

PR-Journal-Newsletter

Nr. 119 / 27. + 28. KW 2007

In der **Sommerpause** erscheint unser Newsletter wie gewohnt vierzehntäglich. Die **nächste Ausgabe** erhalten Sie **am 31. Juli**.

Seite 1

Rücktritt Altmeyers, Vattenfall: spät, verspätet, zu spät

Am 16. Juli um 14 Uhr wurde es dem Unterzeichner bekannt: Der Leiter der Konzernkommunikation des Energiekonzerns Vattenfall, Berlin, Johannes Altmeyers ist zurückgetreten - spät zwar, aber immerhin die einzig mögliche Reaktion. Somit hat er wenigstens noch etwas Selbstachtung in sein weiteres Leben übergerettet. Der "Rücktritt" diene wohl nur der Gesichtswahrung, ansonsten hätte man ihn zu Recht gefeuert. Es ist eigentlich nicht nachvollziehbar, dass ein PR-Manager (also Verantwortlicher) nach den von Politik, Medien, Wirtschaft und Konzernmutter festgestellten Kommunikationspannen noch so lange im Amt war. Altmeyers hat versagt, wie in letzter Zeit etliche seiner Kollegen. Und sollte er sich wider eigener Einsicht nicht gegen seine Chefs durchsetzen können, um sie auf den richtigen Pfad der verantwortlichen Informationspolitik zurück zu bringen, hätte er

ebenfalls gehen müssen. Altmeyers Funktion wird kommissarisch von Rainer Knauber, Leiter des Konzernbereichs Politik und Gesellschaft, wahrgenommen.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Ausbildung: Radikales "Upgrading" dringend von Nöten

Der Beitrag von Alexander Güttler, CEO von komm.passion (GPRA), Düsseldorf, fragt nach der weiteren Daseinsberechtigung von Kommunikationsmanagement, wenn es unserer Profession nicht endlich gelingt, den Wildwuchs einzuschränken, die Qualität der Ausbildung zu erhöhen und damit langfristig die Anerkennung der Arbeit auf ein komplett neues Niveau zu heben. Durch das Zusammengehen der drei PR-Verbände DPRG, GPRA und BdP für eine gemeinsame Prüfungsinstitution bietet die seit langem einmalige Chance, wirklich etwas zu ändern.

[Den Artikel bitte online hier im "PR-Guide" lesen.](#)

Lebensmittelkonzerne: Das große Zucker-Versteckspiel

Die großen Lebensmittelkonzerne kennzeichnen ihre Produkte seit Neuestem mit ausführlichen Nährstoffangaben. Die sind allerdings umstritten - und keineswegs freiwillig: Denn Kraft, Nestlé und Co. wollen damit nur strengere EU-Richtlinien verhindern.

[Den Artikel von Susanne Amann in SpiegelOnline vom 10. Juli hier im Internet weiterlesen.](#)



- Anzeige -



NEWBASE SERVICE ANALYST

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

Studie: Die Menschen wollen die Gesichter der Wirtschaft sehen

Wie Unternehmens-Chefs in der Öffentlichkeit auftreten, wird heute intensiv von PR-Profis geplant: Mehr als die Hälfte der Vorstandsvorsitzenden folgen einem speziellen Kommunikationsplan, um bei Kunden und Mitarbeitern, Medien und Investoren zu überzeugen. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie zur Chef-Kommunikation von Lothar Rolke und Melanie Freda von der Fachhochschule Mainz. Repräsentativ befragt wurden die 500 größten Unternehmen in Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA-Agenturen verzeichnen weitere Zuwächse

Die 33 Mitgliedsagenturen der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA), Frankfurt am Main haben nach eigener Aussage das erste

Halbjahr 2007 mit einem durchschnittlichen Umsatzwachstum von gut zehn Prozent abgeschlossen. Die Mitarbeiterzahl stieg um sechs Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klähn macht PR + PA für den Kaffeeverband

Joachim A. Klähn, bis Ende Juni 2007 Leiter der Hamburger Tchibo Konzernkommunikation, wird in der PR und im Lobbying (Public Affairs) den Deutschen Kaffeeverband in Hamburg beraten. Zentrale Aufgabe ist die Initiierung und der Aufbau des Projekts "Kaffee und Gesundheit" sowie die konzeptionelle Weiterentwicklung des "Tag des Kaffees" (am 28. September 2007).

Personalien

Cords übernimmt Standortleitung von fischerAppelt Berlin

fischerAppelt Kommunikation (GPRA), Hamburg baut seinen Hauptstadtstandort weiter aus: Seit dem 1. Juli hat der Agenturpartner Lars-Christian Cords (38) die Leitung des Berliner Büros in der Friedrichstraße übernommen. Er hatte zuletzt große öffentliche Kampagnen der Agenturgruppe wie "Du bist Deutschland" und "Partner für Innovation" erfolgreich gesteuert. Cords folgt auf den bisherigen Standortleiter Loring Sittler, der die Agenturgruppe verlässt.



komm.passion



Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Becker-Hussong zur Postbank-Kommunikation

Branchengerüchten zufolge holt sich der neue Chef der Postbank, Wolfgang Klein, einen neuen Unternehmenssprecher: Christian Becker-Hussong, der seit einem Jahr bei der HypoVereinsbank die Kommunikation leitet. Derzeitiger Postbank-Abteilungsdirektor Presse und Öffentlichkeitsarbeit ist Joachim Strunk. Becker-Hussong soll (zunächst?) Leiter des Bereichs Investor Relations & Research werden - ein Job der seit der Beförderung von Marc Heß vakant ist.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Claudia Fasse wird Beiersdorf-Kommunikationschefin

Claudia Fasse (43) wird ab dem 1. Oktober Leiterin Pressearbeit/Head of Corporate Media Relations bei Beiersdorf in Hamburg. Sie folgt auf Klaus-Peter Nebel (61), der Ende Juni nach 24 Jahren das Unternehmen verlassen hat und zu Tchibo (Beiersdorf gehört zum Tchibo-Konzern) gewechselt ist. Fasse war zuletzt Manager Communications bei Coca-Cola, davor Sprecherin des NRW-Umweltministeriums. Manuela Rousseau, die bis Fasses Antritt die Pressearbeit interimistisch leitet, wird künftig wie geplant den Bereich Global Corporate Social Responsibility aufbauen.

Personalien compact (38) (27.KW-07)

01: **Christine Ehlers** (37), zuletzt PR-Verantwortliche bei Borgmeier Public Relations in Delmenhorst, wechselte nach Hamburg und verantwortet jetzt die interne und externe Kommunikation der GVO Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen.

02: **Karl Steinle** (37) arbeitet jetzt als Leiter Investor Relations bei der HSH Nordbank in Hamburg - er kommt von equinet communications.

03: **Oliver Sturz** (37) wurde neuer Head of Consumer PR bei Yahoo! Deutschland in München. Er kommt von der ortsansässigen Agentur Harvard Public Relations. **Judith Sterl** macht unternehmensintern Karriere und ist nun als Nachfolger von **Dirk Hensen** neue Head of Trade und Corporate PR.

04: **Gregor Doepke** (47) leitet jetzt die DGUV-Kommunikation in Berlin. Die Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV) ist aus dem Zusammenschluss von Hauptverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften (HBVG), Sankt Augustin und Bundesverband der Unfallkassen (BUK), München hervorgegangen. Doepke ist auch Pressesprecher, sein Stellvertreter ist **Stefan Boltz**

05: **Sebastian Hölzl** (32) verantwortet als neuer DACH-Marketingleiter von Premiere Global Services (digitale Kommunikationslösungen) in München die Bereiche Strategisches Marketing-Management, Unternehmens- und Produktkommunikation.

06: **Albert Steck** (38) wird im August neuer PR-

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

E.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Chef bei der Migros Bank in Zürich. Er ist noch Redakteur des Wirtschaftsmagazins "Bilanz".

07: **Jens Schreiber** (50) wechselt von der Berliner E.ON-Repräsentanz in die Düsseldorfer Zentrale und übernimmt den Bereich Unternehmenskommunikation und die Funktion des Pressesprechers.

08: **Sonja Vollmer** (32) wurde Managerin Corporate Communications von Weka Business Information in München. Sie kommt von Elsevier/Urban & Fischer Verlag und folgt auf Kai Löbert (38).

09: **Melanie Voß** wurde als Nachfolgerin von Silke Hallström neue PR-Managerin der Agentur Initiative Media in Hamburg.

10: **Rainer M. Gefeller** (56) wird am 1. Oktober als Chefredakteur Nachfolger des in den Ruhestand gehenden **Gerhard Mumme** (62) bei der "Frankfurter Neue Presse".

11: **Bettina Lichtenberg** (41) wird am 1. August Leiterin der Konzernkommunikation bei Körber in Hamburg. Sie leitete bisher die Kommunikation der zum Körber-Konzern gehörenden Hauni Maschinenbau und folgt auf **Peter Reszczyński**, der in den Ruhestand geht.

12: **Axel Dürr** (39) scheidet als Leiter Unternehmenskommunikation bei Kabel BW in Stuttgart aus.

13: **Thomas Bellartz** (38) verantwortet jetzt als Nachfolger von **Annette Rogalla** die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der ABDA Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände in Berlin. Er kommt von der "Pharmazeutischen Zeitung":

14: **Eva Kersting** (30) ist im Gruner + Jahr Verlag in Hamburg nun als Pressereferentin für die "Eltern"-Zeitschriftengruppe tätig. **Simone**

Lönker (30) übernahm die Titel der "P.M."-Gruppe und "emotion".

15: **Nadja Elias** (40), Pressesprecherin der United Internet Media in Montabaur übernahm zusätzlich die Leitung der GMX-Pressestelle. Sie arbeitet künftig mit **Holger Neumann** (33) zusammen, der von der Münchener PR-Agentur dot.communications, München zu GMX wechselte.

16: **Anja Weber** (27) wechselt von der Kommunikationsagentur Maisberger Whiteoaks, München als Junior PR- und Marketing-Managerin zum ortsansässigen Meinungsforschungsinstitut Vocatus.

17: **Diane Bingel** (40) ist als neugewählte stellvertretende Hauptgeschäftsführerin der Handwerkskammer Kassel auch für die Kammer-Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Sie kommt vom Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie.

18: **Janina Wintermayr** (25) wurde neue PR-Beraterin bei Marchsreiter Communications in München.

19: **Justus Bobke** (45) wechselte von Hamburg Marketing zur PR-Agentur achtung! kommunikation (GPRA) in Hamburg.

20: **Hermann Kleen** wurde als Nachfolger von **Klaus Schloesser** neuer Senatssprecher der Hansestadt Bremen. Seine Stellvertreterin ist **Dagmar Bleiker**.

21: **Isabelle Lissel-Erhard** arbeitet jetzt als neue Account Managerin bei der PR-Agentur Maisberger Whiteoaks in München. Sie kommt von Lucy Turpin. **André Nowak** wurde Account Executive.

22: **Marcus Ostermann** (33) macht Vodafone-Karriere. Er leitet jetzt die Public Affairs beim Mobilfunk. Sein Vorgänger **Michael Wedell** wechselte ja wie gemeldet zur Dresdner Bank.

23: **Marc Boos**, geprüfter PR-Berater (DAPR), wechselte in die Online-Redaktion des Deutschen Caritas-Verbandes in Freiburg.

24: **Katja Meenen** (36) wurde Referentin für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der OVB Holding in Köln.

25: **Sybille Bloch** (32) ist jetzt PR-Managerin bei JP Global Markets (Vertrieb und Marketing von Cowon Systems) in Eschborn.

26: **Burkhard Woelki** ist ab sofort neuer Leiter Marketing und Kommunikation bei der Unternehmensgruppe Gazprom Germania in Berlin. Er kommt von der Berlinwasser Holding.

27: **Sabine Kehm**, ehemalige Schumi-Medienberaterin, wurde Head of Communications bei Ferrari Deutschland.

28: **Ansgar Heitzing** (32) leitet jetzt die Public Relations beim Chemiekonzern Lanxess in Leverkusen - er kommt von Degussa.

29: **Jutta Freisen** (25) wurde neue Redakteurin bei Moeller Horcher PR in Offenbach.

30: **Michael Langer** (45) wurde als Nachfolger von **Stefan Zuber** neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei T-Mobile International in Bonn. Er verantwortet weiterhin die internationale Kommunikation des Mutterkonzerns Deutsche Telekom.

31: **Sybille von Heimburg** (55) ist seit 1. Juli neue Pressesprecherin des Bundesverwaltungsgerichts in Leipzig.

32: **Tobias Göbel** (31) arbeitet jetzt als Nachfolger von **Wolfgang Braun** als neuer Pressesprecher bei Liqui Moly in Ulm.

33: **Gangolf Schrimpf** (41) wurde neuer Manager Externe Kommunikation des Pharmakonzerns in Darmstadt.

34: **Annette Füllenbach** (36) ist neue Leiterin Kommunikation von EADS Defence & Securita in München. Vorgänger war **Alexander Reinhardt** - nun Leiter Corporate Media Relations.

35: **Marc-Oliver Huhnholz** (35) wechselte von der Vereinigung der Unternehmensverbände Berlin und Brandenburg als Nachfolger von **Kai Schürholt** als neuer Pressesprecher zum Deutschen Brauer-Bund in Berlin.

36: **Jörg Schillinger** (46) verlässt seinen Job als Director Corporate Affairs und Pressesprecher des Braukonzerns InBev Deutschland.

37: **Georg Schneider** (48) ist als neuer Leiter der Abteilung Vorstandsstäbe der Landesbausparkassen West in Münster auch für PR und Pressearbeit verantwortlich.

38: **Gerd Henghuber** (36) wechselte nun als Nachfolger von **Anette Zinsser** zu Knorr-Bremse nach München und leitet dort die Unternehmenskommunikation. Er war zuvor beim Bundesverband der Deutschen Entsorgungswirtschaft in Berlin.

Etats

Etats compact (18) (27.KW-07)

01: goberCall (mobiler Call-by-Call-Dienst), Dover/USA

an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

02: Hiscox Deutschland (Spezialversicherer), München

an: **F&H Porter Novelli**, München

03: RTL Shop, Köln

an: **Public:news**, Hamburg

04: Hauptverband der gewerblichen Berufsgenossenschaften (HBVG) (Projekt "Disability Management und betriebliche Wiedereingliederung"), Sankt Augustin
an: **Impressum Publikation und PR**, Hamburg

05: internetstores, Waiblingen-Hegnach
an: **Storymaker**, Tübingen

06: Finanzhaus Buchanan Capital Group, ??? + Finanzberatung Duff & Phelps, München
an: **Ira Wülfing Kommuniaktion**, München

07: miha bodytec, Augsburg
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

08: IHK Zetis (IT-Messe "MediaMit"), Kaiserslautern
an: **Duchstein & Partner**, Mainz

09: Breil, Mailand
an: **Nicole Weber communications**, Hamburg

10: Kunstmagazin "Monopol" (Ringier Verlag), Zürich
an: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA), Berlin

11: Meda Pharma (Antiarhythmikum), Bad Homburg + Pelppharma (Heliocare), Freilassing
an: **Impressum Publikation und PR**, Hamburg

12: Kölner Freiwilligen Agentur (Jahresbericht), Köln
an: **muehlhaus & moers kommunikation** (GPRA), Köln

13: International Enterprise Singapore (Agentur zur Wirtschaftsförderung Singapurs), Frankfurt am Main
an: **Sympra** (GPRA), Stuttgart

14: Sonos (amerikanischer Audiospezialist), Santa Barbara (Kalifornien)/USA
an: **Trademark PR**, München

15: Condomi Health International, ???
an: **Serviceplan Brand PR**, München

16: Bundesministerium für Bildung und Forschung (Informationskampagne zur Nanotechnologie), Berlin
an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

17: Evault International, Schiphol-Rijk/Amsterdam
an: **Konzept PR**, Augsburg

18: TravelSumo, Mülheim-Kärlich
an: **CP Communication Pool**, Frankfurt am Main

Branche

Neuer Zigaretten-Verband ohne Marlboro

Kurz nach der Auflösung des Verbandes der Zigarettenindustrie (VdC) streben sechs Hersteller einen neuen Branchenverband ohne Beteiligung des Marktführers Philip Morris, München an. Die anderen Zigarettenhersteller sind sogar froh, dass Philip Morris (Marlboro) ihren Branchenverband VdC gesprengt hat. Sie werfen dem Marktführer (ca. 37 % Marktanteil) zudem Scheinheiligkeit vor.
[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Becker Kaiser holt Bodo Kirf und firmiert um in KAIKOM

Neuer Name, erweiterte Geschäftsführung und neue Adresse: Seit 1. Juli heißt Becker Kaiser Public Relations KAIKOM - Agentur für Kommunikation. Bodo Kirf, zuletzt Geschäftsführer und CEO bei Trimedia Communications Deutschland sowie Vice President der Trimedia International, erweitert als geschäftsführender Partner die Führungsriege um Jörn Becker und Petra Kaiser. "Wir freuen uns, dass wir Bodo Kirf für unsere Agentur gewinnen konnten", so Jörn Becker. "Mit seinen Kompetenzen, Erfahrungen und internationalen Kontakten ergänzt er optimal unser

Portfolio insbesondere im Bereich Consumer Products und IT/Telco."

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BdP vergibt erstmals Nachwuchsförderpreis

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) vergibt in diesem Jahr erstmalig einen Nachwuchsförderpreis. Die Preisverleihung findet im Rahmen des diesjährigen Kommunikationskongresses am 11. und 12. Oktober in Berlin statt. Förderungswürdig sind herausragende Abschlussarbeiten und bemerkenswerte Dissertationen, die sich wissenschaftlich forschend kommunikationswissenschaftlichen Themen zuwenden und ihren Schwerpunkt auf den Bezug zur Praxis und die Umsetzbarkeit der Ergebnisse in der Kommunikationsbranche legen.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (9) (27.KW-07)

01: Die British American Tobacco (Germany), Hamburg hat ihren Social Report 2006/07 veröffentlicht, mit dem sie im 5. Jahr hintereinander Rechenschaft über ihre unternehmerische und soziale Verantwortung als Unternehmen der Tabakindustrie ablegt und Stellung zu relevanten Fragen rund um das Thema Rauchen nimmt. Besonders dringenden Handlungsbedarf sieht das Unternehmen derzeit bei der Bekämpfung von Cigaretenschmuggel und Produktfälschungen. Im Dezember 2006 war bereits jede vierte in Deutschland konsumierte Zigarette nicht hier versteuert worden.

02: Anfang 2007 läutete die Mainzer Agentur jd&p (joern duchstein & partner) mit einer klar umrissenen Positionsbestimmung eine neue Unternehmensphase ein. Die Fokussierung auf die drei Kerngeschäftsbereiche

Öffentlichkeitsarbeit, Text und Veranstaltungen findet nun in einem neuen visuellen Erscheinungsbild sowie in der Modifikation des Agenturnamens ihre Fortführung: **aus jd&p wird Duchstein & Partner** Kommunikationsagentur. Der neue Name wird gleichzeitig über einen Wechsel im Corporate Design transportiert. Fünf Jahre nach ihrer Gründung hat sich die Agentur am Markt etabliert.

03: Ein internes Papier des **Bundesrechnungshofes** über die Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (**CMA**) wirft der Gesellschaft **Verschwendung** vor und stützt die Kritik vieler Landwirte an der Organisation. Demnach habe die CMA eine Vielzahl von Maßnahmen bezahlt, die "gegen interne Vorgaben verstießen, unwirtschaftlich oder weitgehend wirkungslos waren", wie es im Bericht heißt, aus dem die ZEIT zitiert.

04: Kaltwasser Kommunikation, eine der führenden deutschen PR-Agenturen im High-Tech-Bereich, eröffnete zum 1. Juli mit einem Berliner Büro einen neuen Agenturstandort. Das Hauptstadt-Team wird sich besonders um den Bereich Public Affairs und die Vernetzung von Wirtschaft und Politik kümmern. Ziel ist es, für gegenwärtige und neue Kaltwasser-Kunden den Dialog mit der Politik zu vertiefen und gemeinsam Kommunikationskampagnen zu entwickeln.

05: Eine bundesweit durchgeführte, repräsentative Studie lässt jetzt die Verantwortlichen für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit an deutschen Hochschulen in eigener Sache zu Wort kommen. Heike Bühler, Gabriele Naderer, Robertine Koch und Carmen Schuster untersuchten, **wie die Presse- und Marketingstellen der Hochschulen auf die großen Herausforderungen reagieren**, wie z.B. Internationalisierung, Alumni-Arbeit und Networking, Werben um Sponsoren und um die besten Studierenden und Professoren. Dabei sind die Presse- und Marketingstellen teilweise nur unzureichend für die neuen Aufgaben im

Hochschulwettbewerb gerüstet. Wunsch und Wirklichkeit, so das Fazit der Autorinnen auf der Grundlage ihrer Umfrageergebnisse, klaffen deutlich auseinander. Infos: www.hs-pforzheim.de.

06: Auf seiner letzten Ratssitzung am 14. Mai behandelte der **Deutsche Rat für Public Relations** (DRPR), Berlin etliche Fälle und Vorkommnisse, zu denen ihm Beschwerden vorgetragen wurden. In zwei Fällen ergingen Ratsprüche, zu denen die Urteilstexte jetzt von den Ratsmitgliedern verabschiedet und ausgefertigt wurden. Interessant nachzulesen ist die Auseinandersetzung zwischen Klaus Merten und der GPRA betr. Qualitätsranking (wobei Merten nicht Recht bekam). Infos: www.drpr-online.de.

07: **Businesswire** in Frankfurt am Main hat jetzt auch eine deutsche Webadresse: www.businesswire.de. Dort gibt es u.a. Informationen zu den PR- und IR-Services.

08: Auch in diesem Jahr verleiht der Bundesverband deutscher Pressesprecher (**BdP**) den **Kommunikationspreis "Goldener Apfel"**. Die Preisverleihung findet im Rahmen der Gala Speakersnight am 11. Oktober in Berlin statt. Bewerbungen sind bis zum 31. August per E-Mail an apfel@pressesprecherverband.de möglich. Der "Goldene Apfel" wird an die besten Kommunikationsleistungen, die aus dem Blickwinkel von Pressesprechern als gelungen und erfolgreich angesehen werden, verliehen. Eingereicht werden können journalistische Arbeiten, Kampagnen, PR-Strategien, einzelne Begrifflichkeiten oder einzelne Personen.

09: Vor fünf Jahren hat **Media Consulta** (MC) als bisher einzige deutsche Agentur ein internationales Agenturnetzwerk in allen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union und den wichtigsten Wirtschaftsmetropolen der Welt gegründet. Zu diesem fünfjährigen Jubiläum trafen sich am 5. und 6. Juli die Vertreter aller 44 MC-Netzwerkagenturen zum jährlichen MC-

Networkmeeting in Berlin. Ein Europäisches Gala-Dinner mit Ex-Bundeskanzler Helmut Kohl als Ehrengast bildete den Höhepunkt der Veranstaltung.

Medien

AWA 2007: Surfen statt lesen

Jeder dritte Deutsche ab 14 Jahre surft täglich im World Wide Web. Das ergab die Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2007 des Instituts für Demoskopie Allensbach. Während das Internet an Boden gewinnt, mussten die Printmedien Federn lassen. Ihre Bruttoreichweite bleibt 2007 mehr als ein Prozent unter dem Vorjahr. Die Gesamtreichweite der untersuchten Zeitschriften und Zeitungen sank gegenüber 2006 um 1,6 Prozent.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Welle: Beitrag zur Integration

"Die journalistischen Angebote der Deutschen Welle in rund 30 Sprachen können einen wichtigen Beitrag zur Integration von Migrantinnen und Migranten in Deutschland leisten." Das sagte der Intendant des deutschen Auslandsrundfunks, Erik Bettermann, in Bonn und verwies auf umfassende Informationen bei DW-WORLD.DE: von einschlägigen Beiträgen über gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen in Deutschland, über deutsche Sprache und Kultur, Beispiele gelungener Integration bis hin zu Tipps für ausländische Studierende in Deutschland. Im Internet seien auch DW-RADIO und DW-TV mit entsprechenden Beiträgen abrufbar. "Eine starke Resonanz im Ausland finden auch die Sprachkurse der Deutschen Welle, mit denen sich Zuwanderungswillige auf ihren Aufenthalt in Deutschland vorbereiten können", so der DW-

Intendant. Sie seien unter www.dw-world.de/Deutschkurse verfügbar.

Medien compact (6) (27.KW-07)

01: Der deutsche Zeitungsmarkt erholt sich.

Die Zeitungsverleger blicken optimistisch in die Zukunft. Die anziehende Konjunktur habe den Tageszeitungen im vergangenen Jahr eine Umsatzsteigerung von 1,2 Prozent beschert, erklärte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) am 3. Juli in Berlin. Als Zugpferd habe sich das Anzeigen- und Beilagengeschäft erwiesen, das um 1,3 Prozent zulegte. In den ersten vier Monaten 2007 sei das Anzeigenvolumen um weitere drei Prozent gewachsen. Für das Wachstum sind vor allem die Stellenmärkte verantwortlich, die um fast 33 Prozent zulegten.

02: Immer mehr Menschen nutzen am Arbeitsplatz sowohl beruflich als auch privat das Internet.

Lag die Quote 2005 noch bei 20 Prozent, so sind es 2006 bereits 27 Prozent gewesen. EU-weit liegt der Durchschnitt bei 22 Prozent. Das sind Zahlen einer Untersuchung des Branchenverbands Bitkom.

03: Deutschlands 1.374 **Anzeigenzeitungen** konnten lt. neuester AWA-Studie (Allensbacher Werbeträger-Analyse 2007) mit ihrer wöchentlichen Auflage von 88,6 Mio. Exemplaren 2007 insgesamt 42,4 Mio. Leser (Leser pro Ausgabe, LpA) von ihren redaktionellen und werblichen Qualitäten überzeugen (2006: 43,75) - meldet der Branchenverband BVDA Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter, Berlin). Das bedeutet: 65,4 Prozent der Personen ab 14 Jahren lesen regelmäßig Anzeigenblätter (2006: 67,2).

04: Tatsächlich entdecken nicht nur Konzerne, sondern auch mittelständische Unternehmen **Studien als Instrument**, um die öffentliche Aufmerksamkeit gezielt auf ein Thema und damit

auf das eigene Produktportfolio zu lenken. Auf Grund des zunehmenden Angebots werden Studien vor allem dann wahrgenommen, wenn sie nicht nur zeitgemäß, sondern auch qualitativ hochwertig und seriös sind. Mit praxisbezogenen Hinweisen von Fachleuten aus Marktforschung und IT-Dienstleistung veranschaulicht der neue **Maisberger Whiteoaks-Podcast**, welche Punkte bei der Studiererstellung und -vermarktung unbedingt auf der Agenda stehen sollten. Die aktuelle **Komm-Pod-Ausgabe** ist ab sofort abrufbar unter: www.maisberger.com/podcast.

05: Sicherheit zählt auch 2007 zu den zentralen Themen, wenn es in deutschen Medien um Informationstechnologie geht.

Nach einer eher technischen Betrachtung, die in den letzten Jahren im Vordergrund stand, rücken jetzt stärker Fragen rund um die Sicherstellung von Geschäftsprozessen und die Sicherheit der Inhalte ("Content Security") in den Fokus. Das ist das Ergebnis einer Medienbeobachtung durch die PR-Agentur index. Die Berliner Kommunikationsexperten untersuchten dazu rund 250 deutschsprachige Publikationen für das Jahr 2007.

06: In Deutschland liegt die Web-Präsenz von Unternehmen bei annähernd 100 Prozent; **die unternehmensinterne Nutzung von Web-Technologien nimmt stetig zu**. Bereits 2009 werden Online-Firmenportale eher Regel als Ausnahme sein. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie Business und Information Technologies (BIT), durchgeführt von Francis Bidault von der ESMT European School of Management and Technology sowie Oliver Günther von der Humboldt-Universität zu Berlin. Infos: www.esmt.org.

Services + Tipps

DJV: Kampf für Urheber hat sich gelohnt

Die am 5. Juli vom Deutschen Bundestag verabschiedete Novelle des Urheberrechts berücksichtigt aus Sicht des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV) die berechtigten Interessen der Urheberinnen und Urheber. Das neue Gesetz stelle einen Kompromiss zwischen den Urhebern und den Herstellern von Vervielfältigungsgeräten dar. "Es ist gelungen", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken, "im Gesetz den Wert kreativer Leistungen stärker zu verankern, als die Bundesregierung vorgesehen hatte."

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lexikon Public Relations erschienen

Corporate Blog, Podcast, Spin Doctor, Politainment - die Flut der Begriffe im Bereich der Public Relations steigt kontinuierlich. Klarheit in den Dschungel der Fachausdrücke bringt das neue Fachlexikon für PR-Experten und Marketiers. Im "Lexikon Public Relations" liefern die Herausgeber Franco Rota und Wolfgang Fuchs 500 Begriffserklärungen und -definitionen aus den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Markt- und Unternehmenskommunikation. Das Lexikon ist Anfang Juli in der Reihe Beck-Wirtschaftsberater im Deutschen Taschenbuch Verlag, München, erschienen.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"kress köpfe" 2007 neu erschienen

Im kress verlag, Heidelberg, ist jetzt das neue Branchenjahrbuch "kressköpfe 2007- die wichtigsten Manager, Unternehmen und

Branchendaten aus Medien und Marketing" erschienen. Mit mehr Umfang, Service und erstmals mit einem Dienstleisterverzeichnis in Kooperation mit dem VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (8) (27.KW-07)

01: Schnelligkeit und Komfort: Diese Werte machen das Internet für Bankgeschäfte besonders attraktiv. Umso erstaunlicher, dass die Banken nicht gegensteuern. Denn Kunden von Deutsche Bank, Sparkasse & Co. geben der Beratungsleistung in den Filialen vor Ort gerade einmal eine 2,6 nach Schulnoten. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Befragung, die die Kölner POS-Agentur Die Gefährten in Kooperation mit media & marketing durchgeführt hat. Der Grund für die eher schlechte Bewertung: Unfreundlichkeit, lange Wartezeiten oder keine passende Lösung für die Probleme der Kunden. Und das, obwohl nahezu ein Viertel der Befragten potenziell Beratungsbedarf hat: Denn 23 Prozent informieren sich bereits vorab über günstige Konditionen oder Sonderaktionen wie Kredite.

02: Die Lage am Arbeitsmarkt bleibt die größte Sorge der Europäer. In der Hälfte der in der GfK-Studie "Challenges of Europe" untersuchten Länder ist es das am häufigsten genannte Problem. Die Besorgnis geht jedoch im Vergleich zu den Vorjahren zurück. Mit einigem Abstand folgen die Themen Preis- und Kaufkraftentwicklung, Wohnungssituation und Mieten sowie Kriminalität und Renten.

03: Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen IKT (Informations- und Kommunikationstechnologie) - Wirtschaft hat sich im innereuropäischen Vergleich beachtlich verbessert. Die Informations- und Kommunikationstechnologien wirken damit als Wachstumsbeschleuniger für viele Branchen. Dies ergab die Studie "Monitoring Informations- und Kommunikationswirtschaft", die am 10. Juli in Berlin

von Staatssekretär Joachim Wuermeling im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie und TNS Infratest vorgestellt wurde.

04: Mit erweiterten Inhalten, neuen Funktionen und modernem Design präsentiert sich die **Hoppenstedt Firmendatenbank**, das Premium-Produkt der Hoppenstedt Firmeninformationen, anlässlich ihres 20. Geburtstages. 1987 als erste CD-ROM mit einem umfassenden Firmenverzeichnis der deutschen Wirtschaft erschienen, hat sich die Hoppenstedt Firmendatenbank zu einem unverzichtbaren Instrument für Vertrieb, Marketing, Research und Marktanalyse weiterentwickelt. Infos: www.hoppenstedt.de.

05: **Für die Entwicklung langfristiger erfolgreicher Markenstrategien sind Kenntnisse der psychologischen Wirkungen des Markenmanagements unverzichtbar.** In Theorie und Praxis besteht Einigkeit darin, dass die Vielschichtigkeit des Themas nur auf Grundlage eines interdisziplinären Ansatzes verstanden werden kann. In dem neu erschienenen Buch "Psychologie der Markenführung" bündelt das Herausgeber-Team um Henkel-Kommunikationschef Ernst Primosch erstmalig interdisziplinäre Beiträge von Top-Experten aus dem Bereich des Marketing und der Wirtschaftspsychologie zum Phänomen Marke.

06: **"Wann hatten Sie das letzte Mal den Eindruck, Sie hätten zu hundert Prozent kommuniziert?"** Diese Frage stellten sich die beiden Stuttgarter Kreativ-Agenturen Sympra GmbH (GPRA) und JUNG:Kommunikation, die bei verschiedenen Projekten - vor allem in Themenfeldern von Wissenschaft und Stiftungen - eng zusammenarbeiten. Entstanden ist das Buch "100%", bei dem sich alles auf hintergründige, interessante wie humorvolle Weise um Kommunikation dreht. Infos: www.sympra.de.

07: Der Deutsche Journalisten-Verband, die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di und die Jugendpresse Deutschland haben am 13. Juli **gemeinsame Richtlinien für journalistische Praktika veröffentlicht**. Die Richtlinien sehen vor, dass jeder Praktikant vor Aufnahme der Tätigkeit einen Vertrag erhält, in dem unter anderem Dauer, Betreuung und eine leistungsgerechte Vergütung des Praktikums sowie Haftungsfragen geklärt werden. Jedem Praktikanten sollte ein qualifizierter Betreuer zur Seite stehen. Darüber hinaus dürfen Praktika aus Sicht der drei beteiligten Verbände nicht länger als sechs Monate dauern. Infos: www.djv.de.

08: Die Preise für die Internet-Nutzung lagen nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes im Juni 2007 um 5,8 % unter dem Niveau von Juni 2006. Das Mobiltelefonieren verbilligte sich zwischen Juni 2006 und Juni 2007 um 2,3 %. Im Juni 2007 war der Preisindex für Telefondienstleistungen im Festnetz im Vergleich zum Juni 2006 um 1,8 % höher. Der **Preisindex für Telekommunikationsdienstleistungen** insgesamt (Festnetz, Mobilfunk und Internet) lag aus Sicht der privaten Haushalte im Juni 2007 um 0,4 % über dem Niveau des entsprechenden Vorjahresmonats.

Tagungen - Seminare - Ausbildung

depak-Kompaktstudium für PR bundesweit eingerichtet

Als erstes Aus- und Weiterbildungsinstitut bietet die Deutsche Presseakademie (depak), Berlin ab September ein bundesweites Kompaktstudium "PR/Öffentlichkeitsarbeit" an. Dieses Studium richtet sich vor allem an Berufsgruppen, die in Unternehmen und Organisationen bereits im Bereich Pressearbeit und Public Relations tätig sind. Neben Berlin, dem Sitz der depak, werden PR-Berater künftig auch in München, Hamburg,

Bonn und Frankfurt am Main ausgebildet. Mit diesem Weiterbildungsangebot reagiert die depak auf den steigenden Bedarf an PR-Fachleuten. Aktuell sind in Deutschland nahezu 1.000 offene Stellen für den Bereich PR/Öffentlichkeitsarbeit gemeldet. Infos: www.depak.de.

Termine compact (4) (27.KW-07)

01: Am 20. und 21. September findet in Berlin das erste **Praxisforum Vertriebs-PR** statt. Die Veranstaltung stellt Management, Instrumente und Erfolge der Vertriebs-PR am Beispiel folgender Märkte dar: Finanzdienstleistung, Mobilfunkmarkt sowie am Beispiel der Automobil- und Pharmaindustrie. Das Praxisforum zeigt, wie sich PR, Vertrieb und Marketing nutzerorientiert verzahnen lassen und wie sich die jeweiligen Kommunikationskulturen wechselseitig fördern. Infos: www.vertriebspr.de.

02: Das nächste **Symposium "Unternehmensberichte 2007"** des Fachverbandes Medienproduktoren (f:mp) findet am 12. und 13. September in Frankfurt am Main statt. Infos: www.f-mp.de.

03: Die nächste **Medienwoche Berlin-Brandenburg** findet vom 29. August bis 7. September in der Bundeshauptstadt statt. Veranstaltungen, Medienforum, M100 Sanssouci, Medien-Gipfel und Media Night sowie weitere Events. Infos: www.medienwoche.de.

04: Am 6. September veranstaltet die **DAPR** das **Tagesseminar "Public Tele Relations"** mit TV- und Industriefilmproduzent Ralph Brodel aus Bochum. Bewegte Bilder sind auf dem Weg alle gängigen Mitteilungsformen in den Schatten zu stellen. Dabei steht weniger das klassische TV als Verteiler im Vordergrund, sondern die neuen Verteiler Internet oder Podcast. Das Seminar "Public Tele Relations" vermittelt

Kenntnisse über die Aussichten der Bewegt bildkommunikation. Infos: www.dapr.de.

Kommentare

Passt mir die Richtung nicht, ist es illegales Strippenziehen

"Wer regiert eigentlich die Regierenden?" lautete der Untertitel der Veranstaltung ("dialog" der GPRA am 19. Juni in Düsseldorf), und es war im Grunde genommen schon vorher klar, worauf die Hauptvorwürfe abzielten. Es sind - natürlich - mal wieder die Lobbyisten, diese schlimmen Finger, die mehr oder minder verborgen die Strippen ziehen, an denen die Regierenden dann nach ihrer Melodie tanzen. Und offensichtlich merken diese Regierenden nicht einmal, wie sie manipuliert werden, ja sie laden die Strippenzieher auch noch ein, in den Ministerien an Gesetzentwürfen mitzuarbeiten!

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über... verschleierte Bundestags-Transparenz

Guten Tag! Wenn ein prominenter Abgeordneter gebeten wird, einen Vortrag bei einer Veranstaltung eines Unternehmens oder Verbandes zu halten, wird irgendwann über Geld geredet. Meist lehnt der Abgeordnete ein Honorar ab. Aber weil der Auftraggeber das Honorar bereits eingeplant habe, könne er das Geld an eine Stiftung überweisen. Wer hinter der Stiftung steht, das bleibt offen.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Der Fall Vattenfall: Krisenkommunikation in der Krise

Nun hat der Energieriese gar die kleinen grünen Männchen im Haus: Die Polizei stöbert bei den Power-Profis nach dem, was wahr sein könnte. Pannen in gleich mehreren Atomkraftwerken, betrunkene Mitarbeiter, Vorwürfe der Vertuschung, zurückgehaltene Zeugen, zugegebene Kommunikationsfehler: Die Chefetage gibt in diesem Desaster keine souveräne Performance, und logischerweise ist auch von eindrucksvollen Leistungen der Kommunikationsabteilungen bis heute nichts bekannt geworden. Zumindest mir nicht, aber ich bin ja auch weit weg in Urlaub. Wer über das Treiben in Atomkraftwerken, über das Tun und Lassen von Mitarbeitern, über Störfälle und entstandene Gefährdungen das Gerüchtetuch der Intransparenz legt, der stellt nicht nur die eine oder andere Betriebserlaubnis in Frage, sondern eine ganze, eh heftig umstrittene Branche.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Stimmt nicht nur die Schwaben traurig

Jahrelang erfreute uns die Schwäbische Bank Stuttgart mit einem Aktienführer der besonderen Art. In ihrer jährlichen Broschüre "Schwäbische Aktien zum Fressa gern" listete die Bank die Essensangebote auf den Hauptversammlungen aller schwäbischen Aktiengesellschaften auf. Knapp gefasste Unternehmenskennzahlen gingen der ausführlichen Menübeschreibung im Vesperleskalender voraus.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Blogs und Wikis gegen Propaganda

Das vom Autor und Aktivisten John Stauber gegründete Center for Media Democracy will über die Propaganda der Public-Relations-Industrie aufklären. Als Werkzeuge dienen der Non-Profit-Organisation Blogs und Wikis.

Die USA verursachen den höchsten CO2-Ausstoß weltweit - trotzdem haben sie sich jahrzehntlang geweigert, den Klimawandel als Problem anzuerkennen, geschweige denn, etwas dagegen zu tun. Schuld daran ist die PR-Branche, die den US-Amerikanern im Auftrag der Erdöl-, Erdgas- und Kohleindustrie eingeredet hat, dass es den Klimawandel gar nicht gibt.

[Zum Vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 17 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 17 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

Agenturen (18 Beiträge)

- PR-Agentur sucht Wirtschaftsredakteur/in für Wiesbaden/Köln.
- Junior Consultant – Tourismus/Lifestyle bei F&H Porter Novelli.
- Teamassistent/in bei F&H Porter Novelli.
- Consultant für den Bereich B2B Technology (m/w) bei F&H Porter Novelli.
- Bremer Agentur sucht PR-Berater/in.
- relatio PR sucht PR-Berater (m/w) Standort München.
- relatio PR sucht Junior PR-Berater (w/m) für Berliner Standort.
- Junior-Berater für Lifestyle PR in Hamburg gesucht.
- PR-Account Manager/in Bereich Pharma-PR in Hamburg gesucht.
- MPW FINANCE sucht Senior PR-Berater/in in Frankfurt.
- Hill & Knowlton Communications in Frankfurt sucht einen New Business Coordinator (in Teilzeit).
- red roses communications sucht Texter/Berater (m/w).
- Erfahrene PR-Berater/-in in Hamburg gesucht.
- the.messengers suchen PR-Berater/-in und PR-Junior-Berater/-in.
- Account Manager Presse- und Medienarbeit für touristische Regionen/Kunden gesucht.
- Lucy Turpin Communications sucht PR-Assistent/in und Account Executive.
- Senior-PR-Berater/in in Köln gesucht.
- MEDIA CONSULTA sucht PR Berater/in, Berlin.

Unternehmen (2 Beiträge)

- DuPont sucht PR Spezialist (m/w) für die Unternehmenskommunikation.
- NanoRepro GmbH sucht junge PR- Leiterin.

Verbände (Non-Profit) (2 Beiträge)

- PR-Referent (m/w) mit Schwerpunkt Gesundheitskommunikation in Hamburg gesucht.
- PR-Assistent/in in Köln gesucht

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 16. Juli 2007 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.833 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.

Ständige Kommentatoren: 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); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben@gmx.de)

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf: Stefan d'Hone, Handelsvertretung d'Hone, Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg, Telefon: +49 (0)4193 75.83.99, Telefax: +49 (0)4193 75.83.88, E-Mail: mailto:stefan.d.hone@pr-journal.de; Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf (Google-Werbung).

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

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.