

PR-Journal-Newsletter Nr. 116 / 24. Woche 2007

Seite. 1 ::::::::::::::::::::::::::::::::::::::

Verschlaft Europa den PR-Trend?

Weltweit sind sich PR-Spezialisten einig: die Relevanz der PR wacht. Das haben Interviews ergeben, die die Münchner Agentur PR-Com mit Partner-PR-Agenturen aus aller Welt geführt hat. "Gegenüber Direktmarketing und Werbung steigt der Einfluss der PR kontinuierlich", meint Giles Fraser, Mitbegründer der Londoner PR-Agentur Brands2Life, "und damit steigen auch die aufgewendeten Budgets". Der Grund: Das eigene Angebot muss von immer ähnlicheren Mitbewerberprodukten immer differenzierter abgrenzen. "Unternehmen müssen sich dabei vor allem glaubwürdig positionieren", bestätigt auch Alain Blaes, Gründer und Geschäftsführer von PR-Com in München. "PR hat hier gegenüber allen anderen Marketing-Instrumenten die weitaus besseren Möglichkeiten."

In Deutschland ist die PR deshalb wie überall ein Wachstumsmarkt. Ihr Potential für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens wird in Kontinentaleuropa allerdings nicht sonderlich wertgeschätzt - ganz im Gegenteil zu Ländern wie Großbritannien, Australien und den USA. Dort gilt die PR als führende Schlusseldisziplin, die in die Unternehmensstrategie einbezogen wird und den Erfolg maßgeblich mitgestalten kann.

Warum das Image der PR in Europa dem US-Status so sehr hinterherhinkt, erklärt sich für viele aus dem immer noch ungefestigten Vertrauen in die Branche: "Die PR hat bis heute keinen guten

Ruf", meint etwa Sandra Laberenne, Account Manager bei der Agentur Point Virgule in Paris, stellvertretend für die PR-Profis der betroffenen Länder. Damit PR in Unternehmen endlich eine strategische Bedeutung erhält, muss die Branche noch an sich und ihrem Ruf hart arbeiten.

PR-Com sprach mit Partneragenturen des Constella Network in zehn Ländern: Australien, Brasilien, China, Frankreich, Großbritannien, Mexico, Niederlande, Schweden, Spanien und USA.

fischerAppelt Kommunikation kauft TV-Produktionstochter

Mit dem Kauf der DaimlerChrysler tv.media mit Sitz in Stuttgart baut fischerAppelt Kommunikation (GPRA) das Geschäft mit bewegten Bildern aus. Die DaimlerChrysler AG (Börsenkürzel DCX) verkauft ihre 100prozentige Tochter und TV-Produktionsfirma zum 1. Juni 2007 an die Hamburger Agenturgruppe. über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

„Mit der neuen Tochter werden wir unsere Kompetenz im wachsenden Markt für bewegte Bilder ausbauen“, kommentiert Bernhard Fischer-Appelt die Übernahme. „Fernsehen war schon immer ein revolutionäres Medium. Das Breitband-Internet läutet eine neue Ära ein – bewegte Bilder auf neuen Kanälen sind die Zukunft der Kommunikation“, so der Agenturgrunder und -inhaber.

Mit dem Kauf der TV-Produktion eröffnet fischerAppelt Kommunikation auch einen neuen Standort für integrierte Kommunikation in Stuttgart. Als Standortleiter werden Christian Pott und Matthias Wesselmann aus Hamburg nach Stuttgart wechseln. Die TV-Produktion „fischerAppelt, tv media GmbH“ leiten die bisherigen Geschäftsführer Andreas Vill und Christopher Nolde - die bisherigen 50 Mitarbeiter werden übernommen. Für den PR-Bereich sollen zehn Neue dazu kommen.





Wie Verbände in Berlin präsent sein können

Talk, don't write: Persönliche Kontakte als Erfolgsfaktor der Lobbyarbeit von Verbänden. Interessenvertretung ist die Legitimationsbasis eines Verbandes: Die Vertretung gemeinsamer Interessen gegenüber der Politik ist auch heute noch ein wichtiger Grund für Mitglieder, einem Verband anzugehören. Ursprünglich war die Interessenvertretung Hauptgrund zur Gründung der meisten Verbände. Diese Tatsache ist in den letzten Jahren, in denen in den Verbänden und in der DGVM viel über Dienstleistungen als Legitimationsgrund für Verbände diskutiert worden ist, etwas in den Hintergrund getreten. Gemeinsame politische Interessenvertretung ist jedoch ein USP von Verbänden, der sie einzigartig macht und kaum ersetzt werden kann. Bei Dienstleistungen stehen Verbände in der Regel jedoch im Wettbewerb zu kommerziellen Anbietern.

Den Artikel von Dr. Hubert Koch [hier weiterlesen im Verbände-Forum](#).

Personalien:.....

Personalien compact (9) (23.KW-07)

01: **Werner Idstein** (46) ist seit Anfang April neuer Projektleiter bei Signum Communication in Mannheim. Er kommt von BurdaYukom aus München, wo er zuletzt den Verlagsbereich Mitarbeiterkommunikation aufgebaut hat.

02: **Stefanie Hennecke** (24) wechselte in Berlin von POPlicity PR als Juniorberaterin zu kamps markenberatung.

03: **Martina Ludwig** (44) übernimmt ab September die Verantwortung für die Pressestelle des Verbandes der Chemischen Industrie (VCI) in Frankfurt am Main.

04: **Mirko Schwerdtfeger** (31) leitet jetzt das Marketing (incl. Kommunikation, Events und PR) der Pforzheimer Luxusgüter- und Schmuckhersteller Fabergé und Victor Mayer. Er kommt von N3K Informatik (Spezialist für IP Management, Performance Management und Active Directory) in Heilbronn.

05: **Ute Weiß** wechselt nach zehn Jahren konzernintern vom Bereich Marketing Europa für Pkw-Reifen bei Continental als Managerin Marketing Communication/PR zur Unit Industrial Tires. Sie folgt auf **Mariam Harms Diallo**.

06: **Nicole Isermann** (40) verantwortet nun Presse & Kommunikation bei Lohmeier & Deimel in Wachtberg bei Bonn. Sie kommt von Weber Shandwick Deutschland (GPRA) in Köln.

07: **Christof Birringer** wurde bei General Motors Europa zum Manager Multi-Brand Communication Germany & Austria berufen.

08: **Joern Radzio** (34) macht hausintern Karriere und wurde bei Autorola (Online-Auto-Auktionen) in Hamburg Marketingchef mit der Verantwortung für

komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied



Online- und Dialog-Marketing, PR sowie Werbung.

09: **Kirsten Beck** (35) verantwortet jetzt die PR für Bartenbach Marketing Services und das Event-Management der Bartenbach-Gruppe in Mainz. **Catrin Knußmann** (26) vertritt die in Elternzeit befindliche **Diana Memmesheimer** und betreut die externe Kommunikation.

- Anzeige -

PR-Erfolg sichtbar machen!

Mit Ihrem eigenen PR Informationssystem

- PR Workflow Optimierung
- Mediendatenbank
- Elektronisches Clippingarchiv
- Flexible Evaluation
- Umfassende Services und Schnittstellen

CONVENTO
managing the communication workflow

Etats:.....

F&H: Lead-Agentur für Russland-Aktivitäten der ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme

F&H Porter Novelli in München übernimmt den PR-Leitung für sämtliche Russland-Kommunikationsaktivitäten der ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme, einem Tochterunternehmen von ThyssenKrupp Steel in Duisburg, das Expertenlösungen für den industriellen und gewerblichen Hochbau anbietet.

ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme ist ein international führender Hersteller von Dach- und Wandelementen aus bandbeschichtetem Stahl. International kooperiert F&H mit der Porter Novelli Partneragentur R.I.M. in Moskau, wobei F&H als Lead-Agentur fungiert. Die PR-Arbeit bezieht sich hauptsächlich auf die B-to-B-Kommunikation und umfasst unter anderem die Eröffnung einer ThyssenKrupp Hoesch Bausysteme Dependence in Moskau.

Etats compact (10) (23.KW-07)

01: Steelcase (Büromöbelhersteller), Rosenheim
an: **häberlein & mauerer agentur für public relations**, München

02: Vivamangiare Wellfood, Köln
an: **inMedias Kommunikation**, Burscheid

03: Schubert (Schutzhelm-Hersteller), Braunschweig + Magdeburg
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg

04: Rumöller Betten, Hamburg
an: **Ahuis PR**, Hamburg

05: Siemens Audiologische Technik, Erlangen
an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

06: Deutsche Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger (DGzRS), Bremen
an: **Butterfly Communications**, Berlin

07: Netviewer (IT-Unternehmen/Software für Web-Collaboration), Karlsruhe
an: **Storymaker**, Tübingen

08: Deutsche BKK (Aktion "5 macht fit!"), Berlin
an: **Straub & Linardatos Kommunikation**, Hamburg

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

09: Notifier Sicherheitssysteme, Ratings
an: **Fortis PR**, München

10: Mentor-Stiftung Deutschland (Internationaler
Fachkongress zur Suchtprävention von Kindern
und Jugendlichen), Karlsruhe
an: **ad publica**, Hamburg

Branche:.....

DPRG-Jury nominiert 44 Finalisten für den Deutschen PR-Preis

Aus 366 Einreichern nominierte die Jury des Deutschen PR-Preises 2007 bei ihrer Sitzung am 01. und 02. Juni in Ludwigshafen 44 Finalisten für den Branchenpreis. 53 Prozent aller Einreichungen wurden von Agenturen verantwortet. Die Preisträger wurden in geheimer Abstimmung ermittelt. Ihre Bekanntgabe erfolgt anlässlich der Gala zur Verleihung des Deutschen PR-Preises am 14. September im Kurhaus Wiesbaden. Die Jury verständigte sich ebenfalls auf den „Kommunikator des Jahres“ und den „PR-Kopf des Jahres“.

PR-Branche fehlt die Professionalisierung

Über zwei Drittel (68 %) aller PR-Verantwortlichen in Unternehmen sind branchenfremd: Sie haben kein PR- oder kommunikationsspezifisches Studium absolviert. Dazu kommt, dass 24 Prozent der PR-Ansprechpartner PR nebenher erledigen, weil ihre Haupttätigkeit eine andere ist. Zu diesem Ergebnis innerhalb der PR-Branche kommt eine Umfrage, die die Beratungsgesellschaft für strategische Kommunikation PR-Com in München unter 126 PR-Verantwortlichen in mittelständischen und großen Unternehmen durchgeführt hat.

Die PR-Branche wächst und mit ihr auch die Anforderungen an deren Verantwortliche. Um die Nachfrage an qualitativ hochwertiger Presse- und Öffentlichkeitsarbeit effizient bedienen zu

können, fehlen aber die Profis und vor allem eine einheitliche Ausbildung für PR-Berufe.

"Um die Professionalisierung der PR-Fachkräfte ist es schlecht bestellt, und es besteht akuter Handlungsbedarf", erklärt Alain Blaes, Geschäftsführer von PR-Com. "Die Studie zeigt, dass zwar immerhin 79% der PR-Ansprechpartner einen Hochschulabschluss haben, aber kaum einer das Handwerk von der Pike auf gelernt hat." Die Bestrebungen der Verbände sowie vereinzelte Studiengänge deckten den Bedarf bei weitem nicht ab.

Anm.: Mit Verlaub, liebe PR-Com'ler aus München, diese Meldung bedarf einer Anmerkung. Im Interesse einer professionellen PR-Klarheit sollte man aus 128 Befragungen keine Allgemeinschlüsse auf die Branche ziehen. Die Situation ist sicher verbesserungsbedürftig. Dann wäre aber auch hilfreich gewesen, zu wissen, woher die 128 Befragten kamen - Unternehmen, Agenturen, Behörden, Verbände, groß, mittel, klein, Funktion, Position und, und... So enthält die Meldung nichts Neues, nur Allgemeinplätze, bestätigt Vorurteile, hilft nicht wirklich weiter und ist nicht viel mehr als heiße Luft! -fff-

PR-Agentur Open2Europe: 7 Jahre Wachstum

Open2Europe, Spezialist für pan-europäische Öffentlichkeitsarbeit mit Sitz in Gennevilliers im Großraum Paris, feiert dieses Jahr sein siebenjähriges Bestehen. Nach der Gründung im Jahr 2000 hat sich das Unternehmen schnell zum PR-Partner zahlreicher amerikanischer, europäischer und asiatischer Firmen entwickelt. Für das Geschäftsjahr 2007 wird ein Umsatz von über drei Millionen Euro erwartet.

Die geplante Anzahl der beschäftigten Mitarbeiter für dieses Jahr beträgt 45. Die Mitarbeiter gehören 23 verschiedenen Nationalitäten an. Grundlage des Erfolgs ist das Konzept von Open2Europe: Ein Beraterteam wird von Paris aus gleichzeitig in ganz Europa oder in einem Teil von Europa aktiv, um Visibilität und Produktpresenz der Kunden zu steigern.

Vier Ausbilder: Forderungen an neue Prüfungsinstitution

Wir veröffentlichen das Positionspapier im Wortlaut (die Autoren sollen sich unverfälscht mit ihren unnötigen Selbstverständlichkeiten und kleinkarierten Verhinderungs-Rechtfertigungen blamieren. Statt weiterführenden Inhalte nur Leerformeln und Formalismen, statt Lösungen für den PR-Nachwuchs nur egoistische, fehlinformierende Lautsprechereien. -fff-).

Die von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) zertifizierten Ausbildungsinstitute com+plus, Deutsches Institut für Public Relations (DIPR), oeffentlichkeitsarbeit.de und PR+plus begrüßen grundsätzlich die geplante gemeinsame Prüfung und Zertifizierung, auf die sich die Berufsverbände DPRG, GPRA (Gesellschaft Public Relations Agenturen) sowie BdP (Bundesverband deutscher Pressesprecher) geeinigt haben.

Ein einheitlicher, qualifizierter und allgemein anerkannter Abschluss für PR-Fachleute liegt im Interesse der gesamten Branche und aller Beteiligten. Vor allem aber dient er dem PR-Nachwuchs zur Orientierung und Qualifizierung. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Branche compact (4) (23.KW-07)

01: Mit einem Rekordergebnis von 438 Einreichungen nach einem Jahr Abstinenz belohnten die Kreativen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz den einzigen deutschsprachigen **Filmpreis "Die Klappe"** für Bewegtbildkommunikation, ausgerichtet vom Kommunikationsverband in Hamburg. Die Klappe-Jury nominierte 97 Beiträge auf die Shortlist 2007.

02: **A&B Communications Group** (GPRA), Frankfurt am Main **eröffnet in Hamburg ein neues Büro**, das von Frank Solms Nebelung geleitet wird, einer der Geschäftsführer der A&B One Kommunikationsagentur. In München bezieht die Gruppe Ende Juni ein größeres Büro. Dieses wird von Rainer Westermann geleitet (früher mal Leiter Unternehmenskommunikation des Chip-Herstellers Infineon).

03: Frank Langrock und Marietta Grade starten am 1. Juli in Berlin mit **Equico**, einer Agentur rund um die Kommunikation für den Reit- und Pferdesport.

04: Das internationale **PR-Netzwerk Eurocom Worldwide** hat die Münchener PR-Agentur **Schwartz Public Relations** mit ihrem diesjährigen **Chairman's Award** ausgezeichnet. Sie erhielten die Auszeichnung für ihr großes Engagement für das PR-Netzwerk und für die Koordination der Corporate-Social-Responsibility (CSR)-Aktivitäten von Eurocom Worldwide. Das PR-Netzwerk unterstützt mit seinen Mitgliedsagenturen auf kostenloser Basis die UN beim „World Food Programme“ (WFP) im Kampf gegen den Hunger.

Medien:.....

Medien compact (2) (23.KW-07)

01: **Deutsche Medienmanager sehen das soziale Internet weitaus skeptischer als ihre angelsächsischen Kollegen.** Nach einer Studie der Unternehmensberatung Accenture, aus der die "FAZ" zitiert, sehen 65 Prozent der britischen oder US-Manager das Web 2.0 als Wachstumsmotor, während nur 36 Prozent der deutschen Kollegen diese Einschätzung teilen. 47 Prozent der deutschen Medienmanager halten das Web 2.0 noch immer für eine Blase. Nikolaus Mohr von Accenture widerspricht: "Web 2.0 ist sicher keine Modeerscheinung. Die Medienmanager müssen sich Gedanken über neue Modelle machen." Nur in einem Punkt herrscht international Übereinstimmung, so die "FAZ": "Blogs und andere nutzergenerierte Inhalte werden professionelle, hochwertige Inhalte niemals ersetzen."

02: Die Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf **stellt** am 18. Juni die börsentäglich in ausgewählten Unternehmen kostenlos verteilte Wirtschaftszeitung **"Business News"** ein. Die Auflage erreichte zuletzt 111.558 Exemplare. Das Projekt soll unter Chefredakteur Klaus Madzia nun online als neues HB-Internet-Portal fortgesetzt werden.

Services + Tipps:.....

PR-Erfolge müssen mit Zahlen belegbar sein

Neue Profi-Software zur kostengünstigen Evaluierung der Public Relations. Auftraggeber werden in Zukunft von der PR-Agentur mehr und mehr konkrete, nachvollziehbare Ergebnisse der PR-Evaluierung einfordern und die Honorare erfolgsabhängig gestalten. Mit Hilfe moderner Berechnungsmethoden ist der Erfolgsnachweis mit aussagekräftigen Zahlen belegbar. Kennzahlen geben über Wirkung und Effizienz Auskunft.

Das Programm "PR+EVAL" realisiert ein breites Spektrum an qualitativen und quantitativen Auswertungen von Resonanz-Analysen, Präsenz- und Inhalts-Analysen werden nicht nur durch Zahlen und Text sondern auch durch zahlreiche Diagramme in grafische Ausgaben umgesetzt. Es macht zusammenfassende, summative Analysen, liefert aber auch zur Verlaufskontrolle anschauliche Darstellungen entlang einer Zeitachse.

Die Clippings - als Basis der Medien-Analysen - werden mit den entsprechenden Medien-Grunddaten entweder von einem Medienbeobachtungs-Unternehmen oder von der PR-Agentur selbst erhoben. Die Codierung der einzelnen Medien-Reaktionen für Präsenz- und Inhaltsanalysen wird von der Agentur durchgeführt. Programmbezug und weitere Info unter www.pr-eval.at.

Service compact (3) (23.KW-07)

01: Zwei interessante Informationen des **Statistischen Bundesamtes** in Wiesbaden:
- Nach ersten Berechnungen stiegen die **Umsätze der Unternehmen im Dienstleistungsbereich** ohne Handel, Gastgewerbe und Finanzdienstleistungen im ersten Quartal 2007 verglichen mit dem entsprechenden Vorjahresquartal um nominal 6,3 Prozent.

- Die **Preise für die Internet-Nutzung** lagen nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes im Mai 2007 um 5,1 Prozent unter dem Niveau von Mai 2006. Das Mobiltelefonieren verbilligte sich zwischen Mai 2006 und Mai 2007 um 2,2 Prozent. Im Mai 2007 war der Preisindex für Telefondienstleistungen im Festnetz im Vergleich zum Mai 2006 um 1,9 Prozent höher. Der **Preisindex für**

Telekommunikationsdienstleistungen insgesamt (Festnetz, Mobilfunk und Internet) lag aus Sicht der privaten Haushalte im Mai 2007 um 0,5 Prozent über dem Niveau des entsprechenden Vorjahresmonats.

02: Die spürbare wirtschaftliche Erholung in Deutschland **lässt die Deutschen deutlich entspannter auf die Lage am Arbeitsmarkt blicken** als noch in den letzten Jahren. Auf die Frage, welches die größten Herausforderungen im Lande sind, nannten im April 2007 insgesamt 67 Prozent der Befragten die Arbeitslosigkeit. Von 2002 bis 2006 hatte dieser Anteil deutlich über 70 Prozent gelegen. Eine zunehmende Bedeutung auf der Agenda der Deutschen nehmen dagegen vor allem die Preis- und Kaufkraftentwicklung sowie der Umweltschutz ein (GfK-Studie "Challenges of Europe" 2007)

03: Die Münchener **Bildagentur maritius images** hat ihr neues Booklet "Visions" veröffentlicht - als Inspirationsquelle und Ideenlieferant. Weitere Informationen unter www.mauritius-images.com.

Tagungen + Seminare + Ausbildung:::.....

pr+co: Seminarreihe MAZ-Werkstatt

pr+co. startet im Sommer mit der "MAZ-Werkstatt" eine neue Praxis-Seminarreihe zum Thema Mitarbeiterzeitschrift. Am 12. Juli ist in Stuttgart Premiere, dann steht die "Themenvielfalt" in der Mitarbeiterzeitschrift auf dem Programm: das Themenspektrum im Unternehmen, journalistische Darstellungsformen und die Methode des Storytelling. Seminarleiter sind Norbert Hiller und Silke Köhler von pr+co. Den Impulsvortrag "Das Trüffelschwein und sein Netzwerk - Themenfindung für die MAZ" hält Eckhard Marten, Leiter Kommunikation Lebensversicherung der Allianz Deutschland AG. Informationen unter www.prco.de/werkstatt.

Mitarbeiter in interne Kommunikation einbinden

Internationale Tagung vom 20. und 21. September 2007 in Wien. Effektive interne Kommunikation ist ein entscheidender Faktor im Unternehmen, wenn

Veränderungen zu bewältigen und Chancen zu nutzen sind. Die strategische Einbindung der Mitarbeiter in die interne Kommunikation kann ein entscheidender Beitrag zur Verbesserung der Führung sein.

Im Mittelpunkt der zweitägigen Konferenz stehen die Bewältigung des Wandels, die interne Verankerung von Marken oder Markenwechsel sowie Best-Practice-Kommunikation in Zeiten von Restrukturierungen, Fusionen und Akquisitionen. Das Programm ist auf maximale Interaktion und Networking der Teilnehmer abgestellt. Fallstudien, Podiumsdiskussionen und ein halbtägiger Workshop runden die Tagung ab. Die Referenten sind Kommunikationsmanager globaler Unternehmen, u.a. BASF, Vodafone, VW, IBM ... Konferenzsprache ist Englisch. Nähere Informationen unter www.empiriagroup.eu.

27. DAPR-Grundausbildung startet im August

Am 17. August startet die 27. berufsbegleitende Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) in Frankfurt am Main. Im Vordergrund der Ausbildung stehen Verbreiterung, Vertiefung sowie methodisch durchdachte Handhabung von Fachwissen und Berufsverständnis. Dadurch erlangen die Teilnehmer persönliche und fachliche Kompetenz im Bereich der PR. Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Mitwirkung bei der Erarbeitung von PR-Strategien eine wesentlichen Zielsetzungen.

Die Ausbildung ist so konzipiert, dass sie berufsbegleitend wahrgenommen werden kann. Die zur Beraterprüfung erforderliche Konzeption orientiert sich an einem realen Kundenprojekt mit konkretem Auftraggeber. Weitere Informationen zur Grundausbildung und Prüfung unter: raab@dapr.de oder www.dapr.de.

PRVA startet PR Talk

Der Public Relations Verband Austria (PRVA) präsentiert eine neue Veranstaltungsserie: die erste Ausgabe des Diskussionsformates PR Talk widmet sich am 12. Juni dem Thema „Bad News are Bad News“. Wie es um die PR-Branche

bestellt ist und wieviel PR in eigener Sache benötigt wird, erörtern Peter Köppl (Kovar & Köppl Public Relations), der Journalist und Autor Hans Rauscher, Dietmar Ecker (Ecker & Partner) sowie der Meinungsforscher und Politologe Peter Hajek. Weitere Informationen und Anmeldung unter www.prva.at.

Termine compact (6) (23.KW-07)

01: Die Global Alliance for Public Relations and Communication Management vergibt zum zweiten Mal in Folge vier **neue Stipendien an internationale Teilnehmer des Studiengangs Master of Science in Communication Management (MScM) der Universität Lugano**. Mit der Vergabe von Stipendien will die Global Alliance Bildungsprogramme fördern, die den institutionellen Zielen des Verbandes dienen. Die Bewerbungsfrist endet am 20. Oktober 2007. Die Orientierungsseminare für MScM10 beginnen im Januar 2008. Diese Seminare finden in verschiedenen europäischen Ländern statt und bieten den Teilnehmern Gelegenheit, mehr über das Programm zu erfahren, den Programm-Direktor kennen zu lernen und mit Absolventen und Teilnehmern des aktuellen MScM-Programms zu sprechen. Infos und Anmeldung unter: www.mscom.unisi.ch.

02: Erfolgreicher Start der Webinare auf der marketing-BÖRSE. Die nächsten Webinare halten die Online-Experten Alexander Wunschel zum Thema "Status Quo Vadis Podcasting" und **Klaus Eck zum Thema "Kommunikation 2.0: Bloggen oder gebloggt werden"**. Interessenten können sich hier für die nächsten Webinare anmelden: www.marketing-boerse.de/Webinar/list.

03: Textakademie und GlobalCom PR-Network, München veranstaltet am 21. Juni in Düsseldorf das **Kompaktseminar "Die erfolgreiche PR-Meldung"**. Weitere Termine: 9. Oktober in München und 23. Oktober in FRankfurt am Main. Infos: www.textakademie.de/152.html#622.

04: Am 15. und 16. Juni veranstalten Studenten der Medienwissenschaft der FSU Jena "Aussichtspunkte - studentischer Kongress zur visuellen Kommunikation", Schirmherr: Ulrich Wickert. Infos: www.kongressaussichtspunkte.de.

05: Gutes Projektmanagement ist im heutigen Berufsleben eine Voraussetzung. Welche

Kompetenzen und Kenntnisse braucht ein Projektmanager, um erfolgreich zu sein? Welche Faktoren sind bei der Planung zu beachten? Antworten auf diese Fragestellungen liefert der **media workshop "Projektmanagement"** der dpa-Tochter news aktuell am 28. und 29. Juni in Frankfurt am Main. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/724>.

06: Das **Management-Training des Instituts für Markentechnik Genf "Selbstähnliche Markenführung®"** findet vom 20. bis 22. Juni in Genf statt und nimmt alle Aspekte der Marke aus den Blickwinkeln der Analyse, der Markenführung und der Umsetzung von strategischen und operativen Lösungen unter die Lupe. In markentechnischen Workshops werden bis zu drei sich ergänzende Themen zusammengeführt und von den Teilnehmern unter Führung der Referenten anhand der aktuellen Marktsituation bearbeitet. Dabei können auch Aufgabenstellungen aus teilnehmenden Unternehmen eingebracht werden. Detaillierte Informationen und Anmeldemöglichkeiten finden Interessierte im Internet unter: www.markentechnik.ch.

Themen der Zeit (Autorenbeiträge):.....

European Affairs - Arbeitsplatz Brüssel

Ergebnisse einer Befragung von EU-Journalisten 2006. „Adäquate Information Management in Europe (AIM) wurde vom Erich-Brost-Institut für Journalismus (ebi) im Jahre 2004 initiiert und hat mit Unterstützung der Europäischen Kommission innerhalb des 6. Rahmenprogramms (2002 - 2006) empirische Studien, Berichte und Materialsammlungen durchgeführt. Ziel des AIM-Projektes ist es, den Einfluss der Massenmedien auf die europäischen Öffentlichkeiten in empirischen, theoretischen und praktischen Dimensionen zu überprüfen. Am Projekt sind Forschungsinstitute in elf europäischen Mitgliedsländern beteiligt (Belgien, Estland, Finnland, Frankreich, Deutschland, Irland, Italien, Litauen, Norwegen, Rumänien und Großbritannien).

Das AIM-Forschungskonsortium hat in diesem Jahr das Arbeitspapier 3 (215 Seiten) mit den Ergebnissen der 2006 durchgeführten Interviews in englischer Sprache unter dem Titel „Understanding the Logic of EU-Reporting from Brussels“ herausgegeben. Die einzelnen Berichte stellen eine wertvolle Hilfe für Medienfachleute, Lobbyisten, PR-Spezialisten und PR- und Journalistennachwuchs auf einer empirischen Basis dar. So lässt sich das Nachrichtenmanagement durch Korrespondenten und Sprecher der EU-Institutionen in Brüssel besser verstehen und interpretieren. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

PR-Digest:.....

Authentizität als (PR-)Erfolgsfaktor

Das Fundament einer jeden Beziehung ist Vertrauen. Bei Babys spricht man vom Urvertrauen gegenüber den Eltern. Unternehmen indes können auf dieses Urvertrauen natürlich nicht zurückgreifen. Sie müssen es bei Kunden und Partnern erst aufbauen und dann konsequent pflegen. Das generelle Vertrauen haben viele Kunden allerdings mittlerweile bei einer ganzen Reihe von Unternehmen und Marken sowie deren Produkten verloren. Und dies hat oft das jeweilige Unternehmen selbst verschuldet. In der Werbung und der gesamten Kommunikation, also auch in der Medienarbeit, ist eine Schein-Realität aufgebaut worden, die mit der Unternehmens- und Produkttatsächlichkeit kaum etwas gemein hat. *Den Artikel von Mirko Kaminski, achtung! kommunikation GmbH (GPRA), Hamburg bitte [hier im "PR-Guide" weiterlesen](#).*

JK-Kom: Reformkommunikation

Die hektische Diskussion um "Reformkommunikation" hat sich mit Beginn der Großen Koalition beruhigt, dennoch ist die Debatte nicht vorbei. In der Fachwelt ist die Frage, wie Reformen am Besten kommuniziert werden können, immer noch umstritten. Die Autoren haben drei Thesen entwickelt, die sie zu diesem Diskurs beisteuern wollen. Ausgangspunkt der Überlegungen ist dabei die Erkenntnis, dass Reformen in Deutschland häufig nach dem

Hauruck-Prinzip durchgesetzt werden. Maßnahmen, die für den einzelnen Bürger teilweise tief greifende Veränderungen bedeuten, werden scheinbar über Nacht beschlossen, die Menschen vor vollendete Tatsachen gestellt.

Dass Reformen in Deutschland immer häufiger auf breiten öffentlichen Widerstand stoßen, hat damit zu tun dass auf die systematische Einbindung der Menschen verzichtet und gleichzeitig nicht das nötige Bewusstsein für die Notwendigkeit von Veränderungen hergestellt wird.

Weiterlesen hier im Monatsthema Juni 2007 von Johanssen + Kretschmer *Strategische Kommunikation (GPRA), Berlin.*

PR-Jobs + Karriere:::.....

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

Gesuche

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (22)

- [PR-Junior-Berater/in ab sofort in Hamburger PR-Agentur gesucht](#)
- [dot.communications sucht PR-Manager \(m/w\)](#)

- [Jeschenko Berlin sucht PR-Volontär/-in und PR-Juniorberater/-in](#)
- ["Robin Hood" sucht Junior PR-Berater in Hamburg](#)
- [Senior-PR-Berater \(w/m\) in Hamburg geucht](#)
- [WortFreunde in Stuttgart suchen PR-Berater/in & PR-Volontär/in](#)
- [circle Comm sucht PR-Berater \(m/w\) Healthcare](#)
- [MEDIA CONSULTA sucht PR Berater/in, Berlin](#)
- [Münchner PR-Agentur sucht PR-Berater/-in mit Schwerpunkt ITK \(m/w\)](#)
- [W&P PUBLIPRESS sucht Junior-Berater/in](#)
- [Junior PR Berater \(m/w\) mit Affinität für den Video games Markt gesucht](#)
- [success Werbeagentur sucht PR-Berater/in Konsumgüter Fashion / Lifestyle](#)
- [fischerAppelt sucht Beraterpersönlichkeit PR \(m/w\) in Hamburg](#)
- [in-house Agentur in Darmstadt sucht Senior PR-Berater für Software/IT](#)
- [Berliner PR-Agentur sucht Projektmanager/in](#)
- [Berliner Think Tank sucht Junior-PR-Berater/in](#)
- [Grassroots-Consultant für Berliner Beratungsgesellschaft gesucht](#)
- [Senior-PR-Berater/in Schwerpunkt Energie/IT in Berlin gesucht](#)
- [Susbauer PR Köln sucht PR Kontakter/Junior \(m/w\)](#)
- [Weber Shandwick Hamburg sucht einen PR-Redakteur/in](#)
- [Part of Success sucht ab sofort PR Berater/in für Führungsaufgaben](#)
- [Weber Shandwick München sucht Junior-Berater/Berater \(w/m\)](#)

In Unternehmen (4)

- [Die Vendus Sales & Communication Group sucht Junior Fach-PR Berater/in Healthcare](#)

- [Senior Berater/in für die MCG Healthcare Relations GmbH gesucht](#)
- [Die Zimmer GmbH sucht Mitarbeiter/-in Kommunikation in Wiesbaden](#)
- [PR-Junior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) in Frankfurt](#)

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 \(freiberuflich\)](#)

(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 PRJ-Homepage)

Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
 Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
 Telefax: +49 (0)2241 201.30.61 (funktioniert derzeit leider telekombedingt nicht – Ersatz: 0241-9431971)
 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, 11. Juni 2007 – 21:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.718 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