

PR-Journal-Newsletter

Nr. 111 / 19. Woche 2007

Seite.1

PR-Profis: Die Spin-Doktoren

Männer wie er lieben die Unsichtbarkeit. Sie reden ständig und werden nie zitiert. „Mich gibt es gar nicht“, pflegt Norbert Essing zu sagen. Der geschneigelte Mittvierziger nennt sich PR-Berater, seine Firma ist spezialisiert auf Missionen in der Grauzone. Spin-Doktor wäre wohl die korrekte Berufsbezeichnung. Das Gewerbe ist aus der Politik in die Wirtschaft geschwappt, auch hier geht es darum, Schlagzeilen den richtigen Dreh, den „spin“, zu geben. Davon lebt Essing. Zu seinen Kunden gehören eine Reihe von Vorständen in Dax-Konzernen. Die vertrauen seinem Rat, von der Frisur bis zur richtigen Taktik auf dem Weg zu Amt und Einfluss.

Den wirklich lesenswerten Beitrag von Georg Meck in der "Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung" vom 6. Mai gibt es [hier in faz.net](http://www.faz.net).

Siemens-Kommunikationschef Gönczöl geht auf eigenen Wunsch

Janos Gönczöl (49), Leiter Corporate Communications der Siemens AG, verlässt Ende Mai 2007 das Unternehmen auf eigenen Wunsch. Er hatte diese Position am 1. Oktober 2005 übernommen und die Kommunikationsaktivitäten des Konzerns seitdem weltweit geleitet. „Die Gestaltung der Kommunikation in dieser turbulenten, durch viele

Gerüchte und Spekulationen geprägten Zeit war nicht immer einfach. Mit diesem Schritt erhoffe ich mir, dass auch die Kommunikation wieder in ein ruhigeres Fahrwasser gelangt“, so Gönczöl. Als Nachfolger von Gönczöl leitet **Stephan Heimbach** (45) die Abteilung Corporate Communications.

Gesetzgebung durch die Hintertür schadet der Pressefreiheit

Das Bündnis der Medienverbände und -unternehmen wirft der Bundesregierung vor, schon vor der geplanten Änderung der Strafprozessordnung vollendete Tatsachen schaffen zu wollen. Noch vor Beginn der parlamentarischen Beratungen über die Novellierung der Strafprozessordnung (StPO) soll sich der Deutsche Bundestag am 10. Mai abschließend mit einer Änderung des Zollfahndungsdienstgesetzes befassen, das die von dem Bündnis kritisierten Einschränkungen der Pressefreiheit vorsieht. Wenn dieses Änderungsgesetz verabschiedet wird, sind Entschärfungen der StPO-Novelle kaum noch möglich, befürchtet das Bündnis, dem der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) in ver.di, der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ), der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT), der Deutsche Presserat, die ARD und das ZDF angehören.

Gefahren für die Pressefreiheit sieht das Bündnis vor allem in folgenden geplanten Änderungen der Strafprozessordnung und des Zollfahndungsdienstgesetzes:

- Der Informantenschutz soll nur noch der Verhältnismäßigkeitsprüfung im Einzelfall unterworfen werden. Journalisten können damit ihren Informanten nicht mehr garantieren, dass sie geschützt sind.
- Der Vertrauensschutz soll für Journalistinnen und Journalisten weniger umfassend sein als für



Strafverteidiger, Abgeordnete und Geistliche.

Das Bündnis fordert, die vorgesehenen Änderungen beim Zeugnisverweigerungsrecht im Rahmen der geplanten Novellierung der Strafprozessordnung zu diskutieren und auf vorschnelle Festlegungen in Spezialgesetzen zu verzichten.

- Anzeige -



NEWBASE SERVICE ANALYST

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

Personalien

Anne Schmidt wechselt von Hapag-Lloyd zu achtung! kommunikation

Die bisherige Pressesprecherin von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten, Hamburg, Anne Schmidt (40) baut ab August das Münchner Büro der Kommunikationsagentur achtung! kommunikation (GPRA) auf und aus. Die gebürtige Hamburgerin hat bislang den Pressebereich von Hapag-Lloyd Kreuzfahrten geleitet und somit auch die Kommunikation der MS "Europa". „Wir sind stolz, Anne Schmidt mit ihrer Kommunikationsexpertise, ihrem konzeptionellen Know-how und ihrem umfassenden Netzwerk an Kontakten im Medien- und Wirtschaftsbereich für achtung! gewonnen zu haben“, so Mirko Kaminski, Geschäftsführer von achtung! kommunikation.

Die Kommunikationsagentur wird Anfang August mit einem Beraterteam unter der Leitung von Schmidt in München starten und möchte so potenziellen und bestehenden Kunden im süddeutschen Raum näher sein. Dabei soll die Münchner Niederlassung nicht auf Unternehmen und Marken aus dem Reisebereich fokussiert, sondern ähnlich breit aufgestellt sein wie achtung! kommunikation in Hamburg.

Personalien compact (18) (18.KW-07)

01: **Karin Heuschele** arbeitet jetzt als Managerin Fashion PR beim Bekleidungshaus Breuninger in Stuttgart.

02: **Bettina Weßelmann** wurde Account Director bei Waggener Edstrom Worldwide im deutschen Büro in München.

03: **Ingo Spruytenburg** (34) hat Ende April seinen Job als Koordinator Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Daihatsu Deutschland in Tönisvorst auf eigenen Wunsch verlassen. Seinen Job hat zunächst **Ralf Piotraschke** (41), Manager Leiter Marketing und PR zusätzlich übernommen.

04: **Jochem Becker** (48) leitet nun die Kommunikation beim Fernsehsender Tele 5 in München. Er arbeitet zuletzt als Textchef beim "Premiere World Magazin".

05: **Silvia Jonas** ist als PR-Managerin bei Audible in München Ansprechpartnerin für sämtliche Presse-Belange.

06: **Negar Etmian** (33) wird als Nachfolgerin der nach zwölf Hapag-Lloyd-Jahren zu achtung! kommunikation gewechselten **Anne Schmidt** (40) neue Pressesprecherin bei Hapag-Lloyd-Kreuzfahrten in Hamburg.

07: **Jan Marten Blomenkamp** (43) wurde neuer Geschäftsführer bei der Flad & Flad

komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied



Communication Group in Heroldsberg. Er kommt von der Gramm Werbeagentur in Düsseldorf.

08: **Janka Kreißl** (30) verstärkt die auf IT- und TK-Themen spezialisierte Agentur Konzept PR, Augsburg als Beraterin.

09: **Christiane Kampling** (40) wurde bei ING Investment Management in Frankfurt am Main neue Head of Marketing (u.a. Marketing-Strategie, Werbung und Kommunikation). Sie kommt von der ortsansässigen Omnicom Media Group Germany.

10: **Kristina Gardemann** (27) wechselte von Hering Schuppener als Beraterin zu Kohl PR & Partner (GPRA) ins Bonner Büro.

11: **Joachim Dorfs** (43) wird am 1. Januar 2008 neuer Chefredakteur der "Stuttgarter Zeitung". Nach dem Weggang von **Peter Christ** (59) im November hatte **Joachim Worthmann** die Leitung der Stuttgarter Tageszeitung kommissarisch übernommen. Christ ist derzeitiger stellv. Chefredakteur des "Handelsblatt" in Düsseldorf.

12: **Carmen Limbach** (41) arbeitet jetzt als neue Leiterin Marketing bei der Online-Agentur Zieltraffic Deutschland, München.

13: **Anja Czulwik** ist jetzt Leiterin Kommunikation bei Velux Deutschland in Hamburg.

14: **Marian Rappl** (37) wechselt vom Bundesverband der deutschen Gas- und Wasserwirtschaft als Leiterin Unternehmenskommunikation zu RWE Transportnetz Strom in Dortmund. Vorgänger **Markus Haase** war zur Deutschen Leasing gewechselt.

15: **Guido Pickert** (37) ist jetzt als Nachfolger von **Klaus F. Gründel** neuer Head of Investor

Relations & Corporate Communications beim Aachener Technologiekonzern Aixtron. Er kommt von der Agentur Value Relations.

16: **Bettina Feldgen** (44) wurde Anfang Mai Bereichsleiterin Unternehmenskommunikation der Metro Group Asset Management (Immobiliendienstleistungsgesellschaft der Metro Group) in Saarbrücken. Sie kommt von der Warenhauskette Real - Vorgänger war **Markus Jablonski**.

17: **Heike Jacobsen** (47) hat die Position Leitung Unternehmenskommunikation der Compass Group Deutschland in Eschborn übernommen. Die Compass Group ist Marktführer für Catering-Dienstleistungen in Deutschland. Zur Gruppe gehören Eurest, Eurest Sports & Food, Food affairs, CCS Clinic Catering Service und Medirest.

18: **Nadia Saadi** betreut nun die überregionale Pressearbeit für King Kamahameha (Veranstaltungen, Locations - u.a. ein Beach Club in Frankfurt). Die regionale Pressearbeit im Rhein-Main-Gebiet macht **Andrej Munivrana** von der Agentur Envy.

Etats

Etats compact (17) (18.KW-07)

01: CSP, Großköllnbach (Datenbank-Archivierungslösung "Chronos")
an: **Walter Visuelle PR**, Wiesbaden

02: Unternehmensgruppe Schroter & Co., North Miami Beach/USA
an: **Broadgate Public Relations**, Pfaffenhofen

BRAND CONTROL

Die Degussa AG und BrandControl gewinnen den PR Report Award 2007 für die „Best evaluierte Unternehmenskommunikation“. Damit honorierte die Jury den zielgerichteten Einsatz der Degussa UK des Communication Information System® und der Communication Scorecard von BrandControl®. Wenn Sie Effizienz und Effektivität Ihrer Kommunikation erhöhen wollen, nehmen Sie Kontakt auf: info@brandcontrol.com

Besuchen Sie unsere Website www.brandcontrol.com



03: The Carlyle Group (Private-Equity-Gesellschaft), ???
an: **GolinHarris B&L**, Frankfurt am Main

04: Internationale Kooperation Alpine Pearls (Umsetzung sanfter Mobilität), Werfenweng/Österreich
an: **Comeo PR**, München

05: Raylease (Lasertechnologie), Wessling bei München
an: **HBI Helga Bailey**, München

06: tesa, Hamburg (tesa Personalmarketing)
an: **Leiseder Kommunikation Plus**, Hamburg

07: Standortkampagne Rheinland-Pfalz, Mainz
an: **Media Consulta**, Berlin

08: 3Dconnexion (Navigations-Eingabegeräte) (gehört zu Logitech), Seefeld bei München
an: **F&H Porter Novelli**, München

09: Bundesministerium für Gesundheit (elektronische Gesundheitskarte), Bonn/Berlin
an: **Fleishman-Hillard Germany**, Frankfurt am Main

10: Mediaclipping (Spracherkennung für Hörfunk- und TV-Monitoring), Bremen + Danone Waters Deutschland (Volvic), Mainz
an: **achtung! kommunikation (GPRA)**, Hamburg

11: Messe Düsseldorf - Leitmesse "ProWein", Düsseldorf
an: **Public Affairs** (Counterpart), Köln

12: Innenministerium NRW (Polizei-Presseberichte), Düsseldorf
an: **news aktuell**, Hamburg

13: Seiser Alm (Südtiroler Ferienregion)
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

14: habitat hotels (spanische Hotelgruppe)
an: **wellcom.**, Berlin

15: Virgin Play ("Torrente 3: Der Beschützer"), München
an: **Marchsreiter Communications**, München

16: Duropal, Arnsberg
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

17: Exalead (französischer Suchmaschinenentwickler), Paris
an: **Trademark Public Relations**, München

Branche

A&B bringt innovatives E-MAG auf den Markt

Die A&B-Gruppe, Frankfurt am Main geht mit einem neuartigen Medienformat auf den Markt. Das von A&B FACE2NET entwickelte E-MAG ermöglicht es, die wachsenden Anforderungen an eine informative und zugleich emotionale Vermittlung von Themen, Informationen, Leistungen aber auch Unternehmen, Produkten und Personen mit einem integrierten Medienformat zu bewältigen. Es verbindet Animation, Präsentation, Video, Audio, Fotos und Moderation in einer interaktiv bedienbaren Anwendung.

„Bei dem A&B E-Mag handelt es sich um eine neue mediale Plattform für innovative und anspruchsvolle Kommunikationslösungen“, beschreibt Rupert Ahrens, Vorsitzender der A&B Geschäftsführung die Potentiale der A&B-Lösung. Es erlaubt die flexible und wirkungsvolle Vermittlung unterschiedlichster Botschaften im Netz, im Intranet, am Point of Information, in Crossmedia-Kampagnen bis hin zum interaktiven Dialog mit den Web-Communities.

„Wir gehen mit dem A&B E-MAG weiter als die

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

E.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

bisherigen E-Magazin-Ansätze. In der digitalen Kommunikation gehört der voll integrierten Multimedienplattform die Zukunft“, unterstreicht Dietrich Boelter, Geschäftsführer von A&B FACE2NET das Konzept. A&B FACE2NET entwickelt und produziert in Zusammenarbeit mit der A&B ONE Kommunikationsagentur die A&B-E-MAGs.

Branche compact (2) (18.KW-07)

01: Die in Großbritannien gegründete **Broadgate Public Relations Limited** ist nun auch in **Deutschland** in Pfaffenhofen mit einem eigenen Büro vertreten. Dieser Schritt wurde notwendig um den existierenden Kundenstamm aus Deutschland noch optimaler betreuen zu können. Leitung: Claudia Reyes, Infos: www.broadgate.de.

02: Die dpa-Tochter news aktuell sucht ab sofort **die besten PR-Bilder des Jahres**. Der Branchenpreis obs-Awards wird auch in diesem Jahr vergeben. Bis zum 12. August können Pressestellen und PR-Agenturen unter www.obs-awards.de ihr Bildmaterial einreichen. Erstmals findet der Preis in Zusammenarbeit mit news aktuell schweiz statt. Medienpartner ist das Fachmagazin "pressesprecher". Nach dem erfolgreichen Start der obs-Awards im letzten Jahr findet der Wettbewerb nun zum zweiten Mal statt.

Medien

Journalisten wünschen mehr informelle Gespräche

Wie beurteilen Wirtschaftsjournalisten aus Europa und Amerika die Kommunikation von Unternehmen? Antworten sammelten Farner PR und das Global Financial Communication Network mit einer qualitativen Befragung in zehn Ländern. Die Kommunikation börsennotierter Firmen erhält in dieser Umfrage im Allgemeinen recht gute Noten. Die Journalisten wünschen aber mehr informelle Kontakte mit dem Top-Management.

Die Journalisten aus Großbritannien geben den Unternehmen für die Kommunikation die besten Noten. Auf den nächsten Plätzen folgen Portugal und die Schweiz. Am Schlechtesten schneiden im Urteil der Wirtschaftsjournalisten die Unternehmen in Spanien, in Deutschland und vor allem in den Niederlanden ab.

Börsennotierte Unternehmen erhalten meistens bessere Noten als nicht notierte Firmen – ausser in den Niederlanden und in Belgien. Besonders schlechte Noten für die Kommunikation erhalten Nichtnotierte in Deutschland, in den USA und in Italien.

Die Wünsche der Wirtschaftsjournalisten an die Unternehmen sind in allen Ländern sehr ähnlich: Die Medienschaffenden erwarten qualitativ bessere Beziehungen mit den Unternehmen und nicht einfach mehr Informationen. Sie wünschen sich mehr informelle Gespräche, direkteren Zugang zum Top-Management und größere Offenheit.

Das Global Financial Communication Network (www.gfcnet.com) verbindet führende PR-Agenturen aus fünf Kontinenten, die professionelle Dienstleistungen im Bereich Finanz- und Unternehmenskommunikation anbieten. Exklusives Schweizer Mitglied des Netzwerkes ist Farner PR, Zürich (www.farner.ch).

PR-Medien-Auflagen: minus beim prm - plus beim PRR

IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen der Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Dabei zeigt sich beim "prmagazin", Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck ein Rückgang, beim "PR Report", Verlag Haymarket Medien, Hamburg erstmals ein Zugang beim Verkauf. Hier die Zahlen für die Quartale 4/2006 (in Klammern) und 1/2007. Das dritte Branchenmedium "pressesprecher" vom Helios-Verlag, Berlin ist nicht IVW-gemeldet.

	prmagazin	PR Report
Druckauflage	4.986 (5.043)	5.927 (6.150)
Verbreitung	3.664 (4.452)	5.661 (5.928)
Freistücke	1.356 (1.989)	4.723 (5.005)
Verkauf	2.308 (2.463)	938 (923)
Abonnement	1.694 (1.866)	919 (903)

Medien compact (5) (18.KW-07)

01: Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), Bonn/Berlin kritisierte zum **Welttag der Pressefreiheit** am 2. Mai Vorratsdatenspeicherung, heimliche Online-Durchsuchungen und Telekommunikationsüberwachung als Gefahren für die Pressefreiheit. Zugleich fordert der DJV in seinem Berliner Appell die Bundesregierung auf, der Pressefreiheit den Schutz einzuräumen, der ihr zusteht.

02: Die **Fernsehnutzerauswertung für April** ergab eine Änderung in der Reihenfolge der Zuschauer ab drei Jahren: zwischen die öffentlich-rechtlichen ARD (13,1 %) und ZDF (12,0 %) schob sich diesmal der größte private TV-Sender RTL mit 12,8 Prozent Marktanteil. Danach bleibt es bei Sat.1 (9,4 %), ProSieben (6,8 %) und Vox (5,5 %).

03: Als ermutigendes Zeichen für den Qualitätsjournalismus hat der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) den neuen **Verhaltenskodex der WAZ-Gruppe** begrüßt. Die starke Betonung des Trennungsgebots von Werbung und redaktionellen Inhalten der WAZ-Blätter entspreche den Grundsätzen des kritischen und unabhängigen Journalismus, wie sie im Pressekodex des Deutschen Presserates festgeschrieben seien. Den WAZ-Verhaltenskodex hatten Vertreter der Geschäftsführung, der Chefredaktionen und der Betriebsräte am 2. Mai in Essen unterzeichnet.

04: **SecondLife überall - jetzt auch zum Hören.** Mit einer akustischen Reise nimmt **Ketchum** in seinem aktuellen **Podcast KANAL Grün** die Hörer mit, um das Phänomen SecondLife zu erkunden. Claudia Geidel und Lukas Adda, Web 2.0-Experten bei Ketchum, führen den Zuhörer in unterhaltsamen 15 Minuten an interessante Orte und Projekte in SL, reflektieren dabei die Chancen und Möglichkeiten der Kommunikation im "zweiten Leben" und stellen nebenbei auch die wichtigsten virtuellen Medien in SL vor (Podcast-Download unter www.ketchum.de oder auf iTunes).

05: Der **Georg von Holtzbrinck Preis für Wirtschaftspublizistik** wurde für 2007 neu ausgeschrieben. Einsendeschluss ist am 2. Juli - alle weiteren Informationen hier: www.vf-holtzbrinck.de.

Stamm Medien-Newsletter Mai 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:

- Der G+J Woman Verlag stellte mit Heft 10/2007 vom 30.4.2007 seine Frauenzeitschrift woman wegen fehlender wirtschaftlicher Perspektiven ein.
- Die bisherige Lokalchefin der Bild Hamburg, Marion Horn, wurde neue stellvertretende Chefredakteurin bei der Bild am Sonntag. Carsten Gensing ist ihr kommissarischer Nachfolger. Politikchef bei Bild ist jetzt Oliver Santen.
- Neuer Chefredakteur bei der Schweizer Computerzeitschrift InfoWeek.ch wird zum 1. Mai 2007 der bisherige stellvertretende Chefredakteur Marc von Ah.
- Der Lokalchef der Waldeckischen Allgemeine, Ingo Happel-Emrich, betreut jetzt auch die Frankenberger Allgemeine.
- Neue Anzeigenleiterin des General-Anzeiger, Bonn, wurde Gunda Petersen. Sie folgt auf Günter Berk, der das Unternehmen altersbedingt verlässt.

Zur Fortsetzung der Meldungen/**zum kompletten Stamm-PDF-Newsletter** [hier klicken](#).

Services + Tipps

Risikoauskunft: Hoppenstedt CreditCheck

Aktuelle Bonitätsauskünfte und Risikoinformationen zu deutschen Unternehmen liefert der neue Online-Service Hoppenstedt CreditCheck. Erstmals auf dem deutschen Markt für Kreditinformationen können rund um die Uhr umfangreiche Unternehmensberichte abgerufen werden - unkompliziert und schnell dank einer intuitiven Benutzerführung. Das Online-Portal www.hoppenstedt-creditcheck.de bietet übersichtlich und im sofortigen Zugriff Informationen zur Bonität und Risikoindikatoren zu mehr als 3,7 Millionen aktiven deutschen Unternehmen. Mit wenigen Eingaben und Mausklicks bekommt der Kunde bei Hoppenstedt CreditCheck einen übersichtlichen Unternehmensbericht der alle wichtigen Informationen zur Bonität auf einen Blick bereithält.

Service compact (4) (18.KW-07)

01: Die Preise für die Internet-Nutzung lagen nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes im April 2007 um 5,2 Prozent unter dem Niveau von April 2006. Das Mobiltelefonieren verbilligte sich zwischen April 2006 und April 2007 um 2,9 Prozent. Im April 2007 war der Preisindex für Telefondienstleistungen im Festnetz im Vergleich zum April 2006 um 1,8 Prozent höher. Der **Preisindex für Telekommunikationsdienstleistungen** insgesamt (Festnetz, Mobilfunk und Internet) lag aus Sicht der privaten Haushalte im April 2007 um 0,3 Prozent über dem Niveau des entsprechenden Vorjahresmonats.

02: **Business Wire und die NYSE New York Stock Exchange haben sich auf ein partnerschaftliches Affinity-Marketingprogramm geeinigt**, welches an der NYSE gelisteten Unternehmen in Zukunft zahlreiche Vorteile bietet. Unter dem Marketingabkommen erhalten alle NYSE-Emittenten ein besonderes Mitgliederpaket für Business Wire, welches kostenfreie EDGAR-Filings, Spezialangebote für besondere Produkte und Dienstleistungen sowie für gemeinsam veranstaltete Konferenzen und Webinare zum Thema Investor Relations beinhaltet.

03: Das **Handbuch "Gesunde Netze pflegen. Öffentlichkeitsarbeit für Kliniken, Praxen und Pflegeeinrichtungen"** der Kommunikationswirtin und Krankenhaus-Pressesprecherin, Annika Urban, geht von den Möglichkeiten der Branche aus. Sie berücksichtigt die aktuellen Grenzen durch Gesetze ebenso wie die Arbeitsbedingungen und Anforderungen von Klienten und Angehörigen. Mit zahlreichen Checklisten bietet die Autorin damit eine Handlungsanleitung nebst Ideenpool für Pflegedienstleitungen, Praxisinhaber und Klinikleitungen, für Verbände und Öffentlichkeitsarbeiter. Das Buch ist im Bremer Viola Falkenberg-Verlag erschienen, hat 224 Seiten, kostet 24,90 Euro und hat die ISBN 3-937822-54-2.

04: Der neue **Etat-Kalkulator 2007** ist im Freiburger Verlag creativ collection erschienen. Mit Neuigkeiten und Preisen aus der gesamten Kommunikationsbranche (auch für Public Relations). Infos: www.ccvision.de.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Zwei zu Null: Vorsprung durch digitale Kommunikation

Das Schlagwort "Web 2.0" geistert zunehmend durch Marketing- und PR-Gazetten, wird bei Kongressen und in Foren diskutiert. Doch welche konkreten Möglichkeiten gibt es, das Internet der neuen Generation auch für die PR zu nutzen? Muss ein Unternehmen alles mitmachen, um den fahrenden Zug zu erwischen? Welcher Ansatz passt für welche Firma? Oder geht das alles wieder vorbei? Das Seminar "Zwei zu Null" legt Grundlagen, erklärt die wichtigsten Tools und Entwicklungen und zeigt erste praktische Ansätze für den Alltag von Kommunikationsverantwortlichen.

Das erfolgreich realisierte Blog-Projekt "Englisch lernen einmal anders" der Ernst Klett Sprachen GmbH in Stuttgart rundet das Programm ab. Es referiert Björn Eichstädt, Geschäftsführer der Agentur Storymaker, Tübingen. Anmeldung und weitere Informationen unter: www.doit-online.de/digital.

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

01: Das nächste **Branchenmeeting der NRW-Kommunikationsprofis "dialog"**, veranstaltet von Euro RSCG ABC für die GPRA, findet am 19. Juni um 19 Uhr im ISS-Dome in Düsseldorf statt. Thema: "Lobbyismus und Öffentlichkeitsarbeit - wer regiert eigentlich die Regierenden?". Infos: www.dialog-nrw.de.

02: Am 08. Mai findet der **CAREER.CAMPUS für Studieninteressierte im Medienbereich an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld** statt. Neben einer „Schnuppervorlesung“ können sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer über Karrierechancen im Medien- und Kommunikationsbereich informieren. Infos: www.fhm-mittelstand.de.

03: Das diesjährige **Plenum der Werbung des ZAW** Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft findet am 23. Mai in Berlin statt. SPD-Vorsitzender Kurt Beck spricht über "Die Stärke Deutschland im globalen Wettbewerb". Infos: www.zaw.de.

04: Zeitungen, Magazine und Internetseiten leben von informativen und emotionalen Fotos. Was muss ein Foto bieten, um es journalistisch zu verwenden? Wie gestaltet man ein für den Leser spannendes Motiv? Antworten auf diese Fragen gibt der **media workshop "Digitalfotografie für Journalisten"** der dpa-Tochter news aktuell. Das Seminar findet am 4. und 5. Juni in Berlin statt. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/756>

05: Seit Beginn dieses Jahres baut die **Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld** ihren **Bachelor-Studiengang Medienkommunikation & Journalismus** weiter aus. Die angehenden Journalisten und Pressesprecher kommen aus dem gesamten Bundesgebiet. Die Studierenden werden an der FHM zu kreativen Kommunikationsprofis und Textexperten ausgebildet. Schwerpunkte bilden die beiden Bereiche Öffentlichkeitsarbeit/PR und Journalismus/Publizistik. Darüber hinaus werden grundlegende betriebswirtschaftliche Inhalte sowie Basiskenntnisse in den Medien- und Kommunikationswissenschaften vermittelt. Infos: www.fhm-mittelstand.de.

06: Speziell für PR-Leiter und Führungskräfte von Anbietern Geschlossener Fonds ist ein **Praxisworkshop** am 24. Mai in Hamburg konzipiert. Unter dem Titel „**Vom Umgang mit Analysten, Presse und Verbraucherschützern**“ erhalten die Teilnehmer einen Überblick über die wichtigsten Journalisten und Analysten in der Branche der Geschlossenen Fonds. Sie profitieren von der langjährigen Erfahrung und den Marktkenntnissen der Referenten, die auch für individuelle Fragestellungen bereit stehen. Weitere Informationen, Referentenportraits, genauer Programmablauf und Anmeldung unter www.ratingwissen.de.

07: Am 14. und 15. Juni findet das zweite Strategieforum zu digitalen Medien in der esmt in München statt. Das **Strategieforum "Wie Sie digitale Medien zur crossmedialen Themenmaschine machen"** wird gemeinsam ausgerichtet von: BurdaYukom, Roland Berger und der Deutschen Presseakademie (depak). Die Themen des Forums sind: E-Journals, Pod- und

Vodcasts, Blogs und Onlineforen, IPTV und MobileTV. Das Strategieforum macht die neue Medienwelt transparent und vermittelt den aktuellen Stand. Namhafte Referenten aus der Praxis zeigen Wege auf, wie Unternehmen die neuen digitalen Medien effektiv und erfolgreich für sich nutzen können. Anmelden online unter: www.depak.de.

08: Nach dem großen Erfolg unseres 2. Profi-Workshops "**Weblogs - Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation**" im Mai in Deutschland und auf vielfachen Wunsch unserer bisherigen Seminarteilnehmer aus der Schweiz werden wir **erstmalig unseren Profiworkshop am 6. Juni in Zürich** bei der Tamedia AG durchführen. Hochkarätiges Aufgebot an Referenten: Rainer Bartel, Journalist, PR-Berater und Blogger, Jürg Stuker CEO der namics AG, Weblog Experte der Schweiz und Thomas Knüwer, Handelsblatt-Redakteur und Autor des bekannten Weblogs "Indiskretion Ehrensache". Weitere Informationen und Anmeldeformular: www.convento.de/events_archiv/2007/6_6_07.html.

09: **Microsoft Deutschland startet ein eigenes PR-Volontariatsprogramm**, bei dem Hochschulabsolventen die Chance auf eine Ausbildung in der Unternehmenskommunikation von Microsoft erhalten. In dem 18 Monate dauernden Programm sollen sowohl praktische als auch theoretische Kenntnisse vermittelt werden. Die Absolventen werden zu Professionals ausgebildet, die in allen Bereichen der Kommunikation einsetzbar sind. Infos: www.microsoft.com/germany/presseservice.

10: Bestsellerautor und Innovation-Director **Mario Pricken**, Wien (90.000 Bücher in fünf Sprachen) veranstaltet 2007/2008 speziell für Profis aus den Bereichen Werbung, Marketing, Medien und Design eine **neue Serie von Kreativitätstrainings in Deutschland und Österreich**. Pricken vermittelt in diesen Trainings, wie sich Kreativität managen lässt, und zeigt die besten Kreativitätstechniken und Denkstrategien aus der Zusammenarbeit der letzten acht Jahre. Infos: www.mariopricken.com.

11: "**Pressearbeit für Designer**" - unter diesem Motto findet im Rahmen des Berliner Designmai ein Workshop am 19. Mai statt. Interessierte lernen, welche Regeln bei der Erstellung von guten Pressematerialien gelten und welche

Fehler unbedingt vermieden werden sollten. Infos: www.runge-pr.de.

12: Interne Unternehmenskommunikation entwickelt sich in einer sich schnell wandelnden und globalisierten Arbeitswelt zunehmend zum strategischen Führungsinstrument und wird neben allgemeinen Managementkenntnissen für Führungskräfte immer wichtiger. Auf diese Herausforderung will das Executive Training „**Internal Communications and Leadership**“ vom 14. bis 16. Juni im Hotel "Clostermanns Hof" bei Bonn vorbereiten. Infos: www.communicate-program.de/et.

13: Am 29. Mai lädt Wolf-Dietrich Groß zum nächsten **Workshop "Raus aus der Zeitfalle! Zeitdruck im Alltag vermeiden."** nach Berlin ein. Im Agentur-Alltag ist Zeitmanagement eine Frage der Effizienz und Lebensqualität. Wer mit seiner Zeit nicht zurecht kommt, muss seine Prioritäten überdenken, um täglichen Zeitdruck zu vermeiden. Geht der Überblick über die zu bewältigenden Aufgaben verloren, entsteht Stress. Der ganztägige Workshop hilft, in der Agentur mit dem täglichen Zeitdruck besser umzugehen oder ihn gar zu vermeiden. Ziel des Workshops ist es, die zahlreichen eigenen Gestaltungsmöglichkeiten zu erkennen, Freiraum zu schaffen und ihn bewusst und kreativ zu nutzen. Infos: www.cmi-berlin.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... notwendige flexible Tarifpolitik



Guten Tag! Am Tag der Arbeit, dem 1. Mai, feiern sich Gewerkschafter und Politiker selbst. Publikumswirksam wird dafür plädiert, den Arbeitnehmern einen „gerechteren Anteil“ am Wirtschaftswachstum durch höhere Gehälter und Löhne zuzugestehen; denn zweifellos haben die Beschäftigten durch höhere Sozialabgaben, sichtbaren und unsichtbaren Steuern, teilweisem Lohnverzicht sowie die Inflation größere Einbußen bei ihren verfügbaren Einkommen gehabt.

Arbeitgeber sehen die Problematik. Sie sind auch bereit, wie die gegenwärtigen Tarifverhandlungen zeigen, die Löhne und Gehälter um einige Prozent aufzustocken und einen „Konjunkturbonus“ zu zahlen. Das ist vernünftig; denn wer kann schon wissen, wie das Wachstum im

kommenden Jahr sein wird. Ein neuer Krieg um Öl, sei er in Afrika, im Nahen Osten oder Asien, dürfte den Welthandel ins Stocken bringen und die Exporte aus Deutschland, denen wir den Aufschwung verdanken, gefährden. Aber auch der Zusammenbruch von Immobilienmärkten, wie er gegenwärtig in den USA, Spanien und Großbritannien gefürchtet wird, dürfte Wachstumshoffnungen zum Erliegen bringen.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Senf: Lachnummer DPRG

Was soll man noch sagen, wenn selbst der Branchenverband der PR nicht in der Lage ist, vernünftige Verteiler zu pflegen? Heute ist wohl der Tag der bemerkenswerten Anrufe. Gerade klingt jemand im Auftrag der Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG). Ob ich denn die Informationen zum Deutschen PR-Tag in Essen erhalten hätte.

"Nicht, dass ich mich erinnern könnte", antwortete ich. Dann würden sie mir die gerne zuschicken, da stünde doch alles drin, vom Programm bis zu den Kosten. Kosten? Für eine Presseakkreditierung? "Welche Funktion, glauben Sie, bekleide ich?", fragte ich. Na, das wisse er jetzt auch nicht so genau, antwortete der Anrufer, ich stünde aber in seinem Verteiler. Eine PR-Position beim Handelsblatt, nehme er an.
Den Blogbeitrag von Handelsblatt-Redakteur Thomas Knüwer in "Indiskretion Ehrensache" [hier weiterlesen](#) (und kommentieren).

Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

Bürgermeister gesucht! Direkte Demokratie, Menschlichkeit und Kommunikationskultur

von Professor Dr. Helmut Ebert, Berater für Unternehmenskommunikation,
www.buergerkommunikation.eu, 59909 Bestwig

Wer ein Bürgermeisteramt anstrebt, weil er in der Lage ist, auf verkehrsgefährdende Weise von Wahlplakaten auf das Wahlvolk herabzuschauen, geht schlechten Zeiten entgegen. Wer glaubt, fehlende persönliche Ausstrahlung und mangelnde Eignung durch Sozialformen funktionärshafter Nichtkommunikation wie Ränkespiel, Kungelei und Intrige kompensieren zu können, der mag in der einen oder anderen Gemeinde erfolgreich sein, sollte aber auf jeden Fall die

niederländische Gemeinde Utrecht meiden. Dort wurde im März und April 2007 auf Initiative des Gemeinderats eine Umfrage durchgeführt, um zu ermitteln, welche Eigenschaften und Qualitäten die Utrechter von ihrem zukünftigen Bürgermeister bzw. von ihrer zukünftigen Bürgermeisterin erwarten.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Interne Kommunikation sollte Chefsache sein

Interview mit den Jahrbuch-Herausgebern Michael Kalthoff-Mahnke und Hermann-Josef Berg

Im April 2007 ist die vierte Ausgabe des von Michael Kalthoff-Mahnke (Dortmund) und Hermann-Josef Berg (Heidesheim bei Mainz) herausgegebenen „Jahrbuches Interne Kommunikation“ erschienen. In der Edition 2007 fordern die beiden renommierten Experten auf diesem Gebiet, Interne Kommunikation endlich konsequent zur Chefsache zu machen. Dieses Interview beleuchtet die Hintergründe:

Fordern Sie wirklich ein Vorstandsressort Interne Kommunikation?

Berg: Auf jeden Fall eines für Kommunikation, worin die Interne Kommunikation eine entscheidende Rolle spielt.

Kalthoff-Mahnke: Interne Kommunikation kann als strategisches Instrument des Managements einen nachhaltigen Beitrag leisten, Werte- und Unternehmenskulturen ungeachtet vieler organisatorischer Veränderungen auf eine solide und glaubhafte Basis zu stellen.

Die Wirklichkeit scheint von dieser Forderung aber noch weit entfernt zu sein – oder wie ist Ihr gleichzeitig vorgetragener Appell zu verstehen, die Zuordnungsdebatte für die interne Kommunikationsaktivität endlich zu beenden?

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest (Lesehinweise)

WiWo: Vier Regeln für Transparenz

Tipps von Jack und Suzy Welch darüber, wie man die Gratwanderung zwischen guter Öffentlichkeitsarbeit und notwendiger Verschwiegenheit meistert. Wenn es um

Transparenz geht, müssen Manager gar keinen Balanceakt bewältigen, sondern sich nur an vier Regeln halten. Zwei davon sind einfach. Eine sollte eigentlich nicht allzu problematisch sein, wird aber dauernd vermasselt. Und die vierte ist richtig haarig. Aber Rosinen rauspicken gilt nicht. In unserer „nachtragenden“ Geschäftswelt müssen Sie alle vier befolgen!

Die Welch-Tipps [hier in wiwo.de weiterlesen](#).

FTD: Die mit dem Rotstift

Der Mensch steht in den Unternehmen angeblich im Mittelpunkt. Wenn das stimmt: Warum steht dann die Abteilung, die sich um ihn kümmert, am Rand? Gegenstand der Personalverwaltung sind die Mitarbeiter: Was für ein entblößender und damit erhellender Satz: Es geht um Gehalt, Urlaub und vielleicht Fortbildung. Es geht um Namen und Zahlen, in Listen erfasst. Es wird verwaltet, und damit das funktioniert, werden die Menschen betrachtet wie Gegenstände. Und fühlen sich auch so behandelt.

Den Artikel von Michael Prellberg in [ftd.de hier weiterlesen](#).

Interessant auch: **Schweigende Chefs**. Eine Umfrage unter deutschsprachigen Unternehmen belegt, dass Personalabbau fast immer auf die Stimmung der gesamten Belegschaft schlägt. Ein Hauptgrund dafür ist die **schlechte Kommunikationspolitik** der Führungsebene. [Hier weiterlesen](#).

Internes – aus Verlag + Redaktion

Award PR-Nussknacker an Wyeth übergeben



Mathias Scheben vom "PR-Journal" übergab an Kerstin Heinemann, Junior PR-Managerin von Wyeth Pharma in Münster den "PR-Nussknacker" Das Unternehmen hatte für die PR-Aktion "WIR-Tag für 'Good Corporate Citizen'" den 3. PR-

Nussknacker gewonnen.

Die Aufgabe: Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens auf lokaler Ebene, Positionierung als "good Corporate Citizen", bei gleichzeitiger Implementierung des CSR-Gedankens im Mitarbeiterkreis.

Die PR-Lösung: Der "WIR-Tag" (Wyeth Initiative Responsibility) - am 26. September 2006, an dem sich 120 Wyeth-Mitarbeiter einen kompletten Arbeitstag lang ehrenamtlich in 13 sozialen, kulturellen und ökologischen Projekten am Unternehmensstandort Münster engagierten, wofür die Unternehmensleitung sie von der Arbeit freigestellt hatte.

Hintergrund: Im April 2006 war die „Wyeth Initiative Responsibility“ gestartet. Die Kampagne hatte das Ziel, die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung stärker im Unternehmen zu verankern. Gefragt wurden sowohl die Mitarbeiter von Wyeth Pharma, als auch – über die Münsteraner Medien – die Einrichtungen selbst. Aus insgesamt 50 Anfragen, die bis Juni eingegangen waren, konnte gewählt werden, so dass letztlich 13 Projekte am WIR-Tag in die Tat umgesetzt wurden.

Neuer Service im "PR-Journal"

Verlag und Redaktion des PR-Journals bieten nun einige (kleine) Servicepunkte an. Unser Webmaster Robert Deutz in Aachen hat's programmiert. So finden Sie z.B. am Ende einer jeden Meldung den Hinweis "**Weitere Meldungen zum Thema**". Beim Klick auf das Stichwort öffnet sich eine Übersicht mit früheren Meldungen zum Thema.

Ebenfalls am Ende der Meldungen finden Sie die Icons von acht **SocialBookmark-Anbietern**. Sie können damit die Meldung bei den jeweiligen Anbietern "hinterlegen", so dass sie weltweit anderen Interessenten zur Verfügung steht.

Und schließlich gibt es unter dem Navigator-Menupunkt "Intern" der Unterpunkt "**Media-Informationen monatlich**". Dort gibt es einen Überblick über die Zugriffszahlen auf verschiedene Themen und Angebote des PR-Journals. Ein Service nicht nur für Media-Entscheider, die unsere Werbeangebote nutzen wollen.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 19 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 24 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (25)

- [SCHOLZ & FRIENDS Brand Affairs in Hamburg sucht PR-Assistent \(m/w\)](#)
- [PRpetuum in München sucht \(Junior\) Berater/innen](#)
- [Berliner Agentur sucht PR-Redakteur/in](#)
- [UMPR sucht Juniorberater/Berater Consumer PR \(m/w\)](#)
- [MediaCompany sucht PR-Journalist/in für Bonner Büro](#)
- [Berliner Agentur sucht Büroleiter/in](#)
- [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+Schömb's 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](#)

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)

- [PR-Junior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) in Frankfurt](#)
- [Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit/ Unternehmenskommunikation gesucht \(Rheinland\)](#)
- [QIAGEN Germany sucht Associate Manager Marketing PR \(m/w\)](#)
- [Hamburger Marienkrankenhaus sucht Assistenten Marketing/PR \(m/w\)](#)

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, 07. Mai 2007 – 20:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.640 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)