) wechselt am 1. Mai als Beraterin vom Kölner ins neue Berliner Büro von ergo Kommunikation (GPRA).

13: **Markus Kraus** übernimmt am 1. Juli die Geschäftsführung der CMA Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft in Bonn. Er kommt vom Wurstspezialisten Zimbo in Bochum.

14: **Sascha Grosskopf** (32) leitet jetzt die Kommunikation (Werbung, Kooperationsmarketing und neue Medien) des Köln Bonn Airports (Konrad-Adenauer-Flughafen).

15: **Timo Sieg** (41), Pleon Europe-CEO wurde zusammen mit **Michael Raum** (Sellbytel-Chef) in das BBDO Worldwide Board berufen. In das internationale Gremium dürfen nur Manager, die besondere Erfolge vorweisen können. Neben BBDO Germany-CEO Klaus-Peter Schulz und Interone Worldwide-CEO **Martin Hubert** sitzen mit den Neuzugängen jetzt vier Deutsche in dem Board.

Etats

Lewis betreut Öffentlichkeitsarbeit von Lexmark

Lewis Communications, München betreut ab sofort die Öffentlichkeitsarbeit von Lexmark, Dietzenbach. Lexmark ist ein Unternehmen mit junger dynamischer Erfolgsgeschichte, das 1991 durch die Ausgliederung des Druckergeschäfts bei IBM entstand. In nur wenigen Jahren entwickelte sich Lexmark zu einem der weltweit führenden Anbieter für Drucker und Zubehör, Drucklösungen sowie dazugehöriger Dienstleistungen.

Mit den geplanten PR Aktivitäten unterstützt Lewis die Pressearbeit von Lexmark unter anderem mit PR-Kampagnen und Produkteinführungen, um die Medienpräsenz in allen Produktbereichen weiter zu steigern sowie das Image von Lexmark als führenden Anbieter von Hardware, Verbrauchsmaterial und Services weiter auszubauen.

Etats compact (7) (17.KW-07)


01: s.Oliver (Fashion- und Lifestyle-Unternehmen), Rottendorf + De Grisogono (schweizer Luxus-Uhrenmarke) + niederländische Schuhkollektion G-Star Raw Footwear
an: **Schoeller & von Rehlingen PR**, München/Hamburg

02: NRW.TV, Düsseldorf
an: **BrunoMedia Communication**. Köln

03: cytoimmun diagnostics, Pirmasens
an: **ars publicandi** Gesellschaft für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, Rodalben

04: Internet-Eventportal Invyte, Hamburg
an: **Hoschke & Konsorten** Public Relations, Hamburg

05: Nach einer Entscheidung der US-Zentrale



komm.passion

Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied



AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

vergibt der **Microsoft**-Bereich Xbox 360 und Games for Windows weltweit alle Agenturaufgaben im PR-Bereich an das Agenturnetzwerk **Edelman**. Damit verliert in Deutschland der bisherige Etathalter **Fink & Fuchs Public Relations** mit Sitz in Wiesbaden und München den Etat. Die anderen Microsoft-Bereiche, die bei Fink & Fuchs betreut werden, sind von der Entscheidung nicht betroffen.

06: Rogner-Hotels in Bad Blumau und in Sárvar/Ungarn
an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

07: Fachanwaltskanzlei für Urheber- und Medienrecht Pötzl & Kirberg, Hamburg
an: **Ann-Christin Zilling**
Unternehmenskommunikation, Hamburg

Branche

Branche compact (7) (17.KW-07)

01: Die von Günther Jesumann (58) geleitete Pressestelle der Provinzial Nord Versicherungsgesellschaften in Kiel wurde von den Versicherungsjournalisten Deutschlands bei ihrer Frühjahrstagung in Berlin zur "**Pressestelle des Jahres 2007**" gekürt.

02: Als erstes PR-Beratungsunternehmen in Deutschland hat die **Renate Seifert public relations (GPRA)**, Leinfelden-Echterdingen am 29. März erfolgreich die **Zertifizierung nach dem Consultancy Management Standard (CMS II)** absolviert. Die Implementierung entspricht einer Empfehlung der ICCO, des globalen Dachverbandes nationaler PR-Agenturverbände.

03: Die **degepol Deutsche Gesellschaft für Politikberatung**, Berlin will sich künftig als vierte Organisation im Trägerkreis des DRPR

Deutscher Rat für PR beteiligen (die anderen sind BdP, DPRG und GPRA). DRPR-Vorsitzender ist Horst Avenarius. Die degepol hat Heiko Kretschmer (39), Geschäftsführender Gesellschafter der Johanssen + Kretschmer Kommunikationsberatung (GPRA), Berlin als Ethik-Beauftragten berufen.

04: Die **deutsche Niederlassung der Axicom Group in Puchheim feiert Jubiläum**: Seit zehn Jahren betreut die IT-PR-Agentur ihre Kunden vom Standort München/Puchheim aus in ganz Deutschland. Und seit dieser Zeit sind auch die erfahrensten Mitarbeiter an Bord. Axicom ist heute mit Büros in sieben europäischen Ländern und rund 70 Mitarbeitern eine der Top Ten IT-PR-Agenturen in Europa. „Wir sind stolz darauf wirklich international zu arbeiten“, betont Martina Brembeck, geschäftsführende Gesellschafterin von Axicom Deutschland. 85 Prozent der Kunden würden von mehr als einem Büro des Netzwerks betreut.

05: Der **PR Club Hamburg feierte** am 27. April **sein siebenjähriges Bestehen**. Der Erfolg hält weiter an: Die Besucherzahl der Veranstaltungen wuchs in den letzten sieben Jahren von monatlich durchschnittlich 61 auf über 100 Teilnehmer. Das zeigt, dass der PR Club Hamburg den Nerv der PR-Branche trifft und mit Netzwerk und hochwertiger Ausbildung die Ansprüche und Vorstellungen der Branche bedient. Zum Geburtstag macht der PR Club Hamburg seinen Mitgliedern und Freunden in ganz Norddeutschland **ein Geschenk der besonderen Art und startet unter dem Namen "Zukunftsthemen" mit einer neuen Veranstaltungsreihe**. Den Auftakt macht am 14. Juni Thilo Bode - der Gründer und Geschäftsführer von Foodwatch.

06: **CDS Convento Dialogservices, Neuss wurde jetzt Mitglied der CSA** (Certified Sender Alliance). Damit steht das Unternehmen als autorisierter Versender von E-Mails bei den meisten Internet Service Providern auf der "Whitelist". E-Mail-Aussendungen werden nicht mehr herausgefiltert, deren Zustellquote also wesentlich verbessert. Voraussetzung für eine positive CSA-Zertifizierung ist die dauerhafte Einhaltung bestimmter Regeln beim E-Mail-Versand. Diese Regeln hat CDS in die allgemeinen Geschäftsbedingungen aufgenommen.

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Infos: www.cds-dialog.de.

07: Führungsinstrument statt Schattendasein. Das "**Jahrbuch Interne Kommunikation 2007**" ist erschienen: Kommunikationsdisziplin gehört ins Top-Management +++ Interne Kommunikation als Wertschöpfer / Mediale Arbeitsteilung im Unternehmen: Elektronik und Print +++ Mitarbeiter motivieren für Veränderungsprozesse +++ Blogging: Ja! Aber! Weitere Infos und Bestellung unter www.inkombuch.de.

Medien

PublicRadio-Podcast startet neue Mitsprach-Aktion

"SoundFacts", das Podcast-Portal von PublicRadio, Bad Honnef startet mit "MyFacts" am 1. Mai eine völlig neue Mitsprach-Aktion. Dabei bekommen tausende von Hörern und Abonnenten die Gelegenheit, im wahrsten Sinne des Wortes ihre Stimme abzugeben. Monatlich wird ein aktuelles Thema vorgegeben, zu dem die Hörer Ihre Meinung in Form einer selbst aufgenommenen mp3-Datei sagen sollen: Pro und Contra – heftig oder gemäßigt – laut oder leise.

Und gleich das erste Thema soll Emotionen wecken: „Wir müssen draussen bleiben“ - Rauchverbot in Gaststätten: Wie weit darf der Gesetzgeber gehen und gängeln? Alle eingesandten Audio-Beiträge werden, vorbehaltlich einer rechtlichen Prüfung, in der neuen Rubrik „MyFacts“ veröffentlicht. Alle weiteren Infos, darunter auch ein paar technische Tricks zum Erstellen kleiner mp3s findet der User auf der Startseite www.soundfacts.de.

Medien compact (5) (17.KW-07)

01: Der **Zimpel Themenplan** feiert mit 30.000 Sonderthemen der deutschen Printmedien sein **30-jähriges Jubiläum**. Das Nachschlagewerk aus dem Verlag Dieter Zimpel enthält die Sonderthemen, Sonderhefte und –beilagen,

Anzeigenkollektive und Specials der Mediengattungen Zeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften, Anzeigenblätter und Kundenmagazine. Infos: www.zimpel-themenplan.de.

02: Die **Auflagen der deutschen Zeitungsverlage** sind im 1. Quartal **weiter gesunken**. Die ZMG Zeitungsmarketinggesellschaft, Frankfurt am Main meldet 26,39 Millionen Zeitungen pro Erscheinungstag. Das sind 596.000 Exemplare oder 2,21 Prozent weniger als im Vorjahresquartal. 2001 lag die Auflage noch bei knapp 30 Millionen.

03: **Der Gesamtumsatz der deutschen Fachverlage mit Fachmedien stieg 2006 um 3,9 Prozent und liegt damit bei rund drei Milliarden Euro**. Der Umsatz mit Fachzeitschriften erhöhte sich um 4,1 Prozent auf rund zwei Milliarden Euro. Das Umsatzplus ist vor allem auf das im Vergleich zum Vorjahr lebhaftere Anzeigengeschäft zurückzuführen, das um sechs Prozent wuchs. Starkes Wachstum, wenn auch auf relativ geringer absoluter Basis, weisen die elektronischen Medien und Dienstleistungen auf. Der Umsatz im Bereich elektronischer Medien stieg um 23,1 Prozent, im Bereich Dienstleistungen um 9,3 Prozent. Einbußen gab es im Segment Fachbücher. Hier verringerten sich die Einnahmen um 2,7 Prozent. Fachzeitschriften sind mit rund zwei Dritteln am Gesamtumsatz weiterhin das wichtigste Medium im Portfolio der Verlage. Es folgen die Fachbücher mit knapp einem Viertel sowie "Elektronische Medien" und "Dienstleistungen" mit acht bzw. fünf Prozent.

04: **Horst Seehofer**, der Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz, sowie Stellvertretende Vorsitzender der CSU, **lobte Deutschlands Anzeigenblätter mit den Worten sie seien Ausdruck "unserer vielfältigen Kulturlandschaft" sowie des Föderalismus**. Seehofer hielt einen Festvortrag zur Verleihung des "**Durchblick**" - Preis für Bürger- und Verbrauchernähe, der vom Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) jährlich ausgeschrieben wird. Der Preis wurde zum zweiten Mal im Rahmen der Frühjahrstagung des Verbandes für ein erfolgreiches bürgernahes Gesamtkonzept lokaler Informationsvermittlung verliehen. Die feierliche Preisverleihung fand in der Vertretung des Freistaates Bayern beim Bund in Berlin statt. Eine unabhängige Jury prämierte in diesem Jahr für hervorragende Bürger- und Verbrauchernähe den SonntagsReport aus Leer mit dem 1. Platz. Der 2. Platz ging an die Berliner Woche. Den 3. Platz belegte der Wochentip aus Lippestadt.

05: Der **Zeitungsverlag Waiblingen wird mit dem Deutschen Lokaljournalistenpreis der Konrad-Adenauer-Stiftung ausgezeichnet**. Die vier zum Verlag gehörenden Zeitungen «Waiblinger Kreiszeitung», «Schorndorfer Nachrichten», «Winnender Zeitung» und «Welzheimer Zeitung» hätten die Jury mit einem Konzept überzeugt, das sehr bewusst und gezielt Schwerpunkte setzt, teilte die CDU-nahe Stiftung am 25. April in Berlin mit. Der zweite Preis geht an den Leseranwalt der «Mainpost», eine wöchentliche Kolumne, in der der Autor Anton Sahlender Konflikte zwischen Lesern und Redaktion aufarbeitet.

Services + Tipps

Neuer Reiseservice für individuelle Ziele in Italien

Zwei erfahrene New Yorker Kommunikationsberater haben ihr Aufgabengebiet erweitert und bieten ihren Kunden ab sofort auch maßgeschneiderte Reiseplanungen an. "Unwind in Italy", ihr neuartiger Reiseservice, konzentriert sich auf individuelle Reiseziele abseits der ausgetretenen Pfade, vorwiegend in Umbrien, der Toskana und Le Marche. Die neue Gesellschaft verfügt über exzellente Tagungsorte für Unternehmensveranstaltungen, Off-Site-Konferenzen und erholsamen Urlaub. Darüber hinaus bietet sie auch günstige Ferienhäuser und Wohnungen für private Anlässe wie Familientreffen, Geburtstage oder Jubiläen an. Je nach Saison kann Unwind in Italy weniger bekannte, sehr exklusive und erlesene Reiseziele zu besonders günstigen Konditionen anbieten. Das neue Unternehmen arbeitet sowohl von New York als auch von Paciano/Umbrien aus. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Her mit der Kostenpauschale für Selbstständige!

Der ständig wachsende Bürokratiewust schreckt Gründungswillige ab und hindert Selbstständige an ihrer eigentlichen Arbeit. Robert Chromow weiß ein Lied davon zu singen: Nach einem

Dutzend Jahresabschlüssen hat er die Nase voll: Wenn nicht bald die Betriebskosten-Pauschale für Freiberufler und Kleinunternehmer kommt, wechselt er ins Lager der Angestellten oder Arbeitslosen! *Hier weiterlesen in akademie.de.*

Service compact (4) (17.KW-07)

01: maassen+partner, Neuss hat die PR-Software "Convento", und zwar die Funktion des „Campaign-Managers“, um eine nützliche Entwicklung erweitert: **Convento „ClickView“** ermöglicht PR-Fachleuten, das Leseverhalten ihrer Zielgruppen und deren Reaktion auf Pressemitteilungen oder Newsletter zu beobachten. Unmittelbar nach Versand einer Mitteilung lässt sich mit „ClickView“ schon erkennen, wer von den Empfängern das verschickte Dokument geöffnet, im Idealfall also auch gelesen hat. Per Knopfdruck öffnet sich eine Liste der Adressaten, die das Dokument angeklickt haben - mit Datum und Uhrzeit. Infos: www.convento.de.

02: Der **ifo-Geschäftsklima-Index** für April 2007 hat sicher besser als erwartet entwickelt und die Rekordmarke von 108,6 Punkten erreicht (im Vormonat: 107,8).- Auch der **GfK-Konsumklima-Index** geht unaufhaltsam nach oben: nach 4,4 Punkten im April 2007 sind es für den Mai 5,5 Punkte.

03: **Google hat sich zur wertvollsten weltweiten Marke** gemausert (Marktwert: 66 Milliarden US-Dollar - lt. Millward Brown Optimor). Zweiter ist General Electric (61,9) vor Microsoft, das mit 55 Milliarden Dollar Markenwert auf den dritten Platz zurück gefallen ist.

04: Vom 1. Mai an steht Agenturen und Kommunikationsabteilungen unter www.mediaclipping.de eine leistungsfähige und kostengünstige **Suchmaschine für die Medienbeobachtung in Hörfunk und TV** zur Verfügung. mediaclipping, Bremen, hat eine schnelle, zuverlässige und lernfähige Spracherkennung entwickelt, die für beliebige Suchwörter eine Trefferquote von bis zu 93 Prozent erreicht. Zum Start des Portals werden 70 Hörfunk- und TV-Medien ausgewertet, darunter erstmals private Hörfunkstationen sowie nationale und regionale TV-Sender. Die Medienliste wird sukzessive auf 200 bis 250 Sender ausgeweitet.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Internationales Studentenprojekt der Kommunikationswissenschaftler

Das Global Communications Project, kurz GlobCom, ist ein internationales Projekt an dem jährlich Studenten von elf Universitäten aus zehn verschiedenen Ländern von vier Kontinenten teilnehmen. Deutschland wird vertreten von den Kommunikationswissenschaftlern der Universität Erfurt. Zum fünften Mal arbeiten hier etwa 100 Studenten, aus Deutschland, Indien, Italien, Portugal, Süd Afrika, Großbritannien, Spanien, Brasilien, USA und den Vereinigten Arabischen Emiraten in international gemischten Teams zusammen. Der international agierende Chemiekonzern Cognis, ein weltweiter Anbieter für Spezialchemie, unterstützt in diesem Jahr das Projekt als Sponsor.

Aufgeteilt in multikulturelle Gruppen von etwa 20 Teilnehmern, erarbeiten die Studenten eine globale Public Relationsstrategie. Die Teammitglieder kommunizieren miteinander auf der Homepage www.pr-got.com über angebotene Tools, wie etwa Chat. Durch Kommunikation über eine große räumliche Distanz müssen die Teilnehmer versuchen ihre Aufgaben zu organisieren. Sie lernen dadurch so zu arbeiten, wie in einer internationale PR Agentur.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (8) (17.KW-07)

01: Drei Seminare für erfolgreiche PR-Arbeit liefert die AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts. in den Sommermonaten: Die Basis legt das PR B1 - PR-Arbeitsmethodik, 1. Teil vom 14. bis 22. Juni. In neun intensiven Tagen trainieren die Teilnehmer hier die Grundlagen des PR-Berufs - von der Pressearbeit bis zur Konzeptionstechnik. Das PR W8 - Die gute Mitarbeiter- und Kundenzeitschrift findet vom 9. bis 11. Juli in Gummersbach statt. Themen: Inhaltskonzept, Layout, Themenrecherche und Tools zur Leser-Blatt-Bindung. Im PR W7 - Journalistisches Schreibtraining üben die Teilnehmer das

professionelle Schreiben von Nachricht, Pressemeldung und Bericht. Intensives Trainerfeedback soll hier zum Erfolg führen. Das PR W7 findet vom 27. bis 31 August statt. Weitere Seminarinhalte, Informationen über die Trainer und den AFK-Seminarkalender gibt es unter www.AFK-Online.com.

02: Der Workshop „PR / Pressearbeit für Künstler und Kulturinstitutionen“ vermittelt kompakt und praxisorientiert Grundlagen des Kommunikations-Marketings: PR mit Schwerpunkt Pressearbeit. Themen, Termine und weitere Infos: www.tipp-presse.de.

03: Am 14. Juni findet der VDEW-Infotag "Energieversorger im Blick von Öffentlichkeit und Kunden" in Mannheim statt. Es geht dabei auch um einen Weg aus der Reputationskrise aufgrund der öffentlichen Diskussion um Strom- und Gaspreise. Infos: www.vwew.de.

04: Wechselwirkungen: Topmanager – Unternehmensmarke. Gegenseitige Beratungen auf dem Gut Sonnenhausen bei München. Marketing- und Kommunikationsexperten untersuchen am 15. und 16.11.2007 Wirkungen von Vorständen und Geschäftsführern auf Marken und auf den jeweiligen Geschäftserfolg. Im Rahmen der neuen Veranstaltungsreihe „Weg zur Lösung“: Tagungen, auf der jeder der maximal zwölf Führungskräfte seine Situation zur Diskussion stellt und alle gemeinsam Lösungswege suchen. Nähere Informationen: www.laris.de/aktuell/aktuell.php.

05: Ende Mai lädt maassen+partner zum zweiten Convento PR-Frühstück des Jahres nach München ein. Dort spricht Bernd Jeschonnek, Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit der Nürnberger Versicherungsgruppe, zum Thema: "Effiziente Öffentlichkeitsarbeit durch Sponsoring". Infos: www.convento.de.

06: Das zweisemestrige Studienprogramm "PR-Referent/in" der Fachhochschule Pforzheim mit den Schwerpunkten Public Relations und Fachjournalistik ist als Begleitstudium für Studierende und geeignete Berufstätige eingerichtet. Es bietet 25 Studienplätze pro Jahr. Nach erfolgreicher Teilnahme verleiht die Hochschule Pforzheim zusammen mit der DAPR das Zertifikat „PR-Referent“ bzw. „PR-Referentin“. Die Bewerbungsfrist für das Wintersemester 2007/08 endet am 15. Juli. Infos: www.hs-pforzheim.de.

07: Die **DPRG-Junioren Rheinland** laden zu zwei **Informationsveranstaltungen** ein: am 10. Mai bei CP/Compartner in Essen - Thema: "Kunde vs. Agentur - Wie gute Zusammenarbeit funktioniert". Und am 21. Juni geht es um das Thema "SecondLife - Ernstzunehmendes Kommunikationsinstrument oder Spielerei?" - bei der Online Agentur anyMotionGraphics in Düsseldorf.

08: Erster Master-Studiengang für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Deutschland: Universität Leipzig bildet Führungskräfte für Unternehmenskommunikation und politische Kommunikation aus - Intensive Verknüpfung mit der internationalen Forschung. 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. Eine Spezialisierung auf zentrale Handlungsfelder Wirtschaft, Politik und Kultur wird durch die wahlweise Einbeziehung von Modulen aus den entsprechenden Studiengängen Betriebswirtschaftslehre, Politikwissenschaft oder Kulturwissenschaften ermöglicht. Bewerbungen sind noch bis zum 31. Mai 2007 möglich. Voraussetzungen sind ein bis zum Studienbeginn abgeschlossenes Erststudium (Bachelor, Diplom, Magister) und sechs Monate Praxiserfahrung im Berufsfeld. Mehr Infos: www.communicationmanagement.de.

Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

Firmenchefs unterschätzen Wirkung öffentlicher Auftritte

Ein Beitrag von [Wiegand & Wiegand](#), Hamburg

Der viel zu späte Abtritt der Siemens-Spitze aus Heinrich von Pierer und Klaus Kleinfeld hat gezeigt: selbst Leiter großer Unternehmen unterschätzen immer noch die Wirkung eines öffentlichen CEO-Auftritts', stellt

Kommunikationscoach Wolf Achim Wiegand fest. Dabei sei Kommunikation in der heutigen Informationsgesellschaft 'eines der wichtigsten Managementtools'. Ein gutes Verhältnis zur Öffentlichkeit habe zumal in Krisenzeiten 'echte geldwerte Wirkung', betont der Ex-Journalist als einer der beiden Inhaber der bundesweiten Auftrittsberatung Wiegand & Wiegand, Hamburg.

Führungskräfte, die sich und ihr Unternehmen öffentlich vorteilhaft zu präsentieren wissen, schaffen laut Wiegand & Wiegand ein wertvolles Gut: Aufmerksamkeit. Zahlreiche Studien belegten, dass Kunden und Verbraucher sich oftmals eher aus Gefühlsgründen für ein Produkt oder eine Dienstleistung entschieden, als mit Verstand. Ein Unternehmensimage, das die Gefühle der Menschen positiv anspricht, sei daher in einer informationsgetriebenen Welt 'eines der besten Treibmittel für steigende Umsätze und gute Gewinne'.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Generation „Boomeranger“ – Know-how zurückkehrender Mitarbeiter

Ein Beitrag von [Ketchum](#), München

Im globalen Wettbewerb sind engagierte Mitarbeiter wichtiger denn je. Sie machen den Unterschied, denn sie sind es, die Unternehmensstrategien erfolgreich umsetzen und diese mit exzellenter Kundenorientierung an den Markt bringen. Kein Unternehmen kann es sich leisten, die Investitionen in seine Mitarbeiter zu gefährden. Doch auch trotz intensiver Bemühungen, gute Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, kommt es zu Kündigungen, denn für High-Potentials gibt es immer einen Arbeitsmarkt. Unternehmen bleibt jedoch eine Chance, die Investitionen in ihre Mitarbeiter sowie deren Wissen und Netzwerk nicht für immer zu verlieren: Die Rekrutierung von „Boomerangern“.

Der Begriff „Boomeranger“ entstand nach dem Crash der New Economy. Damals sicherten sich findige Unternehmen die Erfahrung und das Out-of-the-Box-Denken geläuterter Ex-Mitarbeiter und profitierten davon. Die Taktik wurde als wichtiges HR-Tool erkannt und heute umschreibt der Begriff Top-Alumnis, die gezielt angesprochen und in das Unternehmen zurück rekrutiert werden.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 13 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 (20)

- [SCHOLZ & FRIENDS Brand Affairs in Hamburg sucht Junior PR-Manager \(m/w\)](#)
- [Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)
- [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt](#)
- [IWK in München sucht PR-Berater \(m/w\)](#)
- [Sopexa Deutschland sucht PR-Berater/in für Düsseldorf](#)
- [Schröder+Schömbbs sucht PR-Manager \(m/w\)](#)
- [modem conclusa in München sucht PR-Berater-Kollegin/Kollege](#)
- [Krug und Petersen sucht Junior Art Director/in](#)
- [PR-Berater/-in Healthcare bei der IntraMedic GmbH](#)
- [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](#)

In Medien (3)

- [Das Wirtschaftsblatt sucht Journalisten und PR-Profis mit Vertriebsstärken](#)
- [Georg Thieme Verlag in Stuttgart sucht PR-Assistenz.](#)
- [Das Festspielhaus Baden-Baden sucht Mediengestalter/in](#)

In Unternehmen (4)

- [Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit/ Unternehmenskommunikation gesucht \(Rheinland\)](#)
- [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, 30. April 2007 – 18:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.625 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)

SEMINAR Erfolgreich vor Kamera und Mikrophon

21. BIS 22. JUNI 2007

INHALT

220 Minuten sehen die Deutschen täglich fern. Nur 28 Minuten verbringen sie mit der Lektüre von Tageszeitungen. Ein Kurzauftritt in der Tagesschau erzielt so unvergleichlich größere Wirkung als ein langer FAZ-Artikel. Wenn Sie das Fernsehen gezielt und erfolgreich für Ihr Unternehmen oder Ihre Institution nutzen möchten, sollten Sie die Spielregeln des Mediums kennen und wissen, wie man sich vor Kamera und Mikrophon professionell verhält. Denn durch einen überzeugenden Fernsehauftritt gewinnen Sie Ihre Mitarbeiter, Kunden und Ansprechpartner nachhaltig für Ihre Ziele.

Claudia Bender zeigt Ihnen, wie Sie auf dem Bildschirm wirken und feilt mit Ihnen an Ihrem persönlichen Profil und der richtigen (Körper-) Sprache. Sie lernen, wie Sie Inhalte formatgerecht aufarbeiten und

typische Fallstricke umgehen. Im Mittelpunkt des Seminars stehen praktische Übungen und deren Analyse. Jeder Teilnehmer lernt, individuell mit ungewöhnlichen Situationen vor der Kamera umzugehen. Am ersten Seminartag üben Sie, in 15 Sekunden «Alles» zu sagen. Ein Schwerpunkt des zweiten Tages ist die Arbeit in einem realen Fernsehstudio. Sie lernen, wie Sie souverän und konzentriert bleiben, engagiert diskutieren und dabei sympathischer und überzeugender sind als die Konkurrenz.

Jeder Teilnehmer wird gebeten, Beispiele von eigenen Fernsehauftritten vor Seminarbeginn einzureichen.



Claudia Bender

Ort: Courtyard by Marriott Berlin Mitte

Gebühr: 1.490 Euro zzgl. MwSt.

Teilnehmer: 4 bis 8

Zielgruppe: Das Angebot richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen, Verbänden und Institutionen - insbesondere an Unternehmens- und Pressesprecher.

SEMINAR Effizient kommunizieren

21. BIS 22. JUNI 2007

INHALT

Der Umgang mit der Presse beschränkt sich nicht mehr auf den reinen Austausch von Informationen. Häufig ist er behaftet mit Vorurteilen, und schnell fallen Begriffe wie „Zeit- und Geldverlust“. Entscheidend für effiziente Kommunikation ist Hintergrundwissen → sein Gegenüber zu kennen und als Partner ehrlich mit ihm umzugehen.

Im Seminar lernen die Teilnehmer Alltagstücken in der Öffentlichkeitsarbeit und im Umgang mit der Presse kennen. Sie erfahren alles über Fallen, die Zeit, Geld oder das gute Image kosten können, und erhalten einen Einblick in das tägliche Geschehen im Journalismus. Wer steckt hinter den Themen? Wie entstehen Schlagzeilen? Was beeinflusst Journalisten? Ein erfahrener Insider bietet den Teilnehmern Hintergrundwissen als Werkzeug zur effizienten Kommunikation mit der Presse.

INHALTE DES SEMINARS

- Wie Journalisten arbeiten
- Wer die Themen macht
- Wie Schlagzeilen entstehen
- Wie man Journalisten erreicht



Dr. Hajo
Schumacher

Ort: Courtyard by Marriott Berlin Mitte

Gebühr: 890 Euro zzgl. MwSt.

Teilnehmer: 6 bis 12

Zielgruppe: Das Angebot richtet sich an Unternehmens- und Pressesprecher sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und PR-Agenturen.

SEMINAR Die Redenwerkstatt

28. BIS 29. JUNI 2007

INHALT

„Machen Sie doch mal einen Entwurf für mich“ – wer Reden ausarbeitet und schreibt, kennt die Situation: Man muss mit hohen Erwartungen, meist zu wenig Informationen, dafür aber vielen guten wie gut gemeinten Ratschlägen umgehen können. Doch wer die eigenen Fähigkeiten trainieren und verbessern möchte, findet selten Gleichgesinnte oder gute Sparringspartner. Daher richtet sich das Seminar an Mitarbeiter, die bereits Redetexte und Vorlagen für andere Personen schreiben oder eigene Reden besser vorbereiten wollen.

Die Teilnehmer arbeiten dazu gemeinsam mit dem erfahrenen Autor Alexander Ross in einer Schreibwerkstatt: dort werden eigene Redetexte aus der Praxis sowie ausgewählte Redebeispiele analysiert,

um Anregungen für Aufbau, Stil, Botschaften und Redeplanung zu erhalten. Mit Beispielen, Tipps und Kniffen lernen Sie in diesem Seminar, Reden und Vorträge mit System besser vorzubereiten und zu formulieren, um überzeugende Argumentationen für ihre Kernbotschaften zu entwickeln. Die Kompetenzen und Fähigkeiten der Teilnehmer werden dabei in intensiven Übungen individuell analysiert und verbessert.



Alexander Ross

Ort: Courtyard by Marriott Berlin Mitte

Gebühr: 990 Euro zzgl. MwSt.

Teilnehmer: 8 bis 12

Zielgruppe: Die Redenwerkstatt wendet sich besonders an Mitarbeiter, die ihre Kenntnisse im Vorbereiten von Reden und Vorträgen praxsnah auffrischen oder erweitern wollen.

ANMELDUNG

FAX: +49 (0)30/44 72 93 00

Ich nehme an folgendem Seminar teil:

- Erfolgreich vor Kamera und Mikrophon
- Effizient kommunizieren
- Die Redenwerkstatt
- Bitte senden Sie mir das Jahresprogramm der Deutschen Presseakademie zu.

Name, Vorname

Firma

Straße, PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Position im Unternehmen

Ort, Datum

Unterschrift

026