

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 133 / 45. KW - 2007

Seite 1

index-Studie: Meinung wird im Web gemacht

Unternehmen in Deutschland begreifen das Internet als zentral für ihre Kommunikationsarbeit - dies zeigt eine aktuelle Studie der Berliner PR-Agentur index. Der Einsatz neuer digitaler PR-Formate wie Weblogs oder Podcasts wird sich in absehbarer Zeit nahezu verdoppeln. Als Informationsquelle und Ort der Meinungsbildung liegt das Internet in vielen Bereichen schon ganz vorne. Die gedruckte Kunden- oder Mitarbeiterzeitung verliert gegenüber ihren digitalen Alternativen rasch an Boden. Die Grundlagen langfristig orientierter PR-Arbeit jedoch gewinnen im Internet eher noch an Gewicht: Gerade im dialogorientierten Internet muss nachhaltige Unternehmenskommunikation transparent und ehrlich sein - so lautet das Fazit der PR-Experten von index.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gemeinsame PR-Prüfung vor schwerer Prüfung

Im Frühjahr 2007 wurde frohgemut der Beschluss der PR-Verbände BdP, DPRG und GPRA verkündet, man habe sich auf eine gemeinsame

PR-Prüfung und Zertifizierung von Kursen geeinigt. Am 1. Januar 2008 sollte es losgehen. Nun scheint aber Sand im Getriebe zu sein. "Als Weiterbildungsinstitut liegen uns bis heute weder Prüfungsordnungen, noch Informationen über die künftigen Bezeichnungen der Abschlüsse, noch Informationen über die künftigen Prüfungsgebühren vor. Ob und unter welchen vertraglichen Bedingungen die PZOK künftig den bisherigen Kooperationspartnern der DAPR die Abnahme von Prüfungen anbieten kann, ist offen." So Daniela Burkhardt von burcom, München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien verlieren traditionelle Mittlerfunktion zwischen Konsumenten und Anbietern

Kaufentscheidungen werden nur noch zu weniger als fünf Prozent durch klassische, so genannte „above-the-line“-Werbung etwa in TV oder Printmagazinen entschieden. Damit droht die traditionelle Rolle von Medien als Mittler für Produkte zwischen Konsumenten einerseits und Konsumgüterherstellern bzw. Dienstleistern andererseits endgültig verloren zu gehen. Dies ist das zentrale Ergebnis einer Untersuchung der internationalen Strategie- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton unter 1.000 Endkunden in Deutschland und den USA. Hierzu wurden Konsumentenverhalten und Präferenzen bezüglich Kanälen für Produktinformation, Kauf und im Bereich After-Sales untersucht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



- Anzeige -



NEWBASE SERVICE ANALYST

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

Personalien

Personalien compact (21) (45.KW-07)

01: **Sabine Kreuzsch** (45) arbeitet jetzt als Geschäftsführerin in der Agenturleitung von Dorothea Küsters Life Science Communications in Frankfurt am Main. Sie kommt von Ogilvy Healthworld, wo sie zwölf Jahre die PR-Unit leitete.

02: **Michael Röhl** (36) wechselt am 1. Januar 2008 von TUI in Hannover zu Vodafone nach Düsseldorf und übernimmt die Leitung der internen Kommunikation. Er folgt auf **Amelie Döbele**, die die neue Abteilung Corporate Services/Executive Communications übernimmt.

03: **Dirk Evenson** (37) leitet jetzt die neugeschaffene Kommunikationsabteilung beim Verband der Automobilindustrie (VDA) in

Frankfurt am Main. **Eckehart Rotter** (52) bleibt Leiter der Pressestelle. Auch neu dabei ist **Martin Koers** (41) für die Abteilung Volkswirtschaft & Strategie.

04: **Barbara Kliesch** (44) wurde Mitglied der Führungsriege bei Raike Kommunikation (GPRA) in Hamburg. Sie war zuletzt Inhaberin der Hamburger W&PR Agentur.

05: **Stephan Hilleckenbach** (47) verstärkt das Berliner Büro von muehlhaus & moers kommunikation (GPRA), Köln.

06: **Susanne Kochs** (37) wurde Director Consumer Technology im Münchener Büro von Edelman Deutschland in Hamburg. Sie kommt von der ortsansässigen Agentur Ketchum.

07: **Josef Krieg** (42) übernimmt am 1. März 2008 die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Unternehmenskommunikation. Bis dahin ist er weiter als Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Robert-Bosch-Stiftung in Stuttgart tätig.

08: **Viktor Otto** (32) ist jetzt neuer Mitarbeiter für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) in Berlin.

09: **Ulrich Fegeler** (59) heißt der neue Pressesprecher des Berufsverbandes der Kinder- und Jugendärzte in Berlin

10: **Karin Dörlich** hat bei Freudl & Friends - Kommunikation aus dem ff, die Stelle von **Melanie Hickel** übernommen (Redaktion, Beratung und Konzeption).

komm.passion

Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

11: **Matthias Finke** (28) hat als PR-Trainee im Team von Marchsreiter Communication in München angefangen. **Dagmar Köhler** (38) verstärkt als Team-Assistentin die Agenturtruppe.

12: **Oliver Quante** (35) wurde neuer Leiter Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Tennis Bundes in Hamburg. Damit ist er auch Pressesprecher für das Master Series Turnier am Hamburger Rothebaum. Er kommt von Promoto (früher QuelleNeckermann) aus Fürth.

13: **Wolfram Eberhardt** von ABB wurde von den führenden Wirtschaftsjournalisten des Landes unter 64 Kandidaten zum schweizerischen Unternehmenssprecher des Jahres gewählt.

14: **Michael Konken** wurde für weitere zwei Jahre vom DJV-Verbandstag in Saarbrücken zum Vorsitzenden des Deutschen Journalistenverbandes gewählt. Neue Stellvertretende Bundesvorsitzende wurden **Ulrike Kaiser** und **Michael Anger**.

15: **Robert Kirsch** (37) ist bei Weber Shandwick Deutschland (GPRA) am Hamburger Standort in die Position des Managing Director aufgerückt. Neu in Hamburg ist **Jutta Oellig** (44) als Associate Director mit dabei. Sie kommt von Ketchum und hat die Leitung der Brand Consumer Practice übernommen.

16: **Michael Hoffmann** (38) verstärkt das PR-Team von Navigon, Hamburg + Würzburg. Er leitet nun die interne und externe

Kommunikation. Er kommt vom Brauereikonzern InBev Deutschland in Bremen.

17: **Gerd Kühlnhorn** hat die Chefredakteursfunktion beim Wirtschaftsmagazin "impulse" in Köln aufgegeben und arbeitet wieder auf seiner alten Position als Stellvertreter des Chefredakteurs.

18: **Sonja Kazma** (31) wurde zweite Pressesprecherin der Regionaldirektion Niedersachsen-Bremen der Bundesagentur für Arbeit.

19: **Dirk Schütz** (43), ehemaliger Redaktionsleiter des Schweizer Wirtschaftsmagazins "Cash" (Ringier) übernimmt am 1. Januar als Nachfolger von **René Lühinger** den Posten des Chefredakteurs von "Bilanz", dem Wirtschaftsmagazin des Axel-Springer-Verlages in der Schweiz.

20: **Stephan Detjen** wird ab Juni 2008 Chefredakteur des Deutschlandfunks. Er löst **Dieter Jepsen-Föge** ab, der in den Ruhestand geht. Detjen ist seit 2005 Leiter der Abteilung "Aktuelle Kultur" des Programms Deutschlandradio Kultur in Berlin.

21: **Isabell Schaffert** (25) arbeitet jetzt als Senior Account Executive bei consense public relations in München. Sie kommt von ProSieben. **Anne Buschmann** (26) ist jetzt zum Account Executive berufen worden.

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!

Etats

Wilde & Partner macht PR für HRS

Das mit über 225.000 Hotels größte Hotelportal Europas HRS baut seine Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz weiter aus. Für die Unterstützung ihrer strategischen Kommunikationsaufgaben sicherte sich HRS - Hotel Reservation Service jetzt die Dienste von w&p Wilde & Partner Public Relations in München.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (6) (45.KW-07)

01: Reisswolf Deutschland, Hamburg
an: **k1 gesellschaft für kommunikation**, Köln

02: arcticgroup Deutschland, Düsseldorf
an: **public-images**, Willich

03: Deutscher Blinden- und Sehbehindertenverband, Berlin (Deutscher Hörfilmpreis 2008)
an: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA), Berlin

04: Autohauskette Schmidt+Koch, ?wo? + Online-Versandapotheke VersandApo.de, ?wo? + TV-Versandshop International Trading, ?wo?

an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

05: Dyson (Technologie- und Innovations-Unternehmen), ?wo? (Händetrockner Airblade)
an: **Public Affairs**, Köln

06: Team Training Solutions (TTS), Heidelberg
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

Branche

Volontariat der BASF feiert 25. Geburtstag

Seit 25 Jahren werden in der Unternehmenskommunikation der BASF Aktiengesellschaft Volontäre ausgebildet. In dieser Zeit wurden etwa 120 junge Frauen und Männer bei der BASF sowie den Gruppengesellschaften BASF Coatings und Wintershall Holding erfolgreich zu Kommunikations-Experten ausgebildet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR für Tourismus kennt nicht nur Sonnenseiten

Thorsten Windus-Dörr, Leiter Public Relations des Touristik-Konzerns TUI in Hannover, war zu Gast in der PR-Lounge der DPRG-Regionalgruppe Ruhrgebiet + Westfalen in Bochum. Touristikunternehmen stehen landläufig für Sonne,

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

Elektronische Medienanalyse

▶ Jetzt können Sie die Medienresonanz Ihrer Kommunikationsmittel aktueller messen und bequemer per Internet abrufen. Damit erreichen Sie Ihre Kommunikationsziele schneller. Aktueller, umfangreicher und leichter war Medienanalyse noch nie!

Strand und Sinnlichkeit – Urlaubsstimmung als Kommunikationsziel. Doch die Touristikbranche befindet sich in einem starken Konzentrationsprozess.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (45.KW-07)

01: Die Marketingentscheider in Deutschland haben gewählt: **Sieger der diesjährigen Studie „agentur-images“ von Handelsblatt, absatzwirtschaft und dem Marktforschungsinstitut InnoFact sind Jung von Matt und Kolle Rebbe.** 338

Marketingentscheider aus den 2000 größten werbetreibenden Unternehmen wurden nach ihrem Urteil über deutsche Werbeagenturen in vier zentralen Leistungskategorien befragt. Die Agenturgründer Jean-Rémy von Matt und Holger Jung gelten zudem auch als die profiliertesten Personen in der Werbeszene. 25 bzw. 22 Prozent der Marketingverantwortlichen nennen diese beiden Namen. Mit deutlichem Abstand folgt auf Platz drei der ehemalige Grey-Chef Bernd M. Michael (fünf Prozent).

02: Die **Experimentierlandschaft Phaeno aus Wolfsburg hat** am 9. November im Rahmen eines festlichen Empfangs in Berlin den mit 10.000 Euro dotierten **Marketingpreis "Kulturmarke des Jahres 2007" erhalten.** Der zweite Preis ging an die Semperoper aus Dresden, das Kinder- und Jugendtheater Murkelbühne aus Berlin belegte den dritten Platz.

Der Hauptpreis im Wert von 10.000 Euro wurde in diesem Jahr von der Deutschen Bahn gestiftet.

03: Mit selbst gekochtem Schweinsbraten bei einer Charity-Veranstaltung oder Geschichten zum Lachen, so präsentieren sich die Ideen für die neue **PR des Obdachlosenvereins neunerHAUS in Wien.** Die 16 Studierenden des **PR Plus Fernstudiums Public Relations der Donau-Universität Krems** zerbrachen sich in ihrem einwöchigen Präsenzmodul die Köpfe über einen möglichen neuen PR-Auftritt des neunerHAUSES. Das Projekt ist Teil des alljährlichen Engagements für soziale Anliegen des Internationalen Journalismus Zentrums (IJZ) an der Donau-Universität Krems. Die Wiener Sozialorganisation neunerHAUS führt Wohnhäuser für obdachlose Menschen und kümmert sich um deren gesundheitliche Betreuung. Nähere Informationen unter: www.donau-uni.ac.at/ijz.

04: **Leipziger & Partner** (GPRA) hat im November neue Büroräume in der Französischen Straße 24 in Berlin-Mitte bezogen. Die positive Geschäfts- und Personalentwicklung der seit 2001 in Berlin vertretenen Kommunikationsagentur machte eine Erweiterung der Bürokapazitäten notwendig. Das um 1895 erbaute Gebäude ist konstituierender Bestandteil des denkmalgeschützten Ensembles Gendarmenmarkt.

05: Umfassende Information über Leistungsspektrum, Selbstkontrolle und Arbeitsplatzmöglichkeiten: Das ist das Ziel der **Aufklärungskampagne**, mit der die **"Initiative Call Center in Deutschland"** ab sofort an die Öffentlichkeit tritt. Die Kampagne informiert über die

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Arbeit der rund 5.500 Call Center in Deutschland,

die hunderttausende zufriedene Verbraucher täglich nutzen - von der Reisebuchung über das Telefonbanking bis hin zur Bestellannahme im Versandhandel. Im Kern der Kampagne steht die Website www.ihre-callcenter.de.

Medien

Internet bei Jugendlichen beliebter als TV

Das Internet hat dem Fernsehen vor allem unter den jungen Deutschen den Rang als meistgenutztes Medium abgelaufen, so eine Studie zur Mediennutzung, die von der EIAA (European Interactive Advertising Association), dem Branchenverband der paneuropäischen Online-Vermarkter, in Auftrag gegeben wurde. In Deutschland nutzen drei Viertel der 16- bis 24-jährigen Befragten (75 Prozent) fünf bis sieben Tage die Woche das Internet. Das Fernsehen wird dagegen nur bei zwei Drittel von ihnen (66 Prozent) regelmäßig eingeschaltet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Proteste gegen Kommunikationsüberwachung

Der Deutsche Journalisten-Verband prüft die Möglichkeit einer Verfassungsklage gegen das Gesetz zur Telekommunikationsüberwachung (TKÜ) und die Vorratsdatenspeicherung. Der Deutsche Bundestag hat am 9. November in zweiter und dritter Lesung das umstrittene Gesetz verabschiedet. Mit der Entscheidung des Parlaments seien Journalistinnen und Journalisten nicht mehr in der Lage, ihren Informanten lückenlosen Quellenschutz zu

garantieren. "Der seriöse investigative Journalismus, der auf Informanten angewiesen ist, wird im Kern getroffen", erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. "Wenn eine Verfassungsklage Aussicht auf Erfolg hat, werden wir den juristischen Weg beschreiten."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (5) (45.KW-07)

01: **Bei der Frage, woher die neuen Zeitschriften-Trends kommen scheint die Antwort simpel: Von den alten, die sich immer wieder neu erfinden müssen.** Ist die Zeit der Nische vorbei und steht bei den Zeitschriften die Rückkehr der Massentitel - eventuell gar mit dem Internet als Unterstützer, statt als Verhinderer - wieder kurz bevor? So lautete eine der zentralen Fragen beim Panel "Die Rückkehr der Generalisten bei den Medientagen München. Die Antwort hier, wie auch auf so vielen anderen Panel-Veranstaltungen: Man weiß es nicht. Eines aber weiß man genau: Neue und interessante Angebote auf dem Markt, die auch neue Leserschichten erschließen, hält die Werbewirtschaft für wünschenswert. Das sagte Uwe Becker, Media Director des Industrie-Riesen und großen Werbekunden Unilever. (Quelle: www.dwdl.de/article/news_13320,00.html)

02: Der mit insgesamt 60.000 Euro dotierte **Ernst Schneider IHK Medienpreis** geht in diesem Jahr an Melanie Wassink ("Hamburger Abendblatt"), Lorenz Wagner ("Financial Times Deutschland") und Ronny Gert Bürckholdt ("Badische Zeitung"). Außerdem zählen Martina Meißner (WDR), Klaus-Rainer Jackisch (WDR), Frank Christian Starke (WDR), Harald Stocker (ProSieben) und Hans-Joachim Rüdell (WDR) zu den Preisträgern, wie die Veranstalter mitteilten. In der Fernseh-Kategorie "Große Wirtschaftssendung" gewann Hubert Saupers Dokumentation "Darwin's Nightmare" (Arte/WDR), die auch im Kino zu sehen war. Eine

lobende Erwähnung gab es für Nikola Richter, Katrin Zipse und Karin Hutzler (SWR). Der Ernst Schneider IHK Medienpreis, den es seit 1971 gibt, wird jedes Jahr für herausragende Wirtschaftsbeiträge in Presse, Hörfunk und Fernsehen verliehen.

03: Die **Brutto-Werbeinvestitionen** sind bis Ende Oktober gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3,8 Prozent auf 16,7 Millionen Euro gestiegen. Das ist der bisher schlechteste Wert des Jahres. Außer den Printmedien sind alle klassischen Werbemedien im Plus, ermittelte Nielsen Media Research.

04: Print wird nicht sterben – das geht aus dem neuesten **"Expert Call" von Dr. Haffa & Partner, München** hervor. Die auf IT- und Hightech-Unternehmen spezialisierte Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat dafür etwa 70 Führungskräfte und Meinungsmacher befragt. 80 Prozent der Panelmitglieder sind davon überzeugt, dass Printmedien auch in Zeiten des Online-Journalismus ihre wichtige Stellung behalten. Knapp 42 Prozent der Befragten glauben, dass es Printmedien auch noch in zehn Jahren geben wird – vorausgesetzt, dass die Verlage den Einstieg ins Online-Geschäft nicht verschlafen. Online-Angebote werden dabei als wichtiges Geschäft zur Finanzierung der Printsparte gesehen.

05: **Erstes Forum für alternative Kommunikation.** Das Motto, das die Kommunikations-Experten für die Veranstaltung ausgewählt hatten, war Programm: Um **"Spreading messages in new ways"**, also um die quasi-infektiöse Weiterverbreitung von Botschaften, ging es in den Vorträgen der namhaften Gastredner, die über verschiedene Marketing-Fachthemen wie Ambient, Viral, Guerilla, Mobile und Online referierten. Das Resümee: Die erste Infect07 hat eine glänzende Premiere hingelegt, und das positive Echo, das

sie mit ihrer Veranstaltung erzeugt haben, hat selbst die erfolgsverwöhnten Köpfe hinter der Infect überwältigt. Kein Wunder also, dass die Wunderknaben die für das Jahr 2008 geplante Fortsetzung bereits fest im Blick haben. (www.infect07.de)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter November 2007

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im Oktober 2007 wurden 7.833 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 16.667 Medien.

Der neue monatliche **"Stamm Medien-Newsletters"**, informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier fünf Änderungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Vom Erbsenzählen zum Kommunikations-Controlling

Ist gute Kommunikation wirklich messbar? Nikolaus Zumbusch, Geschäftsführender Gesellschafter der Brand Ranger Consulting, sagt „Ja“. Brand Ranger Consulting hat mit der Anwendung BRAND-CAT ein umfassendes Planungs- und Analysetool entwickelt, nach dessen Möglichkeiten und Grenzen wir uns etwas genauer erkundigt haben.

PR-Journal: *Controlling in der Unternehmenskommunikation – ist das nicht ein etwas hilfloser Hype, der vergehen wird sobald sich zeigt, dass sich Erfolge und Effizienz von Kommunikation eben nicht in „harten“ Kennzahlen abbilden lassen?*



Nikolaus Zumbusch: Eines versteht sich meiner Meinung nach von selbst: und zwar, dass ein angemessenes Controlling ein Zeichen von Professionalität ist. In die Kennzahlensysteme anderer Bereiche lässt sich Kommunikation

nicht hineinpressen – das muss sie auch nicht, immerhin kommt ihr eine Enabling-Position zu und damit eine indirekte, wenn auch nicht weniger bedeutende Wertschöpfungsrolle. Dennoch gibt es eine ganze Reihe reliabler wissenschaftlicher Methoden, die auch dem Controlling-Standard der GPRA entsprechen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (45.KW-07)

01: Ein Joint-Venture der Hamburger **Wice** GmbH und des **Kroll** Verlags, Schondorf am Ammersee bringt eine webbasierte Lösung für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf den Markt. Die auf der CRMExpo in Nürnberg vorgestellte **WICE-PRsuite verbindet die Funktionalitäten einer etablierten CRM-Plattform mit top-aktuellen Kontakten aus der Medienszene**. Mit der WICE-PRsuite lassen sich nun die eigenen Adressdaten mit den Kroll-Kontakten automatisiert abgleichen und ergänzen. So werden zentrale Aspekte der Pressearbeit, nämlich individuelle Workflows sowie Versand, Kontrolle und Auswertung von Mailings und die einfache Pflege umfangreicher Verteiler in einer Lösung integriert. Als Groupware-Plattform lassen sich mit der WICE-PRsuite auch dezentral organisierte Teams unternehmensweit vernetzen. Ein Testzugang der webbasierten Lösung ist unter www.wice.de/prsuite zu finden.

02: **Trupoli ist eine Community für politisches Interesse** und seit dem 8. November online (www.trupoli.com). Hier können Sie politisches Geschehen unabhängig von medialer Aufbereitung mit verfolgen und Ihre Meinung aktiv und effektiv einbringen – Sie entscheiden wann, wie und mit wem. Sie können sich mit Ihren Freunden und Bekannten zusammentun, um Ihre Stimme lauter werden zu lassen. Teilen Sie Ihr Wissen und Ihre Meinung. Finden Sie Gleichgesinnte oder Diskussionspartner aus dem gesamten politischen Spektrum. Treten Sie in Kontakt mit Politikern und hören Sie, was diese Ihnen antworten und mitteilen wollen – unabhängig von den Medien und von massentauglich verkürzten plakativen Aussagen.

03: Das im Oktober 2007 im Göttinger **BusinessVillage-Verlag** erschienene **Buch "Professionelles Briefing"** ist eine handfeste, griffige Gebrauchsanweisung für die tägliche Briefingarbeit in Marketing und Kommunikation. Es wendet sich an Neueinsteiger und Fortgeschrittene, die Briefings entwickeln, bewerten, begleiten und umsetzen. Der Autor Klaus Schmidbauer führt sie Schritt für Schritt durch den gesamten Briefingprozess. Alle Arbeitsschritte werden mit Praxisbeispielen und Checklisten veranschaulicht. (ISBN: 9783938358269, Preis: 21,80 Euro)

04: **Der Brockhaus ist die Wissensinstanz in Deutschland. In rund 260.000 Lexikon-Artikeln stellt er das Wissen unserer Zeit zur Verfügung, jetzt erstmals auch als MP3-Dateien**. Insgesamt sind dies rund 2.200 Stunden Wissen zum Hören! Bei dieser Mammutaufgabe konnte **Voice Reader Studio von Linatec** seine Stärken voll unter Beweis stellen. Das Bereitstellen von Informationen als Audio-Datei gewinnt immer mehr Bedeutung. Damit liegt der Brockhaus voll im Trend: Einerseits macht Lernen durch Hören Spaß, andererseits macht es Sinn. Wie nämlich eine Studie der Universität Regensburg nachgewiesen hat, kann der Lernende vom Hören sogar 29 Prozent mehr Informationen behalten als vom Lesen.

Tagungen - Seminare - Ausbildung

PR-Journal verlost DAPR- Seminarteilnahme

Das „PR-Journal“ verlost eine kostenlose Teilnahme am Workshop „Kreative Ideenfindung“, den die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) am 17. und 18. November in Frankfurt am Main veranstaltet. Der Ideologe und Autor des Buches „Kreative PR“ Jens-Uwe Meyer vermittelt PR-Fachkräften, wie sie besser, kreativer und frischer an Themen herangehen können. Die Workshopteilnehmer erfahren, wie sie immer wieder neue Ideen für Themen rund um das Produkt oder die Dienstleistung ihrer Kunden entwickeln können. Und sie lernen Kreativtechniken kennen, mit denen sie das gleiche Thema immer wieder neu und immer wieder spannend aufbereiten können. Auch, wie sich aufmerksamkeitsstarke PR-Aktionen und Kampagnen im Web 2.0 kreieren lassen gehört zu den Inhalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klenk & Hoursch sucht wieder BROADmind-Trainee

Zum zweiten Mal schreibt die Agentur für Unternehmenskommunikation Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main zusammen mit Partneragenturen das interdisziplinäre Traineeship BROADmind aus. Der Trainee hospitiert in dem zwölfmonatigen Programm bei Conteam Consult (Marketingberatung, Groß-Gerau), forum! (Marktforschung, Mainz) und einem Medienpartner. In dem integrierten Programm erhält der Topnachwuchs eine ganzheitliche Sicht auf Kommunikation und wird so optimal auf die Kundenanforderungen der

Zukunft vorbereitet. Das Traineeprogramm startet am 1. Januar 2008.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (7) (45.KW-07)

01: Im media **workshop "Kommunikation 2.0"** begleitet Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach von Edelman Deutschland die Teilnehmer auf eine Entdeckungsreise ins "Mitmachweb". Der Referent erklärt die Unterschiede zwischen Web 1.0 und 2.0 und geht dabei auf die neuartigen Entwicklungen von Blogs, Video Communities und Online-Networks ein. Die Seminarteilnehmer lernen, wie sie ihre Leser und Kunden im Web 2.0 erreichen und welche Relevanz das Thema für die eigene Unternehmenskommunikation hat. Das Seminar findet am 4. Dezember 2007 in Köln statt. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop/863>

02: Beim neuen Seminar von Hugin-directnews, Leipzig geht es am 16. November in Köln ums Thema "**Telefontaining - So nehmen Sie erfolgreich Kontakt zu Journalisten auf**". Infos: www.hugin-group.com.

03: "**Corporate Social Responsibility - Chancen und Risiken für die Unternehmenskommunikation**" lautet das Thema des nächsten Fink & Fuchs PR-Pulse am 5. Dezember im Literaturhaus München. Mit dabei sind "CSR-Experte" André Habisch von der Katholischen Universität Eichstätt, Martin Reim, Wirtschaftsredakteur, Süddeutsche Zeitung und Henrik Tesch, Director Citizenship Corporate Affairs bei Microsoft Deutschland. Auf der Veranstaltung werden Möglichkeiten zum nachhaltigen Engagement von Unternehmen aufgezeigt sowie die Rolle der Kommunikation und der Medien diskutiert. Anmeldungen über folgenden Link: www.ffpr.net/veranstaltung/csr/Index.html.

04: **Ein neues Ranking trübt die Feierlaune an den deutschen Elite-Unis: Im Weltvergleich schafft keine einzige den Sprung unter die besten 50** - Briten und Amerikaner machen die Spitzenplätze unter sich aus. Die erste deutsche Hochschule taucht erst auf Platz 60 auf - es ist die Universität Heidelberg, gefolgt von der LMU München (Platz 65) und der TU München (Platz 67). Einen Platz zwischen 100 und 200 erreichten acht weitere von der FU Berlin bis zur RWTH Aachen. Wie stets im Herbst hat das "Times Higher Education Supplement" (THES) Universitäten global nach ihrem wissenschaftlichen Ruf sortiert. (Quelle: www.spiegel.de/unispiegel/studium/0,1518,516168,00.htm)

05: Am 30. November findet für Interessenten an den PR-Ausbildungen von **PR Plus** die kostenlose **Informationsveranstaltung "Student for a Day"** statt. Im Seminarzentrum in der Heidelberger Weststadt wird PR Plus-Trainerin Renée Hansen eine PR-Kampagne vorstellen, anhand derer sie das Tätigkeitsfeld Öffentlichkeitsarbeit in seiner Vielfalt präsentieren kann. Der nächste Kurs von PR PLUS startet mit einem dreitägigen Einführungsworkshop am 15. Januar 2008 in Heidelberg. Details zu "Student for a Day" am 30.11.2007: www.prplus.de/kurse/fernstudium/stfad.cfm.

06: Die nächste Veranstaltung der **Konstanzer PR School** findet am 29./30. November zum Thema **"Motivierendes Schreiben für Kundenmagazine"** statt. Infos: www.pr-school.com/seminare.htm.

07: Die Deutsche Presseakademie (**depak**), Berlin bietet ab Dezember 2007 regelmäßig **Einführungen in die „Vertriebs-PR“** an. Referent ist Christoph Möller, Gründer und Geschäftsführer der auf Vertriebs-PR spezialisierten Kölner **PR-Agentur möller pr**. Die Seminare richten sich an PR-Fachleute aus Unternehmen, Verbänden und Agenturen. Erster

Termin ist der 6. Dezember in Berlin. Infos: www.moeller-pr.de.

Kommentare

Verspielen Profiligen die Chance für gemeinsame PR-Prüfungen?

Die Hoffnung auf eine zukunftsorientierte gemeinsame PR-Prüfung aller Branchenverbände war verfrüht. Alle sechs Jahre schafft es der Berufsverband DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, die Aussichten auf eine gemeinsame Lösung zu torpedieren: 1995 durch den Austritt als Gesellschafter der DAPR Deutsche Akademie für Public Relations unter dem damaligen an Ausbildungsfragen nicht interessierten Präsidenten Ulrich Opherk. 2001 durch einen Alleingang des damaligen Schatzmeisters Jürgen Pitzer, der alle Absprachen desavouierte und eine eigene DPRG-Prüfung durchpeitschte. Hoffnungen auf eigenes Renommee und Geldzuflüsse endeten in einem finanziellen Desaster mit 30.000 Euro Schulden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Bravo Herr Konken: toller Knieschuss!

Jeder Verband hat den Vorsitzenden, den er verdient. Und der DJV hat Michael Konken. Ein ehemaliger Journalist aus einem norddeutschen Kleinkleckersdorf, der heute zu allem Übel Journalisten ausbildet. Und vor allem sein falsches und unethisches Verständnis von Journalismus und PR weitervermittelt. Habe ich schon mal kommentiert (Link s.u.). Aber Herr Konken ist steigerungsfähig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)


Verbände: Zeitschriften als Basis-Medium Nummer 1

von **Jan Zeese**, *heller+partner communication*, München



Deutschland ist ein Verbändestaat. Statistisch ist jeder zweite Deutsche Mitglied in einem der mehr als 540.000 eingetragenen Vereine. Laut Deutscher Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) gibt es rund 14.000 politisch aktive Verbände, Tendenz steigend.

Mindestens 8.500 Verbände werden in eigener Geschäftsstelle und hauptamtlich geführt; mehr als 1.000 haben einen Sitz in Berlin. Für sie alle gilt: Die Mitglieder zu informieren, zu binden und zu aktivieren ist entscheidend für den Erfolg des Lobbying und auf Dauer sogar eine Voraussetzung für die Existenz der Organisation. Kein anderes Medium ist besser geeignet, diese vielfältige Kommunikation zu leisten, als die Verbandszeitschrift. Doch was sind die entscheidenden Erfolgsfaktoren?

Den kompletten Beitrag von Jan Zeese  [hier als PDF herunterladen 28.78 Kb.](#)

Reihe. Das Verhältnis (oder je nach Sichtweise: Unverhältnis) von Public Relations und Journalismus gehört zu den klassischen Grübelthemen medienkritischer Veranstaltungen. Manchmal zieht dabei ein Zyniker, manchmal ein Idealist die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich. An der Herzberg-Tagung, die der Verein Qualität am Mittwoch in Basel durchführte, war der Idealist an der Reihe. Die Rolle spielte Sacha Wigdorovits, ehemaliger Journalist und Chefredaktor, stillliegender PR-Aktivist und derzeitiger Manager des Gratisblatts ".ch".

[Hier online weiterlesen](#) in der Neuen Züricher Zeitung NZZOnline.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 26 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

PR-Digest (Lesehinweise)

NZZ: Nichts als die Wahrheit

Worte des idealistischen PR-Manns: Das Verhältnis (oder je nach Sichtweise: Unverhältnis) von Public Relations und Journalismus gehört zu den klassischen Grübelthemen medienkritischer Veranstaltungen. Manchmal zieht dabei ein Zyniker, manchmal ein Idealist die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich. An der Herzberg-Tagung, die der Verein Qualität am Mittwoch in Basel durchführte, war der Idealist an der

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Agenturen

Jeschenko Berlin sucht PR-Berater, Junior PR-Berater und Volontäre/Trainees

PR-Trainee (m/w) bei Krug und Petersen

Sopexa Deutschland sucht PR-Assistent/in

Dr. Haffa & Partner sucht PR-Berater (m/w) in München

grasundsterne sucht: Redakteur/in Objektleitung Kundenmagazin (München)

Way To Blue sucht eine/n Account Manager/-in

Text 100 sucht Account Executive (m/w) PR (Standort:München)

MS&L International Public Relations sucht...

F&H Porter Novelli sucht eine/n Berater/in Marken-PR

ad publica sucht Verstärkung

PR Berater/in für Nissen Consulting in Berlin gesucht

Junior-PR-Berater/in für Healthcare in Frankfurt

Flad & Flad Communication GmbH sucht Unit Director PR (m/w)

Köln: VOCATO sucht PR-Berater mit Affinität zu Finanzthemen

fischerAppelt sucht Juniorberater Healthcare (m/w), Standort Frankfurt

Behörden (Öffentl.Dienst)

Leiter/-in Medien | Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der IHK Köln

Unternehmen

Mitarbeiter/in Pressearbeit in Vollzeit

Senior Manager Corporate Communication (m/w) gesucht

Centre de Recherches International pour la Santé C.R.I.S. sucht Press Relations Officer (m/w)

Verbände (Non-Profit)

Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) sucht eine/n Referentin/Referenten für die Öffentlichkeitsarbeit

Akquise/Freelancer

Gesundheit kann man nicht kaufen - gute Texte schon!

Unternehmenskommunikation & Co.

Unterm Strich mehr als Text

Texte, die schmecken! Vom Profi für Ernährung und Gesundheit

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 12. November 2007 – 19:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **23.077 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:



Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur
(V.i.S.d.P. + verantwortlich 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, Neuwied (mathias.scheben@t-online.de)

Ständige Kommentatoren:

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection@t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich; Michael
Bürker, München; Frauke Scheben, New
York/USA

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-
Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner- Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-
Ulzburg
Telefon: +49 (0)4193 75.83.99

Telefax: +49 (0)4193 75.83.88

E-Mail: anzeigen@pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg

Telefon: +49 (0)2241 201.30.60

Telefax: +49 (0)2241 201.30.61

Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail:

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.