

Pfeffers PR-Newsletter Nr. 53 / 5. Woche 2006

Seite.1 _____

Johannes Rau: Ein großer Kommunikator lebt nicht mehr



Der ehemalige Bundespräsident und NRW-Ministerpräsident Johannes Rau ist am 27. Januar in Berlin gestorben. Er war am 16. Januar 75 Jahre alt geworden.

Dem "Bürgerjournalismus" gehört die Zukunft

Durch das Internet kann jeder Bürger zum Journalisten werden. Davon zumindest sind der amerikanische Journalist Dan Gillmor und der französische Blogger Luic le Meur überzeugt. Weblogs seien nur der Anfang. Quasi vor der Tür stehe schon das "Bürgerradio" mit Podcasts - und auch erste Vblogs (Video-Blogs) würden im Internet registriert.

Weil immer mehr Menschen immer mehr Informationen ins Internet stellen, hat sich die traditionelle Medienlandschaft bereits verändert, sagte der amerikanische Journalist Dan Gillmor. Auf dem "Digital Lifestyle Day" am 23./24. Januar in München sprachen er und andere Protagonisten der Szene über das, was sich in den USA bereits als "Citizen Journalism" etabliert hat.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Nutzung elektronischer Medien in deutschen Unternehmen

Elektronische Kommunikation beginnt in deutschen Unternehmen und Organisationen die Grenzen etablierter Abteilungen zu sprengen. Doch nur in den modernsten Häusern zählt die fachliche Autorität schon mehr als die klassische Hierarchie. Das ist das Ergebnis der ersten umfassenden Untersuchung zur Nutzung elektronischer Medien in deutschen Unternehmen und Organisationen, die jetzt vom Berliner Kommunikationsberater Frank Martin Hein vorgelegt wurde. Die Studie basiert auf der Befragung der Kommunikationsabteilungen von über 500 deutschen Unternehmen, öffentlichen Einrichtungen und Organisationen im November 2005. Sie wurde von der Initiative D21, dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut Smart Research, der GK Personalberatung, der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und dem PR Report unterstützt.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Illner, di Lorenzo und Lilienthal: Journalisten des Jahres

Die Journalisten des Jahres 2005 wurden am 26. Januar im Rahmen einer Mediengala im Martin-Gropius-Bau in Berlin mit dem „Goldenen Prometheus“ ausgezeichnet. Vor mehr als 400 hochkarätigen Medienmachern sprach Bundesinnenminister Wolfgang Schäuble (CDU) zum Auftakt über die nicht immer spannungsfreie Beziehung von Journalisten und Politikern. Der Journalistenpreis wurde vom Medienmagazin "V.i.S.d.P." erstmals in Berlin vergeben.

Die Preisträger:

- Maybrit Illner, ZDF – Fernsehjournalist
- Volker Lilienthal, epd-Medien – Fachpressejournalist
- Jörg Thadeusz, Radio Eins – Radiojournalist
- Reinaldo Coddou und Philipp Köster, 11 Freunde – Magazinjournalisten
- Matthias Gebauer, Spiegel Online – Onlinejournalist
- Giovanni di Lorenzo, Die Zeit – Zeitungsjournalist
- Sabine Rennefanz, Berliner Zeitung – Newcomer



- Stefan Raab und Peter Limbourg, ProSieben/N24 – Coup des Jahres
 - Friedrich Nowotny – Lebenswerk.
 Infos: www.goldener-prometheus.de.

Personalien

Wegerhoff soll Bahn-Investor Relations machen

Nach der Zusammenlegung von Konzernkommunikation und Marketing der Deutschen Bahn unter der Leitung des bisherigen Generalbevollmächtigten für das Konzernmarketing Ralf Klein-Bölting übernimmt die bisherige Kommunikationschefin Susanne Wegerhoff die Leitung des Bereichs Investor Relations - sagt die Berliner Gerüchteküche. Sie wäre damit weg von der direkten Zuordnung bei Bahnvorstandschef Hartmut Mehdorn und seinen Einflüsterern Dieter Hünerkoch und Werner Klingberg. Diese können nun wieder ungestört ihr PR-Süppchen (siehe Umzugspläne) verkochen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

BDI baut Kommunikation aus

Olga Wilde ist jetzt Pressesprecherin des BDI in Berlin. Sie berichtet an den Leiter der Abteilung Presse und Kommunikation, Albrecht v. der Hagen, der bisher zugleich auch Pressesprecher des Bundesverbandes der Deutschen Industrie war. BDI-Kommunikationschef v. der Hagen wird zusätzlich zum Pressegeschäft nun auch die Kommunikation gegenüber den BDI-

Mitgliedsverbänden, den Unternehmen und der Öffentlichkeit betreuen. Wilde war zuletzt in der BDI-Presseabteilung zuständig für strategische Kommunikation. (*Quelle: ots/PressePortal*)

Personalien compact (21) (6.KW-05)

01: **Kurt Otto**, stellvertretender Leiter des zentralen Bereichs der Gruner+Jahr-Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskontakte über nimmt zusätzlich die Aufgaben von **Frank Plümer** (37), der zum 1. Februar ausscheidet. Er leitete die Abteilung Presse/Öffentlichkeitsarbeit der Verlagsgruppe Stern/Geo/Art in Hamburg.

Sein bisheriges Team mit Isabelle Haesler, Christine Leitow und Maike Pelikan wurde Otto zugeordnet.

02: **Peik von Bestenbostel** (47) wechselt am 1. März von seinem kürzlich angetretenen Vorstandsposten in der Herbert Quandt-Stiftung in München zur ortsansässigen Siemens AG und übernimmt die Leitung der Media Relations (weltweite Pressearbeit) unter dem neuen Leiter Corporate Communications, **Janos Gönczöl**. Von Bestenbostel war bis vor kurzem noch in der BMW-Unternehmenskommunikation tätig.

03: **Imre Szerdahelyi** wurde neuer Leiter Unternehmenskommunikation der Wacker Construction Equipment in München. Er war zuvor bei der Bertrand AG und der Barmer Ersatzkasse.

04: **Yvonne von Stempel** (49), frühere Sprecherin der Hamburger Verlagsgruppe Milchstrasse hat sich in der Hansestadt mit einem Büro für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit selbstständig gemacht. In ihrer Neugründung YVS Communication Partner arbeitet auch ihre ehemalige Kollegin **Kathrin-Luise Fiesel** (30) mit.

05: **Marc Lammek** (36) ist nun neben Christoph Post weiterer Geschäftsführer der MME Me, Myself & Eye Entertainment (TV-Produzent) in Berlin.

06: **Frank Lommatzsch** (29) ist neuer Berater Public Affairs im Berliner Büro von fischer Appelt Kommunikation (GPRA), Hamburg. Er war zuletzt Referent von zwei CDU-Bundestagsabgeordneten.

07: **Christina H. Swoboda** (30) übernahm die Leitung der Braneti Public Relations Unit in Wien. Sie arbeitete zuletzt bei LVO Communications in London und Brüssel.

08: Im Hause aufgestiegen ist **Alexander Lührs** (34) - er wurde Leiter Öffentlichkeitsarbeit Reifen von Continental in Hannover. Er besetzt damit die vakante Stelle von Rainer Strang.

09: **Nicole Bongard** verantwortet Unternehmenskommunikation und zentrales Marketing der Damp Holding Klinikgruppe. Sie leitete zuvor fünf Jahre die PR des Klinikums der Uni München.

10: **Gunnar von der Geest** verstärkt jetzt als neuer PR-Manager Wissenschaft die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Beiersdorf AG in Hamburg

im Bereich Forschung & Entwicklung. Zugleich ist er Ansprechpartner für das 125. Firmen-Jubiläum in 2007.

11: **Mathias Bruchmann** (36) leitet die Presse- und Lizenzabteilung Recht-Steuern-Wirtschaft bei den Münchener Verlagen C.H. Beck und Vahlen.

12: **Sönke Reymann** scheidet als Head of Public Relations bei Foote Cone & Belding Deutschland (FC) aus. Er will wieder als Journalist und Autor arbeiten. Die FCB-Pressearbeit übernimmt nun **Marianne Kuball**.

13: **Berenike Giera** (27) verstärkt das Beraterteam Bildung und Verlage der Hamburger PR-Agentur Mann beißt Hund. Sie war vorher in der Presseabteilung des ortsansässigen Zeit-Verlages.

14: **Ibrahim Mazari** (31) leitet ab Februar die Kommunikationsabteilung der GIGA Digital Television in Köln. Er soll vor allem die Pressearbeit des Jugend-TV-Senders ausbauen.

15: **Kathrin Aue** wird als PR Manager Europe die Presseaktivitäten von Tahitian Noni International in München verantworten. Sie koordiniert zudem die PR in 25 europäischen Ländern.

16: **Julia Höpp** (32) übernahm die neu geschaffene Position der PR- und Marketing-Managerin beim Online-Preisvergleichsdienst billiger.de in Karlsruhe. Sie kommt von BAT Deutschland.

17: **Monika Primenz** (32) leitet die Öffentlichkeitsarbeit des Hilfswerks Austria in Wien. Sie war zuvor beim österreichischen Kunststoffhersteller Borealis.

18: Und noch eine Bahn-Personalie: **Oliver Schumacher** (44) soll lt. kress die neu geschaffene Abteilung Internationale Kommunikation übernehmen (im neuen "Groß"-Bereich Marketing und Kommunikation) - zur Verbesserung des Bahn-Images im Ausland. Schumacher war bis zum NRW-Regierungswechsel Regierungssprecher des ehemaligen Ministerpräsidenten Peer Steinbrück (SPD) in Düsseldorf.

19: **Gaby Munz** (35) wird Business Development, Marketing und PR bei 21Torr in Reutlingen verantworten. Sie folgt auf **Martin Cserba** (39), der zur Agentur Pepper wechselte.

20: **Udo Klein-Bölting** macht im Haus Karriere und wird weltweiter CEO von BBDO Consulting - bisher verantwortete er das Deutschland- und Schweiz-Geschäft der Unternehmensberatung.

21: **Susanne Weichselbaum** (41) wechselte vom Job der Konzernsprecherin der österreichischen Brau-Union zur größten PR-Agentur des Landes, Pleon Publico in Wien und arbeitet dort im Bereich Finanzmarktkommunikation.

- Anzeige -

kommunikationsmanager

>kommunikationsmanager

Das Forum für Entscheider

Kommunikationsmanagement ist eine strategische Aufgabe, deren Stellenwert in den Unternehmen stetig steigt. Der >kommunikationsmanager bildet die Leistungsfähigkeit der Profession ab und dokumentiert den vielfältigen Anteil von Kommunikation an der Wertschöpfung.

Das redaktionelle Profil ist dabei von vier **Essentials** geprägt:

- Integrative Perspektive
- Communication Excellence
- Wissenschaft und Praxis
- Internationale Plattform.

Sichern Sie sich Ihr **kostenloses Probeexemplar** unter www.kommunikationsmanager.com. Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter verlag@kommunikationsmanager.com stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

Etats

wbpr kommuniziert 2006 drei Wettbewerbe

Mit den Themen Natursport, Deutsche Einheit und Internet startet das Berliner Büro von wbpr public relations (GPRA), Unterföhring ins Jahr 2006. Auftraggeber sind das Bundesamt für Naturschutz mit dem **Naturathlon 2006**, die Bundeszentrale für politische Bildung mit dem Bürgerpreis zur Deutschen Einheit sowie das

Bundeswirtschaftsministerium mit dem Internetpreis "Wege ins Netz". - Deutschlands Flüsse stehen im Mittelpunkt des Naturathlon 2006.- Der »**einheitspreis**« der Bundeszentrale für politische Bildung, der wegweisende Projekte im Sinne der Deutschen Einheit auszeichnet, wird für die nächsten drei Jahre durch wbpr betreut.- Wie auch im vergangenen Jahr verantwortet wbpr Berlin auch 2006 den Wettbewerb »**Wege ins Netz**« des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Ausgezeichnet werden vorbildliche Initiativen, die allen gesellschaftlichen Gruppen den Zugang zum Internet erleichtern - insbesondere Senioren, Behinderten, Migranten und Menschen mit bildungsfernem Hintergrund.

transtec mit PR von Storymaker

Der Tübinger Hardware-Hersteller transtec, Tübingen setzt bei der Öffentlichkeitsarbeit seit dem 1. Januar auf die ortsansässige PR-Agentur Storymaker. Der Auftrag des an der Stuttgarter Börse notierten Unternehmens umfasst kontinuierliche Pressearbeit und Investor Relations in Deutschland sowie für die sechs europäischen transtec-Tochtergesellschaften. Das Unternehmen, das 2005 sein 25jähriges Bestehen feierte, zählt zu den zehn größten Server- und Speicherherstellern in Europa. Mit kundenindividuellen Hardware-Lösungen geht transtec auf Wachstumskurs und will sich in Zukunft verstärkt im Bereich Mittelstand positionieren.

Etats compact (9) (5.KW-06)

01: Pro Familia Hessen, Frankfurt am Main
an: **Stach's Kommunikation & Management**, Frankfurt am Main

02: Eidos, Hamburg: Lara Croft-Computerspiele ("Tomb Raider: Legend"),
an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

03: Spielwarenmesse Nürnberg
an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller Pressepartner)

04: Mineralwassermarke "Eiszeitquell", Reutlingen
an: **Publik** PR-Agentur, Ludwigshafen

05: Gemeinschaftsetat des NRW-Nahverkehrs, Düsseldorf
an: **CP/Compartner** Agentur für Kommunikation, Essen

06: Ullstein Taschenbuch ("Sudoku"), Hamburg
an: **Straub & Linardatos Kommunikation** - Medien - Licensing, Hamburg

07: Kraft, Bremen (Schokolade "Côte d'Or")
an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg

08: Deutscher Menschenrechts-Filmpreis 2006, Nürnberg
an: **Büro für Öffentlichkeitsarbeit Marko Junghänel**, München

09: Ask Deutschland (Suchmaschine "Ask Jeeves"), München
an: **häberlein & mauerer** agentur für public relations, München

- Anzeige -

Geschenk-Lose der Aktion Mensch

"Da hätte ich auch früher drauf kommen können ...", werden Sie gleich sagen. **Denn Lose der Aktion Mensch sind ein ideales Marketing-Instrument.** Zur Kundengewinnung. Zur Kundenbindung. Als Prämie, Preis oder Incentive. Beste Gewinn-Chancen verbinden sich dabei mit vielfältigem sozialen Engagement: Mehr dazu unter www.aktion-mensch.de/lotterie.

Branche

Branche compact (5) (5.KW-06)

01: **Edelman Deutschland** hat im Frankfurter Westend neue Büroräume bezogen und meldet ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2005: der Honorarumsatz konnte auf fünf Millionen Euro gesteigert werden. Geschäftsführerein sieht einen Paradigmenwechsel in der PR: Dialog statt Kontrolle. Mehr über das Edelman **Trust-Barometer** unter www.edelman-newsroom.de.

02: Die Hamburger PR-Agentur **Hoschke & Consorten** sieht 2006 für Börsengänge (IPO's) ein glänzendes Jahr. Die Nachfrage nach

Finanzkommunikation nehme deutlich zu. Infos: www.hoschke.de.

03: Mehr Wissen, Quellen, Services und mehr Politik: das bietet www.politikerscreen.de nach dem Relaunch. Es bezeichnet sich als das führende Fachportal für Politik in Deutschland.

04: Auch **w&p Wilde & Partner** Public Relations in München hat sich zum 20. Agenturgeburtstag einen Relaunch gegönnt: im neuen Loka & Feel und Brand Design sowie neuem Internetauftritt soll es erfolgreich weitergehen. Im deutschsprachigen Europa zählt man sich zu den führenden PR-Spezialisten für die Themen Transport & Logistik, Travel & Tourism sowie Hospitalizy & Lifestyle.

05: Die PR-Agentur Publica hat mit Andrea Hollenberger eine neue Geschäftsführerin, Gründerin Yara Wortmann bleibt als Gesellschafterin beteiligt. Die Münchener Agentur firmiert jetzt unter **Publica International Consulting**.

Medien

ma 2006 Pressemedien I: Zeitschriften beliebt

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) hat am 25. Januar die aktuellen Daten der ma 2006 Pressemedien I veröffentlicht. Mit ihren Forschungsergebnissen ermittelt die ag.ma regelmäßig in aufwändigen bundesweiten Befragungen, welche Zeitschriften und Zeitungen von wie vielen Lesern gelesen wurden. „Die Ergebnisse unserer Erhebungen zeigen eine klare Dreiteilung. Ein Drittel der Zeitschriften gewann Leser hinzu. Bei gut einem Drittel der Zeitschriften gab es keine Veränderungen der Leseranzahl. Und wiederum ein Drittel der abgefragten Zeitschriften musste Leserverluste hinnehmen. Wir bewegen uns somit in Deutschland bei den Lesegewohnheiten weiterhin auf einem sehr hohen Niveau“, erklärte das für Zeitschriften zuständige ag.ma-Vorstandsmitglied Michael Walter zur Veröffentlichung der aktuellen Media-Analyse.

Demnach konnten sowohl Magazine zum Zeitgeschehen als auch Frauenzeitschriften und Lifestylemagazine leichte Lesergewinne verbuchen. Unverändert gute Ergebnisse verzeichnen fast alle bei den Erhebungen abgefragten Elternzeitschriften. Die deutlichsten Einbrüche sind bei den Jugendzeitschriften zu vermelden. Auch fast alle Auto- und Motorsporttitel fanden nicht so viel Akzeptanz wie zuvor. Den größten Zuwachs an Lesern überhaupt erzielten diesmal eindeutig die Programmzeitschriften. In einer ganzjährigen Untersuchung führten sieben Meinungsforschungsinstitute 38.956 Interviews durch.

IVW PR-Medien: prm + PRR verkaufen mehr

Die beiden bei der IVW gemeldeten Branchenmagazine "**prm**magazin" (**prm**), Remagen-Rolandseck (Medienfachverlag Rommerskirchen) und "**PR Report**" (**PRR**), Hamburg (Verlag Haymarket Media) melden für das 4. Quartal 2005 (im Vergleich zum 3. Quartal) geringe Mehrverkäufe und eine leichte Steigerung der Abozahlen. Zwei Besonderheiten sind diesmal bei den Meldungen zu beobachten: das prm hat die Druckauflage kräftig zurückgefahren und damit die Verbreitung durch weniger Freixemplare verringert.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Weblogs: Umfrage EuroBlog 2006 der EUPRERA

Die am 24. Januar veröffentlichte, erste europaweite Umfrage zur Nutzung von Weblogs in Public Relations und Kommunikationsmanagement enthüllt eine deutliche Kluft zwischen Anhängern und Skeptikern des Mediums: Ein Drittel der PR-Verantwortlichen betreibt ein Weblog oder verfasst regelmäßig Beiträge hierfür. Von einem Viertel aller Befragten werden Blogs jedoch vollständig ignoriert.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Medien compact (5) (5.KW-06)

01: **4.300 Online-Medien im Überblick:** Rund 25 Prozent der deutschen Internetmedien aktualisieren

ihre redaktionellen Inhalte jeden Tag. Diese Zahl nennt der Essener **Stamm Verlag**, dessen CD "Internetmedien" jetzt in der Ausgabe 2006 vorliegt. Neben der Aktualisierungshäufigkeit der Online-Medien informiert die CD über verantwortliche Redakteure, Verlage und Anzeigenverwaltungen. Hinzu kommen Angaben über Page-Impressions, Visits und Anzeigentarife. Infos: www.stamm.de/presse Preis: 59 Euro).

02: "Das entscheidende Qualitätsmerkmal für Politikberichterstattung ist, ob die Redaktion die tatsächliche Relevanz eines Themas erkennt und analysiert", sagte Klaus Schrotthofer, Chefredakteur der Westfälischen Rundschau beim **14. Forum Lokaljournalismus** der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) in Pforzheim. Rund 130 Chefredakteure und leitende Redakteure deutscher Tageszeitungen diskutierten dort über neue Dimensionen und Impulse für die Politikberichterstattung sowie über Qualitätssicherung und das Überleben der Zeitung in Konkurrenz mit den elektronischen Medien. (Quelle: *textintern*)

03: Der **Auflagenverlust der Zeitungen** in Deutschland hat sich im vergangenen Jahr fortgesetzt. Mit einer verkauften Gesamtauflage von 27,16 Millionen Exemplaren pro Ausgabe wurden im letzten Quartal 2005 rund 700 000 Zeitungen (2,51 Prozent) weniger abgesetzt als im gleichen Quartal des Vorjahres. Das ergibt sich aus einer am 25. Januar veröffentlichten Übersicht der Zeitungs Marketing Gesellschaft (**ZMG**). Zehn Jahre zuvor, im vierten Quartal 1995, verkauften die Verleger deutscher Tages-, Sonntags- und Wochenzeitungen noch 32,41 Millionen Exemplare pro Erscheinungstag.

04: Unter dem Motto "Hi(gh) Business im High Tea" findet seit April 2005 jeweils viermal jährlich der Branchentreff der APA - Austria Presse Agentur statt. Neben einer Podiumsdiskussion namhafter Experten zu jeweils aktuellen Themenschwerpunkten steht das persönliche Gespräch mit Kollegen aus dem Business im Vordergrund. Begleitend zu den Veranstaltungen finden sich Fachinformationen, Service-Inhalte und Details zum APA-Branchentreff auf der Plattform www.branchentreff.apa.at. 2006 ging es um die Zukunft der Zeitung. Fazit: **Tageszeitungen im Umbruch - Internet ersetzt Journalisten nicht.** "Es gibt wohl kein Medium, in dem es in den letzten Jahren so wenige Innovationen gab wie bei der Zeitung, und zwar sowohl drucktechnisch als auch, was das

Medium als solches betrifft", zog Wolfgang Fellner beim APA-Branchentreff Bilanz über die österreichische Printlandschaft. (Quelle: *newsroom.de*)

05: Zum zweiten Male lud Hubert Burda Vertreter der Internet-Branche und der Medienhäuser zu seinem **Digital Lifestyle Day**, einem zweitägigen Spektakel in der Münchener Innenstadt. Etwa 800 Gäste kamen am 23./24. Januar in das KF-1. Während anderswo die Jagd auf platzende Internetträume wieder aufgenommen wurde, war er hier wieder zu spüren, der Glaube der Entrepreneure und Investoren an das Next Big Thing. Die **neue Euphorie** lässt sich am besten mit dem **Marketing-Begriff "Triple Play"** beschreiben, der den ersten Tag dominierte. Triple Play ist mehr als nur die Breitbandkommunikation mit 50 MBit/s: Wenn Telefon, Internet und Multimedia aus dem Datenkabel ins Haus strömen und den digitalen Alltag definieren, dann muss es erstens Firmen geben, die diese Leitungen legen, und zweitens Firmen, die Inhalte für den neuen Medienkonsum lieferten.

Service + Tipps

Services compact (9) (6.KW-06)

01: Das Breitband-Internet wird das IT-Wachstum antreiben. Das steht in der T-Online-**Studie "Deutschland Online 3"**. Gegenüber heute wird bis 2015 eine Verdoppelung des Anteils dieser Industrie am deutschen Bruttoinlandsprodukt. Dabei spielt die Entwicklung des sog. Triple-Play (Internetzugang, Telefon + Video + Musik sowie Spieleangebote) eine wichtige Rolle.

02: Das **Unwort des Jahres 2005** ist "Entlassungsproduktivität". Damit ist eine gesteigerte Arbeits- und Produktionsleistung gemeint, nachdem zuvor zahlreiche Mitarbeiter entlassen wurden.

03: Die Bundesregierung will - nachdem freiwillige Absprachen keinen Erfolg brachten - die Banken und Sparkassen per Gesetz zwingen, jedermann **auf Guthabenbasis ein Girokonto einzurichten**. Wegen hoher Verschuldung und/oder Arbeitslosigkeit würde das immer mehr Bürgern verwehrt. Ein Konto sei aber bei

Neueinstellungen zur Überweisung von Gehaltszahlungen notwendig - auch für die Arbeitslosengeld II-Auszahlungen.

04: Die Bundesregierung geht in ihrem neuesten **Jahreswirtschaftsbericht** von einem Wirtschaftswachstum von 1,5 Prozent im Jahresdurchschnitt für 2006 aus. 2005 waren es 0,9 Prozent. Die Zahl der Arbeitslosen soll sich um 350.000 verringern.- Das Statistische Bundesamt, Wiesbaden hat für Januar 2006 eine Steigerung der **Verbraucherpreise** um 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat ermittelt.

05: Ebenfalls aus Wiesbaden kommt die Meldung, dass 2005 der **geringste Anstieg der Tarifverdienste** seit 1995 zu verzeichnen war (Angestellte: + 1,3 %, Arbeiter: + 1,2 %). Die Verbraucherpreise stiegen dagegen um 2,0 Prozent.

06: Die **GfK-Konsumklimastudie** für Januar 2006 meldet die günstigsten Jahresanfangswerte seit Jahren: von Januar auf Februar steigt der Indikator von 4,0 auf 4,6 Punkte. Die Verbraucher müssten aber mehr konsumieren. Das Geld sei da - allein 2005 hätten die Bundesbürger 150 Milliarden Euro "auf die hohe Kante gelegt" (insgesamt seien es zehn Billionen Euro).

07: Die Martin Meidenbauer Verlagsbuchhandlung in München meldet die **Buchneuerscheinung "a smile für europe"**, herausgegeben von der Kommunikationsagentur PLEON. Darin beschreiben Europäer, wie sie Europa erleben. Infos: www.m-verlag.net.

08: NetFederation hat jetzt die **IR-Benchmark-Studie 2005** veröffentlicht. Danach erfüllen nur wenige Investor Relations-Websites die Anforderungen - sie enthalten Fehler und bieten nur wenig Service. Bayer, Deutsche Post und ThyssenKrupp sind die besten. Mehr Infos: www.net-federation.de.

09: brandchannel.com hat gefragt und ermittelt, dass **Google** nun Apple überholt hat und den ersten Platz als weltweit **einflussreichste Marke** belegt. Skype wurde im 5. Jahr erstmals von den 2.528 Experten nominiert (Platz 3). Auf Europa bezogen liegt Nokia auf dem ersten Platz, vor Ikea und Skype. Infos: www.brandchannel.com.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

DAPR Praxisworkshop: TV machen - ins TV kommen

Vom 17. bis 18. März veranstaltet die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) in Bochum den Praxisworkshop „TV machen – ins TV kommen“. Der Workshop vermittelt das notwendige Werkzeug, um das Leitmedium Fernsehen für sich zu erschließen, zu nutzen und mögliche Kampagnen für das Fernsehen zu realisieren. Im DAPR-Workshop erarbeiten acht Teilnehmer in zwei Gruppen theoretische und praktische Grundlagen der Fernsehproduktion und TV-Platzierung. Dabei werden die Teilnehmer unter üblichen und realen TV-Bedingungen einen eigenen Filmbeitrag konzipieren, produzieren und schneiden. Die Produktion wird, neben der Betreuung durch Ralph Brodel, begleitet durch erfahrene Kamerteams und Cutter. Infos: www.dapr.de.

Termine compact (4) (5.KW-06)

01: Die Deutsche Presseakademie (**depak**) informiert Interessierte vor Ort über das Berufsfeld Public Relations und Möglichkeiten der Weiterbildung. Im Rahmen der **depak-Roadshow** durch fünf Großstädte erläutern PR-Fachkräfte in Vorträgen, wie sich das Berufsfeld voraussichtlich entwickeln wird. Unter dem Titel "**PR braucht Qualifikation**" erfahren Berufsstarter und Quereinsteiger, welches Know-how in der PR-Branche gefordert wird. Infos: www.depak.de.

02: Der **1. Deutsche Mediatag** - Die Konferenz der Strategen findet am 2. März in München statt. Veranstalter: Fachmagazin "media & marketing". Infos: www.deutscher-mediatag.de.

03: Die **depak** führt am 16./17. März in Berlin die **Fachtagung "Strategisches Themensetting"** durch (Referenten u.a.: Georg Albrecht, Herbert Heitmann, Karl-Heinz Heuser, Lothar Rolke). Infos: www.depak.de.

04: **Konferenz: Wertorientierte Unternehmenskommunikation.** "Das Image von heute ist der Umsatz von morgen". Auch in den Vorstands-Etagen setzt sich diese Erkenntnis durch. Um sie erfolgreich umzusetzen, müssen

Unternehmen ihre Kommunikationsleistungen noch stärker verzahnen und kontrollieren. Hier ist der Leiter Unternehmenskommunikation gefragt. Der Trend geht zu einem neuen Rollenverständnis, hin zur "Leitung Gesamtkommunikation und Corporate Branding". Auch deshalb veranstaltet Euroforum (in Kooperation mit der DPRG) unter der Leitung von Lothar Rolke am **6. und 7. März in Wiesbaden** die Konferenz "Wertorientierte Unternehmenskommunikation" (Effiziente Kommunikation steigert und sichert Ihre Umsätze). Topreferenten (u.a. Uta-Micaela Dürig, Thomas Gauly, Jörg Howe, Ulrich Ott und Rainer Westermann) sowie diverse Praxisberichte erläutern die Thematik. Infos hier: www.euroforum.com/DATA/pdf/P1100629.pdf.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Wahrheiten bei Neujahrsempfängen



Guten Tag! Neujahrsempfänge können ganz schön ärgerlich sein, wenn ein Gastredner sich nicht nur mit Phrasen begnügt. Das mußten Minister und Staatssekretäre der Bundesregierung feststellen, als beim Empfang der Deutschen Telekom AG in Berlin der Bundesminister für Wirtschaft und Arbeit der Republik Österreich, S.E. Herr Dr. Martin Bartenstein, sprach. Er skizzierte Ziele der österreichischen EU-Präsidentschaft, die am 1. Januar begonnen hat.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: "Alles angeführt: Dieses Telefonat bezahlt der Angerufene!"



Erinnern Sie sich? Angebliche "Service-Lines" gingen dem Anrufer ins Geld. Und zwar so: 0137-1 je Anruf 12 Cent, 0137-2,-3,-4,-8 die ersten 30 Sekunden 12 Cent, danach alle 30 Sekunden je 6 Cent, 0137-9

je Anruf 49 Cent, 0180-2 je Anruf 6,2 Cent, 0180-3 je Anruf 9 Cent, 0180-4 je Anruf 24 Cent, 0189-5 je Minute 12 Cent; 0700 werktagsüber 12,4 Cent je Minute, sonst die Hälfte.

So verwirrend war das bis gestern im De-Entwicklungsland Deutschland. Doch das ist vorbei, lernen Sie die Tarife nur ja nicht mehr auswendig! *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Internes - aus der Redaktion

Neue PRJ-Kooperationen: PRR-Kommentar und Kressfrage

Für uns ist es eine Anerkennung unserer Reputation, für unsere Leser/User bedeutet es zusätzliche Services im ältesten und größten PR-Portal im Internet: Das "PR-Journal" (vereinigt mit dem "agenturcafé") meldet zwei neue Kooperationspartner. Im Redaktionsbereich "Kommentare" wird sich der bekannte Wirtschaftskommentar von Horst Kerlikowsky künftig vierzehntäglich mit einem **Branchen-Kommentar** aus dem Magazin "PR Report", Hamburg (Verlag Haymarket Media) abwechseln.

Und vom Kressverlag, Heidelberg übernehmen wir aktuell (zeitgleich) die in "täglichkress" gestellte **Kressfrage**. Diese wird oft mit einem Augenzwinkern gestellt und soll auch zum Nachdenken anregen - ein kleiner Branchenspaß. Sie finden die Frage in unserer linken Navigationsspalte unter dem Lesehinweis. Alle im "PR-Journal" abgegebenen Abstimmungen fließen direkt in das Gesamtergebnis bei "täglichkress" mit ein.

Und weil wir schon dabei sind - hier eine Liste unserer **bisherigen** (redaktionellen) **Kooperationspartner**: Benchmark (Qualitätsranking), FAZ-Institut (>kommunikationsmanager), Handbuch "Kommunikationsmanagement", Media-Selection (Kerlikowsky-Kommentar), news aktuell (Presseportal Newsfeed), newsroom (Stellenbörse), PR-Blogger, SoundFacts (Podcasts).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 22 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 29 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [PR-Berater\(in\) Unterhaltungselektronik in München](#)

Titel [PR-Berater mit Fokus Berliner Politik-Redaktionen gesucht](#)

Titel [Junior-Berater/in Healthcare bei Fuhrmann & Schütz in Wiesbaden](#)

Titel [Kölner Agentur sucht Unterstützung durch engagierte Projektassistenten](#)

Titel [Erfahrener PR-Berater für Kölner Büro gesucht](#)

Titel [Junior Berater/in oder Kundenberater/in in Frankfurt gesucht](#)

Titel [Sympra in Stuttgart sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [Text 100 sucht Account Executive PR - Fokus B2B](#)

Titel [Text 100 sucht Account Executive PR - Fokus Unterhaltungselektronik](#)

Titel [Agentur im Ruhrgebiet sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [PR Berater\(in\) bei Faktor 3 in Hamburg](#)

Titel [MS&L International Public Relations sucht ...](#)

Titel [PR-Berater/-in Healthcare gesucht](#)

Titel [PR-Assistentin Beauty in München](#)

Titel [PR-Berater \(m/w\) für Berliner Agentur](#)

Titel [Agentur in Frankfurt sucht PR-Seniorberater/-in](#)

Titel [PR-Berater bei MS&L International](#)

Titel [PR-BeraterIn bei Hamburger Agentur](#)

Titel [Agentur in München sucht Berater/Projektleiter "Unternehmenskommunikation/Presse" \(w/m\)](#)

Titel [SCHWARTZ Public Relations sucht PR-Berater\(in\) in München](#)

Titel [Münchener Agentur sucht Juniorberater/Projektmanager "Unternehmenskommunikation/Presse" \(w/m\)](#)

In Medien

Titel [PR-Assistent/In zum 1.2.2006 in Berlin](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 30. Januar 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.753 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); Wolfgang Reineke, Heidelberg
(reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben

(mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedrichsdorf/Ts..

Ständige Kommentatoren: Dr. Stephan Hoursch, Frankfurt am Main; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection@t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München (michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Atarmon/Australien (frank_hupke@gmx.de); Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Arne Borgards, Düsseldorf; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Oliver Fischer, Köln; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Christina Kahlert, München; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Ralf Laumer, Marburg; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Thomas Mavrides, Unteruhldingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter Radunski, Berlin; Jana Räsche, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Anschrift (Herausgeber, Verlag + Redaktion):
Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: (02241) 201 30 60
Telefax: (02241) 201 30 61
Mobilfon: (0177) 7 99 11 74

E-Mail: redaktion@pfeffer.de, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.de

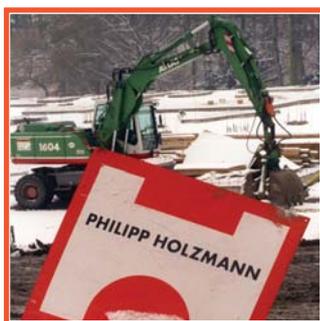
URL: www.pr-journal.de, www.prjournal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.prportal96.de; www.epikeros.de, www.pr-forum.de, www.pr-agora.de, www.pr-anzeiger.de, www.pr-monitor.de, www.pr-nachrichten.de, www.pr-infos.de, www.pr-marktplatz.de, www.przentrum.de.



KRISEN- KOMMUNIKATIONSKONGRESS

Erster studentischer Kongress zum Thema Krisenkommunikation
unter der Schirmherrschaft von Hans-Olaf Henkel

Norbert **Baumgärtner** (LMU München), Anfried **Baier-Fuchs** (Freie Kommunikationsberaterin), Bernhard **Fischer-Appelt** (fischerAppelt), Matthias **Fornoff** (ZDF), Gregor **Halff** (International School of Management, Publicis), Alexander **Güttler** (komm.passion), Renée **Hansen** (Burson-Marsteller), Dieter **Herbst** (Universität St. Gallen), Hans-Victor **Hoffmann** (Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation), Thorsten **Hofmann** (PRGS - ECCO Berlin), Klaus-Peter **Johanssen** (Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation), Birte **Kattelman** (BASF Aktiengesellschaft), Christiane **Kohl** (Süddeutsche Zeitung), Jens **Krämer** (PLEON), Sabine **Leidig** (Attac Deutschland), Michael **Ludewig** (Deutsche Presseagentur), Thomas **Mickeleit** (Volkswagen AG), Jens **Nordlohne** (Victrix Causa), Roland **Schatz** (Media Tenor), Manfred **Söhnlein** (ehem. Unternehmenssprecher Mannesmann), u.v.m.



7. und 8. April 2006



Technische Universität Ilmenau

Anmeldung und mehr unter

www.krisenkommunikationskongress.de