

# Pfeffers PR-Newsletter

## Nr. 55 / 7. Woche 2006

### Seite.1

#### **Pfeffer&Salz&Senf: "Seriöse PR-Strukturen in Teheran?"**

In der Meldung des Marketingdienstes "trüffeljäger" vom 8. Februar hat Thomas Achelis anlässlich der Meldung zu seinem 58. Geburtstag u.a. gesagt, dass zu seinen wichtigsten Ereignissen des vergangenen Lebensjahres auch gehörte, "dass er am Aufbau seriöser PR-Strukturen in (der iranischen Hauptstadt) Teheran mitwirken konnte."

Am 9. Februar titelte Deutschlands konservatives Obermeinungsmacher-Blatt "Bild": "Iran hetzt - Merkel ist wie Hitler!" - Und die linke Tageszeitung "taz" berichtet und bemerkt am selben Tag: "Sejjed Massud Dschaasajeri ist Leiter der Öffentlichkeitsarbeit der Revolutionsgarden im Iran, und was der Mann unter Öffentlichkeitsarbeit versteht, klingt so:

"In ihren kindlichen Träumen sieht Merkel sich als Hitler und glaubt, dass sie jetzt, da sie im Kanzleramt sitzt, der Welt und den freien Ländern ihre Befehle erteilen kann", sagte Dschaasajeri gestern der Nachrichtenagentur Isna und fügte hinzu: "Von Leuten, die eine zionistische Vergangenheit haben, kann man nichts anderes erwarten." Weil es sich um einen äußerst komplexen Gedankengang des Leiters der Öffentlichkeitsarbeit der Revolutionsgarden im Iran handelt, hier die Zusammenfassung: Merkel gleich Hitler gleich Zionismus. Oder noch kürzer: Hitler war Zionist. Und die Erde ist eine Scheibe. So flach wie die Gedankenwelt von Sejjed Massud Dschaasajeri."

Lieber Herr Achelis, da müssen Sie aber noch

mächtig was tun - seriöse Strukturen und daraus folgendes Verhalten sehen jedenfalls für mich anders aus. Mit und zum Nutzen von Staats-Verführern sollte man besser keine Geschäfte machen. Aber nachdem ja auch Fussball-Bundesliga-Primus Bayern München dort in der Winterpause trainiert hat und Entwicklungshilfeministerin Heidemarie Wieczorek-Zeul (SPD) staatliche Fördergelder (aus unserem Steueraufkommen) nicht mal einfrieren will ...  
Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

### Personalien

#### **comdirect bank: Kommunikationsteam verstärkt**

Die Unternehmenskommunikation der comdirect bank, Quickborn hat sich vergrößert. **Ullrike Hamer** (31) verstärkt seit 1. Februar das Presseteam. Hamer ist seit sechs Jahren bei der comdirect bank - zuletzt als Investor Relations Managerin. Im Presseteam ist sie zuständig für die unternehmensseitige Kommunikation. Die Produkt- und Leistungskommunikation wird geführt von **Tim Seifert** (31), der neu an Bord kam. Seifert war zuvor tätig als Business Developer und -Analyst bei unterschiedlichen Gesellschaften der Royal Dutch/Shell Group und betreut bei der comdirect bank zudem das Intranet. Ebenfalls neu an Bord ist **Tobias Vossberg** (32). Vossberg, bei der comdirect bank Manager Investor Relations, war zuletzt Referent der Geschäftsführung bei der HCI. An den Leiter der Unternehmenskommunikation, **Johannes Friedemann** (41), berichten außerdem **Daniel Fard-Yazdani** (32), Leiter Investor Relations und **Julia Peters** (33) für die Interne Kommunikation.

#### **Infineon ohne Komm.chef Westermann**

Infineon Technologies, München teilte am 7. Februar (überraschend) mit, dass Rainer Westermann (53), Corporate Vice President



Communications, das Unternehmen verlässt. Er war für PR, Marketingkommunikation, Government Relations und Mitarbeiterkommunikation verantwortlich. Westermann war im Oktober 2004 nach drei Jahren als Deutschlandchef bei Burson Marsteller von Frankfurt am Main zum Münchener Chiphersteller gewechselt. Seinen Job übernimmt kommissarisch Infineon-Vorstandsvorsitzender Wolfgang Ziebart.

### Personalien compact (13) (7.KW-06)

01: Leipziger & Partner PR (GPRA) strukturiert seine Geschäftsleitung neu: **André Chahoud** (in Berlin) und **Martin Gehl** (in Frankfurt am Main) wurden zu Mitgliedern der Geschäftsleitung ernannt. Gründer und Inhaber **Jürg W. Leipziger** wird sich künftig hauptsächlich auf die strategische Kundenberatung konzentrieren.

02: Als Nachfolger von **Michaela Heber** wurden **Philip Lechtape** und **Stefan Borchert** zu neuen Pressesprechern des Bundesnachrichtendienstes (BND) - dies ist der Auslandsnachrichtendienst der Bundesrepublik Deutschland - in München ernannt.

03: **Helmut Sailer** (47) wurde als Nachfolger von **Thomas Knecht** neuer Leiter Marketing/Kommunikation Hausgeräte der Bosch und Siemens Hausgeräte (BSH) in München.

04: **Beate Rzdutki** (47) wurde neue Leiterin der PR/Öffentlichkeitsarbeit der fischerwerke in Waldachtal. Vorgänger war **Matthias Rauter**.

05: **Thomas Achelis** (58), Geschäftsführender Gesellschafter der PR-Agentur Achelis & Partner in München, Präsident des europäischen PR-Dachverbandes CERP wurde als Präsidiumsmitglied in den PR-Weltverband IPRA gewählt. Wie der "trüffeljäger" meldet, konnte er u.a. am Aufbau seriöser PR-Strukturen in Teheran/Iran mitwirken.

06: **Jacques Séguéla**, Vizepräsident und Kreativchef der französischen Havas-Gruppe hat zusätzlich die Leitung der Havas-Kommunikation als Chief Communication Officer übernommen.

07: **Tobias Bott** (40) wurde als Nachfolger der in Elternzeit gegangenen **Karin von Hülsen** Leiter

der Unternehmenskommunikation für die Agenturgruppe Scholz & Friends, Berlin.

08: **Sabine Schmidt-Kruse** (42) verantwortet jetzt bei der Motor Presse Stuttgart die Kommunikation der Lifestyle-Titel bei Rodale Motor-Presse in Hamburg. Sie kommt von Gruner + Jahr (Verlagsgruppe Brigitte).

09: **Viola Bronsema** (42) ist aus persönlichen Gründen als Kommunikationschefin bei Roche Diagnostics in Mannheim ausgeschieden. Den Job hat kommissarisch **Friederike Herfurth** (43) aus der Komm.abteilung übernommen.

10: **Anne Reis** (35) arbeitet jetzt in der Hamburger Kommunikations- und Medienagentur Straub & Linardatos. Sie arbeitete zuvor als freie Journalistin und Autorin für verschiedene Medien.

11: **Kathrin Köhler** hat - nach einer beruflichen Zwischenstation beim Bonner Deutschen Entwicklungsdienst - als Nachfolgerin für **Natasa Zorica-Vieregge** die Verantwortung für die Bereiche Presse und Werbung von Ronvalli's Apollo Variete übernommen.

12: **Roberta Piazza** (24) hat als PR-Managerin die neugeschaffene PR-Unit bei psh communications, Köln übernommen.

13: **Judith Kleinemeyer** (33) wird künftig als Seniorberaterin im Berliner Büro von dimap communications mitarbeiten. Sie leitete zuvor den Fachverband Medizintechnik eines deutschen Industrieverbandes.

- 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](http://www.kommunikationsmanager.com). Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter [verlag@kommunikationsmanager.com](mailto:verlag@kommunikationsmanager.com) stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

## Etats

---

### **Storymaker meldet bereits dritten Etatgewinn 2006: Eportis**

Die Tübinger PR-Agentur Storymaker unterstützt den gezielten Aufbau der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Fachkommunikation für die Eportis AG, Basel und die Eportis GmbH, München. Die Experten für Portfolio Management versprechen sich eine verstärkte Präsenz in der Wirtschafts- und Fachpresse sowie einen höheren Bekanntheitsgrad. Storymaker Agentur für Public Relations ist ein auf Technologie- und Markenunternehmen fokussierter Kommunikationsdienstleister.

### **Etats compact (17) (7.KW-06)**

- 01: Bayer HealthCare, Leverkusen (Hautpflegeserie Bepanthol)  
an: **Borchert & Schrader Public Relations**, Köln
- 02: Olympus, Hamburg (opto-digitale Produkte / Einführungskampagne für neue Olympus SLR-Digitalkamera)  
an: **united communications**, Berlin
- 03: Galiplan Financial Services, Aachen  
an: **trio-financial relations**, Frankfurt am Main
- 04: Tofutown.com, Wiesbaum (Produktlinie Soyatoo!)  
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln
- 05: Hamburger Wohnungsbaugenossenschaften (Kampagne "Einsatz fürs Zuhause"), Hamburg  
an: **achtung! kommunikation**. Hamburg

06: Pfizer Tiergesundheit (Kampagne "Hol Dir ein Tier heim"), Karlsruhe  
an: **Freudl & Friends**, Karlsruhe

07: Bundespräsidialamt, Berlin (damit arbeitet MC nach Bundestag und Bundesregierung nun für das dritte Verfassungsorgan)  
an: **Media Consulta**, Berlin

08: Interlux (Österreichs Marktführer in Sachen Kunststoff und Alu), Wien  
an: **communicative public relations**, Wien

09: BioMa Energie, Salzburg  
an: **Märzheuser/Gutzky Kommunikationsberatung**, München

10: Stiftung "Haus der Behinderten", Bonn  
an: **Smart events**, Köln

11: Cherry PC-Zubehörhersteller, München  
an: **Ahrens & Bimboese** Agentur für Kommunikation (GPRA), Frankfurt am Main (Büro München)

12: Telit Communications (ital. Telekommunikationsspezialist), ???  
an: **Maisberger Whiteoaks**, München

13: StreamService Deutschland, ???  
an: **Storymaker**, Tübingen

14: GEN Group (GEN Deutschland), ???  
an: **HFN Kommunikation**, Frankfurt am Main

15: Portolan (Finance- und Controlling-Software), Ilsfeld  
an: **ars publicandi**, Ransbach-Baumbach

16: Horizon-Filmverleih (Dokumentarfilm "What the Bleep do we know?"), Hamburg  
an: **Eyecansee Communications**, Hamburg

17: Fruit of the Loom (Casual Collection), Telford, Shropshire/Großbritannien  
an: **Publicis Public Relations** (GPRA), Berlin

- 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](http://www.aktion-mensch.de/lotterie).

## Branche

### Delmenhorster Neustruktur - jetzt Borgmeier Media Gruppe

Die bisherige Borgmeier Media Communication zieht Konsequenzen aus der seit Jahren anhaltenden Expansion und stellt sich neu strukturiert dem Markt. Unter dem Dach der Borgmeier Media Gruppe arbeiten insgesamt 137 Mitarbeiter in fünf Standorten und sieben Korrespondenzbüros. Die neuen Arbeitsbereiche sind: Borgmeier Publishing (Zeitungen, Fachzeitschriften und Buchverlag sowie Corporate Publishing), Borgmeier Public Relations (21 neue Étas und Projekte in 2005), Borgmeier Design, Borgmeier Events und Borgmeier Consulting sowie der Nachrichtendienst NonstopNews. Im Mai kommt dann noch Borgmeier Sales Force dazu. Inhaber Carsten Borgmeier beteiligte sich außerdem an der 2004 gegründeten Bremer Werbeagentur Alte Hasen/Junge Haie.

### Strategische Allianz zwischen Pleon und Johanssen + Kretschmer

Pleon und Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation, Berlin (beide sind GPRA-Mitglied) haben sich in einer Kooperationsvereinbarung darauf verständigt, gemeinsame Strukturen der Kundenberatung zu schaffen. Sie verfolgen mit der Kooperation das Ziel, ihre Handlungsfähigkeit in ambitionierten Kommunikationsprozessen zu vergrößern. Verabredet sind Austausch und Ergänzung von Kapazitäten, effizientere Fortbildung und

Rekrutierung sowie die Vernetzung ihrer Personalentwicklungstools. Beide Agenturen, die mit insgesamt 130 Beraterinnen und Beratern allein am Standort Berlin vertreten sind, wollen damit auch einen Beitrag zur Qualifizierung und Professionalisierung innerhalb der Kommunikationsbranche leisten. Zudem geht es Pleon und Johanssen + Kretschmer darum, Synergien im Kundenspektrum – wie es sie bereits heute in der Beratung öffentlicher Institutionen und in den Bereichen Krisenkommunikation und CEO-Beratung gibt – auszubauen.

### Branche compact (4) (7.KW-06)

01: **Hermine Pichler** hat sich mit der **Agentur Mensch!Marketing** in München **selbstständig** gemacht. Der erste Kunde ist auch schon an Bord: Für den IT-Security-Distributor NOXS Technology Germany GmbH realisiert Pichler den Auftritt auf der CeBIT 2006 sowie alle damit verbundenen Kommunikationsaktivitäten. Zuletzt war Pichler Marketing Manager Central Europe beim IT-Security-Marktführer Check Point Software Technologies.

02: Der Deutsche Werberat hat den Mobil-Discounter Klarmobil wegen der "Gorilla-Klau-Werbung" gerügt. Mit der TV- und Internet-Werbung sei gegen eine Verhaltensregel für Werbung mit und vor Kindern verstoßen worden.

03: Das **Markenranking "best brands 2006"** (basiert auf einer GfK-Marktforschungsstudie) meldet die Sieger der einzelnen Kategorien. **Stärkste Marken in Deutschland** sind demnach bei stärkste Produktmarken: **Tchibo**, Lego und Nivea; wachstumsstärkste Produktmarken: **Motorola**, Mey und Jura; stärkste Unternehmensmarke: **Google**, Lufthansa und Siemens. In der Sonderkategorie stärkste Finanzmarke bei Entscheidern: **UBS**, Franklin Templeton und Deutsche Bank.

04: Die Kölner PR-Agentur **Publicis Vital PR** startet mit neuen États und Projekten in ein verheißungsvolles Jahr 2006. Janssen-Cilag beauftragte die Kölner Spezialisten mit der PR für das Antipsychotikum Paliperidon. Die Deutsche Krebshilfe und das Deutsche Ärzteblatt werden bei der Organisation der 1. Berliner Gespräche am 9. März zum Thema "Krebsforschung in Deutschland" unterstützt.



## Medien

---

### Medien compact (5) (7.KW-06)

#### 01: Den **DJV-Preis der Pressefreiheit**

2006 erhält am 3. Mai die Redaktion der "Berliner Zeitung". Die Mitarbeiter hätten den Mut gehabt, Flagge zu zeigen und sich auch im redaktionellen Teil des Blattes gegen ihre potentiellen künftigen britischen Arbeitgeber auszusprechen.

02: Die **Bilanz des Kinojahres 2005** ist gegenüber dem Vorjahr eingebrochen und auf dem Niveau von 1995. Nur noch 127,3 Millionen verkaufte Karten, ein Umsatzrückgang von 16,6 Prozent auf 745 Millionen Euro - damit hat keiner gerechnet. Ein Lichtblick: die Begeisterung für deutsche Spielfilme ist mit 17,1 Prozent überdurchschnittlich gut und weiter gewachsen. Die neueste Motivationsstudie Kino zeigt, dass bei den Befragten andere Freizeitaktivitäten für wichtiger erachtet werden als der Kinobesuch.

03: Die größte Ausstellung zur Geschichte des Zeitungswesens im Mainzer Gutenbergmuseum (zum **Jubiläum 400 Jahre Zeitung**) ist erfolgreich zu Ende gegangen. 87.248 Besucher wurden gezählt, eine Google-Zählung im Internet ergab 50.100 Treffer. Mehrere hundert Führungen, fünf Wettbewerbe und elf öffentliche Vorträge und Symposien spiegeln das große Interesse an dieser einmaligen Ausstellung.

04: Am 20. März erscheint zum vierten Mal "**Weitsicht - das Magazin für Medien und Marketing**" mit einem Special "Public Relations im Mittelstand". Infos: [www.weitsicht-magazin.de](http://www.weitsicht-magazin.de).

05: Die **besten Karrierewebsites** deutscher Unternehmen wurden in einem Ranking von Potentialpark Communications ermittelt (1.429 High Potentials und Berufsanfänger hatten insgesamt 104 Firmen für die Potentialpark-Studie "Deutschlands beste Karrierewebsite" bewertet - in der FTD veröffentlicht). Die ersten fünf Plätze belegen: Deutsche Post World Net, Boston Communications Group, McKinsey, Shell und ABB. Dabei ist anzumerken, dass vor allem die Deutsche Post einen gewaltigen Sprung nach vorne (um 59 Plätze verbessert) gemacht hat. Viele Unternehmen würden auf ihren Webseiten um High Potentials werben. Einige tun das so gut, dass sie dafür Bestnoten bekommen - und nebenbei ihr Image verbessern.

## Service + Tipps

---

### Service compact (3) (7.KW-06)

01: Die neuesten Zahlen aus Wiesbaden (Statistisches Bundesamt) - auch interessant für Kommunikationsmenschen: die deutsche **Außenhandelsbilanz** für 2005 ergibt Steigerungen bei den Ausfuhren um 7,5 Prozent (auf 786,1 Milliarden Euro), bei den Einfuhren um 8,7 Prozent (auf 625,6 Milliarden Euro).- Der **Gastgewerbeumsatz** hat im letzten Jahr (im Vergleich zum Vorjahr) um real 1,8 Prozent abgenommen.- Beim Inlandstourismus gab es zwei Prozent mehr Gästeübernachtungen (344,1 Millionen).- Die **Verbraucherpreise** sind im Januar 2006 um 2,1 Prozent gegenüber Januar 2004 gestiegen.

02: Eine der wichtigsten und meistgenutzten Informationsquellen für Gründerinnen und Gründer ist das heute vor zwei Jahren ins Internet gestellte Portal [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de). Dieses **Gründerportal des Bundeswirtschaftsministeriums** hat seither nicht nur Interessenten und jungen Unternehmern auf dem Weg in die Selbständigkeit geholfen, sondern insbesondere das Expertenforum wurde von Kammern, Arbeitsagenturen und Berater genutzt. Allein das praxisorientierte Archiv, in dem Nutzerinnen und Nutzer in rund 4.000 Fragen und Antworten recherchieren können, zählt monatlich über 250.000 Zugriffe.

03: Wie der Kressreport am 10. Februar meldet, soll es in der **Bundeshauptstadt Berlin** derzeit 7.700 Medien- und Kommunikationsunternehmen geben. Der Umsatz würde laut "Partner für Berlin" 20 Milliarden Euro jährlich betragen. **1.650** der Unternehmen firmieren als **PR- oder Werbeagenturen** (mit einem geschätzten Umsatz von 1,278 Milliarden Euro p.a.).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **Hipp & hopp, Top oder Flop? - Trends der Internen Kommunikation**

Am 18. Februar 2006 lädt die Deutsche Public Relations Gesellschaft – DPRG zu einer Fachtagung „Trends in der Internen Kommunikation“ ein. Die Veranstaltung findet von 10 bis 14.30 Uhr im Kurfürstlichen Schloss zu Mainz statt. U.a. mit Ansgar Zerfaß (MFG Baden-Württemberg, Kompetenzzentrum des Landes für Informationstechnologie und Medien, Stuttgart) erörtert die Frage „Weblogs und Podcasts – Hype oder Herausforderung?“. Die Tagung bietet Stoff für alle diejenigen, die wissen wollen, wo es in der Internen Kommunikation künftig und wirklich langgeht: mit den Schwerpunkten „kompetente Kurzinformation“ und „sachliche Fachdiskussion“, mit einer Moderation, die animiert, mit Chancen zum (fast) unendlichen Erfahrungsaustausch. Infos: [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

### **Mediencoaching für Geschäftsführer und Pressesprecher in Frankfurt**

Anmeldungen für "**Medienauftritt und Verhalten in der Krise**" am 22. März in Frankfurt am Main. Die spezielle „Trio“ Seminarreihe bietet in komprimierter Form die breit gefächerte und spezialisierte Durchdringung eines Themas. Drei aufeinander abgestimmte Premium-Trainer der Felix-Kommunikation bringen jeweils das Beste aus Ihren Einzeltrainings ein. Ideal für Unternehmen, die höchste Ansprüche an Effizienz und Qualität stellen. Der Konfliktberater und Psychologe **Hermann Refisch** bestreitet den Part "Verhalten in Konfliktsituationen", gefolgt vom Krisentrainer und Unternehmensberater **Wolfgang Reineke**, der den "Umgang mit Journalisten" trainiert. Den dritten und letzten Part "Auftritt vor Kamera und Mikrofon" übernimmt **Elisabeth Böhm**, Medientrainerin und Gründerin der ersten deutschen Moderatorschule logo. Infos: [www.felix-kommunikation.de](http://www.felix-kommunikation.de).

### **Termine compact (6) (7.KW-06)**

01: Am 6. März lädt maassen & partner, Neuss (Kommunikationsspezialist mit der Software "convento") zu einem **PR-Praxis-Frühstück** zum Thema "**Networking in der PR**" nach Frankfurt am Main ein. Infos: [www.convento.de](http://www.convento.de).

02: Der nächste media-workshop von news aktuell findet am 6./7. März in Berlin statt. Thema: "**Personality-PR - Effektive Medienstrategien für Ihren Chef**". Infos: [www.mediaworkshop.newsaktuell.de](http://www.mediaworkshop.newsaktuell.de).

03: Der 2. **Kommunikationskongress Medizintechnologie** zum Thema "Erfolgreiche Kommunikationsstrategien für die MedTech-Branche" findet am 30./31. Mai in Köln statt. Infos: [www.bvmed.de/events](http://www.bvmed.de/events).

04: Eine Fachtagung zum Thema "**Strategisches Themensetting**" veranstaltet die depak Deutsche Presseakademie am 16./17. März in Berlin. Infos: [www.depak.de](http://www.depak.de).

05: Am 15. März gibt es von der DPRG Baden-Württemberg in Stuttgart ein halbtägiges Praxisseminar zum Thema "**Die Pflichten der Unternehmensberichterstattung** - Fallen und Tücken" (in der Stuttgarter Börse - Schwerpunkt "Finanzmarktgesetze). Infos: [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

06: "**Student for a day**" heißt es wieder, wenn die Donau-Universität, Krems und die Fernstudium-Experten von PR+plus, Heidelberg am 24. Februar nach Krems/Österreich einladen. Infos: [www.donau-uni.ac.at/journalismus](http://www.donau-uni.ac.at/journalismus).

## Kommentare

---

### **Kerlikowskys Kommentar über... Verbraucheroptimismus in Deutschland**



Guten Tag! „Der gestiegene Optimismus der Verbraucher nährt sich – so scheint es – wesentlich aus dem Vertrauen, das die Verbraucher in die neue Regierung haben“, kommentiert die GfK – Gesellschaft für Konsumforschung die Ergebnisse der Konsumklimastudie für Januar. Dabei, so erläutert die

Institutssprecherin, Dr. Ulrike Schöneberg, sei die Stimmung in Ostdeutschland sogar positiver als in Westdeutschland. Das hänge wahrscheinlich damit zusammen, daß mit Angela Merkel eine Ostdeutsche Kanzlerin und mit dem früheren Leipziger Bürgermeister Wolfgang Tiefensee und Brandenburgs Ministerpräsident Matthias Platzeck zwei weitere Ostdeutsche Schlüsselpositionen in Berlin erhalten hätten. Von ihnen erwarte man, daß die Interessen der Ostdeutschen stärker zur Geltung kommen würden.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## PR-Jobs + Karriere

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

### Gesuche

Die 28 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/Jobgesuche/](http://www.pr-journal.de/Jobgesuche/)

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 32 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/](http://www.pr-journal.de/Jobangebote/Volontariat-Trainee-Praktikum/)

Die weiteren Angebote:

#### In Agenturen

Titel [Berliner Agentur sucht im Bereich Krisenmanagement](#)

Titel [Junior PA-Berater\(in\) in Berlin](#)

Titel [PR-BeraterIn mit Schwerpunkt IT/Technologie gesucht](#)

Titel [Bau-Fachagentur aus Karlsruhe sucht PR-Berater/-in](#)

Titel [Consultant \(m/w\) bei Pleon Kohtes Klewes](#)

Titel [Erfahrener PR-Berater \(m/w\) mit Schwerpunkt Telekommunikation gesucht](#)

Titel [Berliner Kommunikationsagentur sucht Senior Contacter mit Projekterfahrung](#)

Titel [PR-Berater/in für den Bereich IT](#)

Titel [Junior Consultant \(w/m\) Marketing Communications \(Food\) in Hamburg](#)

Titel [Junior Consultant \(w/m\) Marketing Communications \(Lifestyle\) in Hamburg](#)

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

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

#### In Unternehmen

Titel [Bacardi Deutschland sucht PR-Berater \(w/m\)](#)

### **In Verbände (Non-Profit)**

Titel [Referent/in Internationale Presse-  
/Öffentlichkeitsarbeit bei Malteser International in Köln](#)

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

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 13. Februar 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.769 Empfänger** versandt.

**E-Mail:** [redaktion@pfeffer.de](mailto:redaktion@pfeffer.de), [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

**URL:** [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de), [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com); [www.pr-journal.info](http://www.pr-journal.info); [www.pr-journal.net](http://www.pr-journal.net); [www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de), [www.prportal96.de](http://www.prportal96.de); [www.epikeros.de](http://www.epikeros.de), [www.pr-forum.de](http://www.pr-forum.de), [www.pr-agma.de](http://www.pr-agma.de), [www.pr-anzeiger.de](http://www.pr-anzeiger.de), [www.pr-monitor.de](http://www.pr-monitor.de), [www.pr-nachrichten.de](http://www.pr-nachrichten.de), [www.pr-infos.de](http://www.pr-infos.de), [www.pr-marktplatz.de](http://www.pr-marktplatz.de), [www.przentrum.de](http://www.przentrum.de).

## 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](mailto:pfeffer@pr-journal.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg  
([reineke@pr-journal.de](mailto:reineke@pr-journal.de)); Mathias Scheben  
([mathias.scheben@t-online.de](mailto: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](mailto:mediaselection@t-online.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg

**Korrespondenten:** Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich  
([bernd-oliver\\_buehler@web.de](mailto:bernd-oliver_buehler@web.de)); Michael Bürker, München  
([michael.buerker@commendo.de](mailto:michael.buerker@commendo.de)); Daniel Fazekas,  
Budapest/Ungarn ([daniel.fazekas@mmdcee.com](mailto:daniel.fazekas@mmdcee.com)); Frank  
Hupke, Atarmon/Australien ([frank\\_hupke@gmx.de](mailto:frank_hupke@gmx.de)); Michael  
Seipelt ([info@business-travel.de](mailto: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  
Räschle, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen;



## Fachtagung STRATEGISCHES THEMENSETTING der Deutschen Presseakademie am 16. und 17. März 2006

Die Idee ist gut: Unternehmen und andere Organisationen setzen durch aktive Kommunikation eigene Themen und haben so die Nase vorn. Doch der Kampf um die Aufmerksamkeit ist hart. Zudem erfordert nachhaltige Themen-PR Stehvermögen und strategischen Weitblick.

Bei der Fachtagung erläutern Kommunikationsmanager bedeutender Wirtschaftsunternehmen gelungene Aktionen, bei denen Marken inhaltlich aufgeladen und erfolgreich platziert wurden.

Wissenschaftler unterschiedlicher Forschungsgebiete präsentieren Erkenntnisse und zeigen, wo langfristig konzipierte Themenarbeit den Boden für sensible Debatten bereitet hat. Erörtert werden zudem geografische, kulturelle und inhaltliche Grenzen des Themensettings. Prominente Journalisten vervollständigen das Gesamtbild. So vermittelt die Fachtagung den Teilnehmern umfassend, wie Themensetzung funktioniert und wie sie diese erfolgreich anwenden können.

### PROGRAMM:



#### THEMENSETZUNG: HISTORISCHE ERFAHRUNGEN UND KONSEQUENZEN FÜR DIE GEGENWART

Prof. Dr. Michael Kunzick  
[Lehrstuhl für Publizistik an der Universität Mainz]



#### DINNER SPEECH

Klaus-Peter Schöppner  
[Geschäftsführer, TNS Emnid]



#### ISSUES MANAGEMENT

Peter Klotzki  
[Pressesprecher, Arbeitgeberverband Gesamtmetall e.V.]



#### AGENDA SETTING UND DIE ROLLE DES CEO

Karl-Heinz Heuser  
[CEO, Burson-Marsteller GmbH & Co. KG]



#### DIE JOURNALISTISCHE SICHT – WELCHE THEMEN MACHEN SCHLAGZEILEN?

Peter Königsfeld  
[Redakteur, TV21 GmbH]



#### TRENDTHEMEN SETZEN. DIE INNOVATOR-ROLLE ÜBERNEHMEN.

Claas Sandrock  
[Director Corporate Communications, E-Plus]



#### BEST PRACTICE: THEMENSETTING ALS VORBEREITUNG EINER ERFOLGREICHEN KAMPAGNE

Dr. Cornelia Kunkat  
[Consultant, Scholz & Friends Agenda]



und  
Christoph Joseph Ahlers  
[Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Charité]



#### DIE GOLDGRUBE IM HAUS – KNOWLEDGE-MANAGEMENT UND WISSENSBILANZEN

Dr. Herbert Heitmann  
[Leiter der Unternehmenskommunikation, SAP AG]



#### Moderator:

Hajo Schumacher  
[Publizist]

## Anmeldung

## Fax: +49 [0] 30 / 44 72 93 00

Hiermit melde ich mich für die Fachtagung

**STRATEGISCHES THEMENSETTING am 16. und 17. März 2006 an.**

**Veranstaltungsort:** Hotel Adlon, Unter den Linden 77, D-10117 Berlin

**Gebühr:** 990 Euro zzgl. 16% MwSt. [Im Preis enthalten sind die Teilnahme an der Konferenz, die Konferenzunterlagen sowie die im Rahmen der Tagung angebotenen Speisen und Getränke.]

- Ich melde mich zum Vollpreis von 990 Euro zzgl. 16 % MwSt. an.
- Ich bin Mitglied des Bundesverbands Deutscher Pressesprecher bzw. Abonnent des Fachmagazins **pressesprecher** und melde mich zum um **10 Prozent** ermäßigten Preis von **891 Euro zzgl. 16 % MwSt.** an.  
Diese Ermäßigung gilt auch für Neuabonnenten, die das Aboformular gleichzeitig mit dieser Anmeldung einsenden.

- Bitte senden Sie mir das Gesamtprogramm der Deutschen Presseakademie zu.
- Bitte nehmen Sie mich in den monatlich erscheinenden depak-Newsletter-Verteiler auf.

depak Presseakademie GmbH  
Friedrichstr. 209  
D-10969 Berlin

**Tel.:** + 49 [0] 30/44 72 95 00  
**Fax:** + 49 [0] 30/84 85 92 00

info@depak.de  
www.depak.de

Name / Vorname \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ / Ort \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

Fax \_\_\_\_\_

E-Mail \_\_\_\_\_

Unternehmen \_\_\_\_\_

Position \_\_\_\_\_

Datum / Unterschrift \_\_\_\_\_