

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 57 / 9. Woche 2006

Seite.1 _____

Medienkodex von Netzwerk Recherche im Meinungsstreit

Die Journalistenvereinigung "netzwerk recherche" hat am 22. Februar einen zehn Punkte umfassenden „Medienkodex“ vorgelegt, der Journalisten aller Medien Orientierung in der beruflichen Praxis geben soll. Nach Einschätzung von Netzwerk Recherche gefährden neue Technologien und zunehmender ökonomischer Druck den seriösen Journalismus. Um seine Qualität und Unabhängigkeit zu sichern, setzt sich das Netzwerk für das neue Leitbild ein, das anspruchsvolle Qualitäts-Standards und Selbstverpflichtungen der Journalisten fordert.

Zentrale Bausteine des „10-Punkte Programms“ sind eine unabhängige, sorgfältige, umfassende und wahrhaftige Berichterstattung. Dabei soll der Grundsatz „Sicherheit vor Schnelligkeit“ gelten. Das wichtigste Qualitäts-Scharnier in der täglichen journalistischen Praxis ist die „handwerklich saubere und ausführliche Recherche aller zur Verfügung stehenden Quellen.“ Ein „uneingeschränkter Informantenschutz“ ergänzt diese Leitlinien. (zur [Pressemeldung](#) und zum [Kodex](#)).

Der Deutsche Presserat, Bonn hält den Medienkodex des Netzwerk Recherche für praxisfern. So gehe die Forderung „Journalisten machen keine PR“ an den Arbeitsbedingungen vor allem vieler junger Kolleginnen und Kollegen vorbei. ([Presserat-Pressemeldung](#)).

Dagegen begrüßen der Deutsche PR-Rat, Bonn und seine Trägerorganisationen BdP, DPRG und GPRA den neuen Medienkodex, der sich mit seinen eigenen Verhaltensrichtlinien

decke. Er diene der Wahrung einer unabhängigen Berichterstattung in den Medien.

Lesenswert in diesem Zusammenhang ist auch ein [Exklusiv-Interview](#) von medienhandbuch.de mit Thomas Leif, dem Vorsitzenden des netzwerk recherche, Wiesbaden: "Die PR-Industrie kolonialisiert den Journalismus".

Personalien _____

Koslowski beim Kaufhof ausgeschieden

Der Leiter Unternehmenskommunikation der Kaufhof Warenhaus Gerd Koslowski hat den Kölner Konzern auf eigenen Wunsch verlassen, um sich "neuen Herausforderungen zu widmen", wohin - noch unklar: Der Onlinedienst täglichkress meldet, dass er u.a. in Kontakt mit der Versandhandelssparte von KarstadtQuelle stehe. Dies wollte Koslowski weder dementieren noch bestätigen. Dort wirkt jetzt Marc Oliver Sommer, ehemaliger Vorstand der Bertelsmann-Tochter DirectGroup und Chef des französischen und deutschen Buchclubs. Die beiden kennen sich - Koslowski war zuvor Sprecher der DirectGroup. Er war im Sommer 2005 zu Kaufhof mit dem Ziel gewechselt, die verschiedenen Kommunikationsabteilungen im Haus zusammenzuführen. Thomas Fett, Leiter der Unternehmenskoordination, übernimmt bei Kaufhof interimistisch die Aufgaben von Koslowski.

Personalien compact (14) (9.KW-06)

01: **Christian Jacobs** DAPR (33) verstärkt den Düsseldorfer Standort von komm.passion. Mit ihm soll die Energie-Kompetenz weiter ausgebaut werden, er kommt von Scheben Scheurer & Partner, Hürth. **Bettina Näpelt** (35) arbeitet jetzt bei komm.passion Bönig & Company in Hamburg. Sie kommt von der ortsansässigen Helga Gosse PR.

02: **Aimée Eisele** (37) wechselt von TextKonzept als PR-Beraterin zur Kommunikationsagentur



Schwind, Wachtberg.

03: **Friedlies Reschke** (40) ist jetzt Sprecherin für das ReifeNetzwerk (Zusammenschluß von 23 Unternehmen) mit der Zielgruppe 50plus.

04: **Melani Schaller** verstärkt das PR-Team der Groupe Clarins, Starnberg. Sie zuvor für verschiedene Kosmetikmarken u.a. Estée Lauder tätig.

05: **Bernd Mannhardt** hat seine freie PR-Beratung in Berlin aufgegeben - er will sich künftig auf institutionelle PR-Arbeit und seine Publikationen konzentrieren.

06: **Nicole Hammer** (34) macht agenturintern Karriere und hat bei der Hamburger PR-Agentur ad publica als Mitglied der Geschäftsleitung die Verantwortung für den neuen Bereich Kreation übernommen.

07: **Karin Böhler** (26) wurde PR-Koordinatorin bei 3M Österreich in Wien. Sie war zuletzt bei Henkel CEE als Junior-Communications-Managerin tätig.

08: **Nele Herbst** (30) hat alle Aufgabe im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Marebuchverlages in Hamburg übernommen. Sie war zuletzt bei der PR-Agentur Fleishman-Hillard tätig.

09: **Ancke Brack** (30) leitet jetzt die Abteilungen Kommunikation und Neue Geschäftsfelder beim "Handelsblatt" in Düsseldorf. **Susan Schliekmann** (34) wechselte von der Teamleitung Kommunikation in die Werbeleitung der Wirtschaftszeitung.

10: **Beate Sieper** (42) übernimmt bei der GWP media-marketing in Düsseldorf (der Vermarktungsorganisation der Verlagsgruppe Handelsblatt) die Leitung der Kommunikation. Sie war zuletzt Marketingleiterin für das "Handelsblatt".

11: **Christian Kolb** (28) ist neuer Pressesprecher der Startbahn MedEcon Ruhr in Essen. Er verantwortet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Businessplan-Wettbewerbs Medizinwirtschaft Ruhr.

12: **Wolfgang Kampbartold** wechselt von T-Mobile Deutschland zu T-Mobile International

und verantwortet nun die internationale Steuerung der gesamten Marktkommunikation des führenden deutschen Mobilfunkanbieters.

13: Die "Capital"-Chefredaktion wurde neu strukturiert (und besetzt): **Paul Prandl** (44) (bisher Ressortleiter Geldanlage im Hause) und **Carsten Prudent** (45) (bisher Ressortleiter Management bei "Impulse") wurden stellvertretende Chefredakteure bei **Klaus Schweinberg** ("Doppel"-Chefredakteur "Impulse" und "Capital"). **Walter Hillebrand** (48) wird in seiner Funktion als Chefreporter Mitglied der Chefredaktion. Die bisherigen leitenden redakteure Andreas Busch, Nikolai Kreitl und Wolfgang Glabus scheidern auf eigenen Wunsch aus.

14: Bei der dpa-Tochet news aktuell gibt es zwei neue Prokutenisten; **Klaus-Peter Frahm** (38) als Leiter Corporate Technology und **Marcus Heumann** (36) als Head of Customer Relations.

- 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

Etats compact (17) (9.KW-06)

- 01: Aovo Touristik, Hannover
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München
- 02: Shell, Hamburg (15. Jugendstudie "Jugend 2006")
an: **Publicis Public Relations (GPRA)**, Berlin
- 03: Bundesfinanzminister Peer Steinbrück (SPD), Berlin (persönliche Imagepflege)
an: Etat im Europäischen Amtsblatt
ausgeschrieben (Jahreshonorar: 160.000 Euro)
- 04: Rolladenbauer Ernst Friedrich Heuer, Schlierbach
an: **Stadtler, Agentur für Kommunikation**, Kirchheim/Teck
- 05: IVG Immobilien, Bonn ("Oval Offices Bonn")
an: **muehlhaus & moers kommunikation**, Köln
- 06: Gesundheitsregion Nordschwarzwald, Freudenstadt
an: **pr-agentur klein-wiele**, Horb-Grünmettstetten
- 07: Accsys Technologies (Holzart "Accoya" - Titan Wood), Arnhem/Niederlande
an: **Landscape Gesellschaft für Marketing & Consulting**, Köln
- 08: ViewSonic (Breitform-LCD's), Willich
an: **united communications**, Berlin
- 09: TPC-Group (betriebl. Vorsorgemanagement), Hamburg
an: **Molthan van Loon Communication Consultants (GPRA)**, Hamburg
- 10: Texaderm Schweiz (Gesichtspflege), ???
an: **trio-group communications & marketing**, Mannheim
- 11: Markenverband, Berlin (politische Kommunikation)
an: **dimap communications**, Beratungsgesellschaft für Kommunikation und Politik, Berlin

12: Malik Management Zentrum St. Gallen (Bereich Syntegration), Glattbrugg-Zürich/Schweiz
an: **sc-communications**, Hamburg

13: Sonnentherme Lutzmannsburg + Hotel "Sonnenpark", Frankenau/Österreich
an: **move communications**, Martinsried

14: Bundesverband der deutschen Gas- und Wasserwirtschaft, Berlin
an: **relations Gesellschaft für Kommunikation**, Frankfurt am Main

15: Radio RocklandPfalz, Pirmasens
an: **joern durchstein & partner kommunikationsagentur**, Mainz

16: MagPaint (MegnetFarbe), ???
an: **Public:News**, Hamburg

17: sigikid H. Scharrer & Koch (Spielzeughersteller), Mistelbach
an: **Riegg & Partner**, Neudrossenfeld

- 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

Fink & Fuchs Public Relations wächst 2005 um 16 Prozent

Die Fink & Fuchs Public Relations AG, Wiesbaden hat im Geschäftsjahr 2005 den Honorarumsatz um gut 16 Prozent auf 5,89 Millionen Euro gesteigert (Vorjahr 5,07 Mio. Euro). Der Gesamtumsatz wuchs sogar um 18,9 Prozent auf 8,01 Millionen Euro. Mit zehn zusätzlich geschaffenen Arbeitsplätzen beschäftigte das Unternehmen zum Jahresende an den Standorten Wiesbaden und München 62

Mitarbeiter. Mit dieser Entwicklung konnte die Agentur einmal mehr ihre führende Marktposition in der Kommunikation von Technologiethematiken aus den Branchen Computer, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Internet ausbauen.

Anziehende Konjunktur und zunehmende Investitionsbereitschaft der Kunden waren neben dem Gewinn einiger strategischer Mandate Hauptursachen für das überdurchschnittliche Wachstum. Insgesamt wurden 40 Mandate betreut. Für das Geschäftsjahr 2006 plant Fink & Fuchs PR ein Wachstum in der Größenordnung von rund acht Prozent. Die Mitarbeiterzahl soll auf zirka 70 Mitarbeiter steigen. Auf Grundlage stabiler Kundenbeziehungen und zum Jahreswechsel gewonnener Neukunden ist das Unternehmen optimistisch, die für 2006 gesetzten Ziele zu erreichen.

Mittelstand: PR ist Chefsache – aber Nebensache Studie zur PR mittelständischer Unternehmen

In mittelständischen Unternehmen ist Öffentlichkeitsarbeit in der Regel „Chefsache“. In 80 Prozent der Fälle ist der Geschäftsführer für den Bereich PR/Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. In einem Viertel der Unternehmen verantwortet – allein oder ergänzend zum Geschäftsführer – der Marketingleiter die PR. Über ein eigenes PR-Budget verfügt nur jedes fünfte Unternehmen. Pressearbeit findet, wenn überhaupt, meist mit der Lokalpresse statt.

Das sind einige zentrale Ergebnisse einer Befragung von Geschäftsführern und PR-Verantwortlichen aus mittelständischen Unternehmen im Westen Niedersachsens, die das Institut für Kommunikationsmanagement der Fachhochschule Osnabrück Ende 2005 durchgeführt hat. Insgesamt wurden 1.150 Fragebögen an Unternehmen mit 50 bis 250 Mitarbeitern versandt. 234 auswertbare Fragebögen wurden zurückgeschickt – das entspricht einer Rücklaufquote von 20 Prozent. Bei Mittelständlern steht der Geschäftsführer für den Erfolg des Hauses nach innen und außen. Er ist die Stimme des Unternehmens und ein wichtiger Ansprechpartner für die Hauptzielgruppen der Unternehmen. Infos: www.fh-osnabrueck.de + www.prforum2006.de.

Deekeling hat sich neu positioniert

Deekeling Identity & Change positioniert sich neu: Ab dem 1. März wird die bislang in Düsseldorf und Frankfurt am Main ansässige Kommunikationsberatung unter dem Namen Deekeling Arndt Advisors in Communications GmbH firmieren. Nach dem zum Jahreswechsel erfolgten Management Buyout durch die Geschäftsführenden Partner Egbert Deekeling, Olaf Arndt und Klaus Lintemeier aus der zur BBDO gehörenden Pleon-Gruppe dokumentiert die etwa 60 Mitarbeiter zählende Beratungsgesellschaft damit den nächsten Entwicklungsschritt in ihrer zehnjährigen Geschichte. Mit der Namensänderung einher gehen die Erweiterung des Beratungsangebots um Politische Kommunikation und die Eröffnung eines Standortes in Berlin. „Die Namensänderung ist Ausdruck unserer konsequenten Weiterentwicklung in den vergangenen Jahren zu einer partnergeführten Strategischen Kommunikationsberatung“, erläutert Egbert Deekeling. Neue Standorte, neue internationale Partner - Mehr Informationen dann unter www.deekeling-arndt.de.

Branche compact (9) (9.KW-06)

01: Gleichzeitig mit ihrem bevorstehenden 25-jährigen Firmenjubiläum vollzieht die **Klaus J. Stöhlker AG, Zollikon/Schweiz**, eine der strategisch führenden PR-Agenturen der Schweiz, den **Generationenwechsel**. Die Geschäftsleitung unter Führung von Fidel S. Stöhlker, geschäftsführender Partner, und Eva Lehner, Leiterin Finanzen und Personal, wird per Mitte August 2006 mit Raoul D. Stöhlker, derzeit Leiter der Schwestergesellschaft Stöhlker & Partner GmbH, Berlin, vervollständigt. Die Leitung der Berliner Agentur übernimmt Thomas Knollmann, der bereits seit August 2004 im Unternehmen tätig ist. Klaus J. Stöhlker bleibt Delegierter des Verwaltungsrates und ist auch weiterhin als Berater im Unternehmen aktiv.

02: Das Magazin "PR Report" hat die Shortlist für die **PR Report Awards 2006** veröffentlicht. Mit dem Branchenpreis werden seit 2003 in jedem Frühjahr die besten Kampagnen und Projekte sowie die erfolgreichsten Personen und Teams der PR-Wirtschaft ausgezeichnet. In diesem Jahr hatte die Jury mehr Einreichungen zu bewerten als je zuvor. Die 22 Kommunikationsexperten aus Unternehmen, Agenturen und Dienstleistungsfirmen wählten aus insgesamt 300 Bewerbungen rund 60 auf die

Shortlist. Diese kann unter www.prreport.de (Rubrik "Events") eingesehen werden.

03: Die höchste Auszeichnung für Public Relations im deutschsprachigen Raum: **DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft**, Bonn und **F.A.Z.-Institut** schreiben den "**Deutschen PR-Preis 2006**" aus. Und sucht preiswürdig sind exzellent umgesetzte PR-Konzepte und strategisch angelegte Kommunikationsprozesse sowie vorbildliche Public Relations. Kommunikationswissenschaftler Peter Szyszka, Institut für Angewandte Medienwissenschaft der Zürcher Hochschule Winterthur, Zürich/Schweiz ist neuer Juryvorsitzender. Der inkom. Grand Prix des Bereichs Mitarbeiterkommunikation wird erstmals in den Deutschen PR-Preis integriert. Ab sofort sind die Ausschreibungsunterlagen zum "Deutschen PR-Preis 2006" bei der DPRG-Geschäftsstelle und dem F.A.Z.-Institut unter www.dprg.de oder www.faz-institut.de abrufbar. Das F.A.Z.-Institut, die Frankfurter Allgemeine Zeitung und PRIME Research international loben zum fünften Mal den "**Deutschen Image Award 2006**" für das beste Medienimage eines Konzern-Vorstandes im Rahmen des Deutschen PR-Preises aus.

04: "Dementia Debunked" Kampagne macht **Dentsu PR** zum ersten japanischen Eintrag in der Gewinnerliste dieser ehrenvollen Auszeichnung in neuen Jahren. Dentsu Public Relations, Inc.(Dentsu PR) hat die für das Unternehmen erste **Grand Prix Auszeichnung** für Exzellenz in Public Relations gewonnen. Dieser Preis wird vergeben von der International Public Relations Association (**IPRA**), der früheren Association for International Public Relations Professionals.

05: Die Ausschreibung für den zweiten **Swiss Award Corporate Communications** - Best Practice läuft jetzt an. Der Schweizer Preis für integrierte Unternehmenskommunikation zeichnet kreativ integrierte Kommunikationsleistungen von Agenturen, Unternehmen aus, auch von KMU sowie von anderen Organisationen, Institutionen und öffentlichen Verwaltungen. Anmeldungen bis 31. Mai 2006 an: mail@award-corporate-communications.ch.

06: Die Münchner Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation **PR-COM** hat die PR-Agentur **BRANDmacher gegründet**. Damit soll die originäre PR-COM-Positionierung, nämlich die Konzentration auf IT- und

Telekommunikationsmärkte, wieder deutlich gemacht werden. Darüber hinaus ist die PR-Betreuung von High-tech- und Lifestyle-orientierten Unternehmen grundverschieden; dies wird PR-COM in den zwei getrennten Organisationen abbilden.

07: **PSM&W hat das Geschäftsjahr 2005 erfolgreich abgeschlossen** und wächst damit im zweiten Jahr in Folge zweistellig. So konnte die Frankfurter Kommunikations-Agentur ihren Honorarumsatz auf 2,7 Millionen Euro steigern. Das inzwischen auf 32 Mitarbeiter angewachsene Team (2004: 28 Mitarbeiter) erwirtschaftete damit ein Wachstum im Cross Income von rund 19 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig erhöhte sich der Umsatz um 24 Prozent auf 3,8 Millionen Euro.

08: Die Wiesbadener **Kommunikationsagentur Accente** und die Frankfurter **Mediaagentur selektiv media** haben eine strategische Partnerschaft zur Betreuung nationaler und internationaler Kunden geschlossen. Während Accente Communication alle Kommunikationsmaßnahmen von Strategie über PR bis Kreation übernimmt, deckt selektiv media die strategische Mediaplanung und -abwicklung ab.

09: **Weber Shandwick (GPRA)** hat in Deutschland die neue Unit „Digital Lifestyle“ gegründet. Damit bietet die internationale Public Relations-Agentur Unternehmen der Consumer Electronics- und Internet-Branche ein spezielles Instrumentarium für die kommunikativen Herausforderungen des neuen digitalen Lebensstils. Mit der Gründung bündelt und erweitert Weber Shandwick seine Brand/Consumer und Technology Expertise.

Medien

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

01: Der Mittelstand will sich in den Medien präsentieren, Medien suchen Stories aus Unternehmen - dies waren die Gründe für Martin Buttenmüller, München die Zeitschrift "**medien & mittelstand**" neu herauszugeben. Weitere Infos zur Präsentation und Vermittlung: www.medien-mittelstand.de.

02: Das **Fachmagazin "pressesprecher"** aus dem Berliner Verlag Helios Media startet eine **Serie zur**

Kommunikation im Mittelstand. Es gibt konkrete Fallbeispiele. Mehr dazu siehe unter www.pressesprecher.com.

03: Der Intendant der **Deutschen Welle**, Bonn/Berlin, Erik Bettermann, begrüßte den für den deutschen Auslandssender geplanten Etatzuwachs in den aktuellen Haushaltsplanungen. Statt Kürzungen nach vielen Jahren wieder **mehr Geld** für die Informationen über Deutschland im Ausland.

04: Das Bundeswirtschaftsministerium, Berlin hat den Wettbewerb um den **Deutschen Wirtschaftsfilmpreis 2006** gestartet. Er wird am 29. November in Ludwigsburg zum 39. Mal verliehen. Der Preis dient der Förderung deutscher Kurzfilme, die sich mit Themen der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft in Deutschland beschäftigen. Infos: www.wirtschaftsfilmpreis.de.

05: Das **RAG-Magazin** hat bei den amerikanischen Mercury Excellence Awards in der Kategorie "Kundenmagazine" eine **Auszeichnung in Gold** gewonnen. Die verlegerische Betreuung des B2B-Magazins des Essener RAG-Konzerns liegt bei Hoffmann und Campe Corporate Publishing in Hamburg.

06: Bei den **LeadAwards 2006** hat die neue Gruner+Jahr-Zeitschrift "Park Avenue" den höchstbewerteten Neueinstieg geschafft: Platz 8 von 100 der besten deutschen Zeitschriften. Unangefochten an der Spitze: der "Spiegel", gleich dahinter "brand eins" - um einen Platz verbessert. Die meisten Plätze gut gemacht hat die von der Milchstrasse zu Burda in München gewechselte Frauenzeitschrift "Amica" - von Rang 95 auf 39.

Service + Tipps

Ratenkredite: Böses Spiel der Banken

Hohe Zinsen, teure Versicherungen, unerwünschte Schufa-Abfragen: Bei vielen Banken verkommt die Kreditvergabe zum Glückspiel. Ein Beratungstest bei 19 Banken zeigt, welche Banken ihre Kreditnehmer seriös behandeln. Viele Berater legen einem Test der

Zeitschrift "FINANZtest" zufolge die Konditionen für einen Konsumentenkredit willkürlich fest und versuchen ihren Kunden teure Versicherungen anzudrehen. Sieben Bankangestellte - zwei von der CC-Bank und der Creditplus Bank und je einer von der ABC-Privatkundenbank, der Citibank und der Hamburger Bank - holten zudem ohne Einwilligung des Kunden eine Schufaauskunft ein. Das ist nicht erlaubt und kann dem Kunden sogar schaden.

Lediglich die BHW-Bank, die Postbank, die Frankfurter Sparkasse und die Hamburger Bank boten den Testern in allen Filialen den gleichen Effektivzins an. Der Effektivzins ist der Zinssatz, in dem Gebühren und andere Kosten mit eingerechnet sind. An ihm orientieren sich Kunden, wenn sie Angebote vergleichen.

Effektivzins führt oft in die Irre - Teure Versicherungen heben den Zinssatz - Heimliche Schufaabfrage, siehe hierzu interessante Artikel in Spiegel.online und Finanztest.

EU-Bericht: Gleiche Arbeit, ein Viertel weniger Geld

Entgegen dem europäischen Trend hat sich der Abstand zwischen dem Verdienst von Frauen und Männern in Deutschland weiter vergrößert. Nach der von der EU-Kommission veröffentlichten Neuauflage des Gleichstellungsberichts verdienen Männer in Deutschland im Jahr 2004 im Durchschnitt etwa 23 Prozent mehr als Frauen. Fünf Jahre zuvor hatte dieser Abstand noch knapp unter 20 Prozent gelegen. Im EU-Mittel ging dagegen in der gleichen Zeit der Verdienstvorsprung der Männer um einen Prozentpunkt auf 15 Prozent zurück.

Der Kampf gegen die geschlechtsspezifischen Unterschiede gestalte sich "zäh", kommentierte die Kommission die neuen Zahlen. Mit 55,7 Prozent liege die Beschäftigungsquote der Frauen in der EU um 15 Punkte niedriger als bei den Männern. Der Frauenanteil im Management betrage nur 32 Prozent, im Kreis der Vorstandsmitglieder zehn Prozent, unter den Vorstandschefs größerer Unternehmen sogar nur drei Prozent.

Service compact (9) (9.KW-06)

01: **Voice over IP (VoIP)** hat den Sprung vom Nischendasein zur Massenapplication geschafft.

Jedes vierte Unternehmen telefoniert bereits online. Dies haben Dienstleister Accenture und die GfK ermittelt. Große und kleine Unternehmen nutzen die Vorteile, dagegen verhalten sich Mittelständler stur und planen keine Umstellung (43 %) zur Senkung der Telekomkosten.

02: Bereits **62 Prozent der Haushalte surfen in Deutschland im Internet** - lt. Statistischem Bundesamt liegt Deutschland damit über dem Europadurchschnitt von 53 Prozent. Bei den Breitbandanschlüssen liegt Deutschland allerdings mit 23 Prozent unter dem Europaschnitt von (25 %) (hallo Regulierungsbehörde!). Die IT- und Telekombranche trug mit 6,8 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei - knapp zwei Prozent mehr als noch vor zehn Jahren. Beschäftigt werden rund 1,3 Millionen Menschen - 300.000 mehr als 1995.

03: Der **Konsumklimaindex** der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung GfK stieg von 4,6 auf 4,8. Der **Ifo-Geschäftsklimaindex** ist ebenfalls weiter auf dem Weg nach oben: im Februar stieg er von 1201,8 auf nunmehr 103,3.

04: Der Durchschnittsarbeitnehmer **verdiente 2005 im Jahr 26.425 Euro** (plus 0,4 % - zum Vergleich: die Lebenshaltungskosten stiegen um zwei Prozent!!). Lt. Statistischem Bundesamt bremsen vor allem Ein-Euro-Jobs den Lohnanstieg.

05: Weitere auch für PR-Menschen interessante Zahlen des Wiesbadener Statistischen Bundesamtes: im Februar stiegen die **Verbraucherpreise** um 2,1 Prozent gegenüber dem Vergleichs-Vergleichsmonat.- Die **Schulden aller öffentlichen Haushalte** sind 2005 um knapp vier Prozent gestiegen - auf 447,3 Milliarden Euro.- Die **Schülerzahlen** an den allgemeinbildenden Schulen sind weiter gesunken - auf rund 9,5 Millionen (118.900 = 1,2 % weniger).- 2005 gab es mit 5.362 **tödlichen Verkehrsunfällen** die geringste Zahl seit über 50 Jahren. Insgesamt hat die Polizei 2,25 Millionen Unfälle auf.

06: **Junge Leute in Europa verbringen im Durchschnitt 18 Prozent der Woche im Internet.** Das ist das Ergebnis der von MSN in Auftrag gegebenen Feldstudie "Europas Jugend online". Die Studie bietet Markenartikelherstellern und Werbetreibenden interessante Einblicke in das Kommunikationsverhalten junger Europäer

und enthält Informationen darüber, für welche Art von Werbung diese Zielgruppe besonders empfänglich ist. Zudem wird die Einstellung junger Menschen gegenüber Online-Werbung beleuchtet.

07: Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung IAB hat 16.000 Betriebe befragt und festgestellt: **nur jede vierte Führungskraft in der Wirtschaft ist eine Frau.** Noch schlimmer sieht es bei Großbetrieben über 500 Beschäftigten aus: hier liegt der Frauenanteil bei nur vier Prozent. In der zweiten Führungsebene liegt der Anteil bereits bei mehr als 40 Prozent. Grund u.a.: die Frauen bekommen Kinder und scheiden damit als Karrierekonkurrenten für die Männer aus.

08: RyllRelations in Mönchengladbach hat einen **Infospot "Marketing meets PR"** produziert und informiert damit anschaulich über PR. Infos: www.ryllrelations.de.

09: ofischer communications, Köln gibt geldwerte Tipps zur **Optimierung von Websites** und zum erfolgreichen Suchmaschinenmarketing. Es geht u.a. um Keywords und Verlinkungen. Infos: www.ofischer.com.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Termine compact (7) (9.KW-05)

01: Am 4. Mai veranstaltet der Europa-Fachpresseverlag (w&v, Kontakter, media&marketing u.a.m.) den **Deutschen Werbekongress dwk 2006** in München. Thema: "Erfolgsfaktor Mut - Neue Perspektiven für Marken und Medien". Infos: www.dwk2006.de.

02: Die AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts. veranstaltet vom 24. bis 28. April in Boppard ihr **Intensivseminar "PR für Sekretariat und Assistenz"**. Infos: www.afk-online.com.

03: Das dritte **Convento-Forum** für PR- und IR-Fachleute findet am 27. April in Düsseldorf statt (u.a. mit einem Vortrag von Joachim Klewes über "**Neue Entwicklungen in der Unternehmenskommunikation**"). Veranstalter ist maassen+partner, Neuss. Infos: www.convento.de.

04: Der nächste **DAPR-Praxisworkshop** befasst sich am 1. + 2. April in Frankfurt am Main mit dem Thema "**Einführung in das Berufsfeld der PR und Grundlagen der Pressearbeit**". Infos: www.dapr.de.

05: Das **Wirtschaftsforum Schwaben** lädt am 9. März in Augsburg zum Themanabend "**Strategie und Programm zur Wertsteigerung**" ein. Referent ist Paul Maisberger, München. Infos: www.maisberger.de/aktuelles.

06: Der **Kongress der Deutschen Fachpresse 2006** findet am 30. + 31. Mai in Wiesbaden statt. Thema: "Von der Print- zur Medienmarke". Infos: www.deutsche-fachpresse.de.

07: "**Kreativität in Projekten - Ideen, die verkaufen**" heißt der nächste media workshop von news aktuell am 6.+ 7. März in Hamburg. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... das Verständnis von sozialer Gerechtigkeit



Guten Tag! Die DDR hat im wiedervereinigten Deutschland gesiegt. Ihre Wertvorstellungen, die zum Ruin der DDR geführt haben, sind zum großen Teil Leitbilder für die gegenwärtige Politik der Bundesrepublik geworden.

Wirtschaftsliberalismus, der die Handlungsfreiheit des Einzelnen in den Vordergrund stellt, wird von der CDU/CSU-SPD-Koalition ersetzt durch eine nebulöse Philosophie von sozialer Gerechtigkeit, bei der die Umverteilung und Gängelung des Bürgers Vorrang haben. Die Bevölkerung spürt das. 50 Prozent stimmen der Kritik zu, daß das deutsche Verständnis von sozialer Gerechtigkeit zur Entmündigung der Bevölkerung führt, statt sie zu stärken. 41 Prozent halten auch die Kritik für berechtigt, daß die deutsche Interpretation von sozialer Gerechtigkeit zu Gleichmacherei führt und die Leistungsbereitschaft untergräbt (Institut für Demoskopie Allensbach in FAZ 22.604.11).
Zum vollständigen Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer&Salz&Senf

Capitale Impulse: Grob falsch ignoriert

Ein notwendiger Nachklang zur Diskussion der letzten Woche – auch in den Kommentaren zu unserer vermuteten Empfehlung pro geistigem Diebstahl durch das Wirtschaftsmagazin „impulse“. Zunächst aber Gratulation an Carsten Prudent zur Beförderung zum stellvertretenden Chefredakteur bei „Capital“ (siehe Personalien). Vielleicht hat er deshalb keine Zeit gehabt, meine Mail vom 21. Februar zu beantworten, mit der ich ihm einen Telefondialog zu seinem Kommentar „Grob falsch interpretiert angeboten“ habe.

Ich schrieb: „Schon mal vorab: sorry für die falsche Zeitzuordnung für Ihren Chefredakteur, ist korrigiert (geht online ja schnell). Macht die Sache aber auch nicht besser, wenn er länger dabei ist - einem "Neuling" hätte ich's ja noch nachgesehen. Zum vollständigen Artikel auf der PRJ-Homepage.

Themen der Zeit

Fernsehen, Print, Online - alles über den PR-Maßanzug



Abstract aus "Public Relations: Die besten Tricks der Medienprofis" von Hajo Neu / Jochen Breitwieser; Businessvillage-Verlag, September 2005

3. Fernsehen, Print, Online – alles über den PR-Maßanzug

„Bild und Glotze – mehr brauche ich nicht“ - Gerhard Schröder hat plastisch formuliert, was in vielen PR-Agenturen und Unternehmenspressestellen gerahmt an der Wand hängt: Präsenz im Fernsehen ist (neben der „Bild“-Zeitung, aber darüber lässt sich streiten) gleichbedeutend mit dem Olymp. TV-PR stellt für die meisten Unternehmen und Kommunikations-Berater nicht selten die größte Herausforderung dar und verspricht im Erfolgsfall den größten Ruhm. Die interessante Frage lautet folglich: Wie generiert man erfolgreich TV-Präsenz, wenn man nicht gerade Bundeskanzler oder Britney Spears ist?
Zum vollständigen Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 23 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 30 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [MMK sucht PR-Assistenten + PR-Trainees in Hamburg](#)

Titel [Agentur in München sucht PR-Assistent/in](#)

Titel [Junior-PR-Berater/in Online Marketing /eCommerce in Hamburg](#)

Titel [Consultant für Klenk & Hoursch in Frankfurt](#)

Titel [Junior Consultant für Klenk & Hoursch in Frankfurt](#)

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

Titel [PR Specialist von Agentur in Nähe Stuttgart gesucht](#)

Titel [PR-Seniorberater/-in mit Schwerpunkt Finance in München](#)

Titel [PR-Berater/in bei wbpr München](#)

Titel [Hamburger Agentur sucht PR-Assistent \(w/m\) im Bereich Marketing Communications](#)

Titel [Agentur in Stuttgart sucht ResearcherIn/WissensmanagerIn](#)

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](#)

In Unternehmen

Titel [Allen & Overy: Prägen Sie unser Image!](#)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 27. Februar 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.786 Empfänger** versandt.

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-agma.de, www.pr-anzeiger.de, www.pr-monitor.de, www.pr-nachrichten.de, www.pr-infos.de, www.pr-marktplatz.de, 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); 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
Räschle, 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

Medien in Deutschland

Auf viele Fragen ... Welche Anzeigenblätter erscheinen im Rhein-Sieg-Kreis? Wer sind die RessortleiterInnen „Außenpolitik“ bei den regionalen Tageszeitungen? Wie viele Ärzte-Zeitschriften haben über 100.000 Auflage? Welche Lokalredaktionen gibt es bei Hörfunk und TV in Nordrhein-Westfalen? Wer schreibt bei Frauenzeitschriften über Gesundheit und Medizin? Was kostet eine Anzeige bei den führenden Titeln der Motorpresse? Wie viele Wirtschaftsmagazine erscheinen in Deutschland? **gibt es eine Antwort:** Deutschlands umfangreichste Medientatenbank mit über 20.000 Medien, rund 250 Themengebieten und mehr als 100.000 Adressen: **STAMM Impressum.** Redaktionsdaten; Verlag und Verlagsleiter; Anzeigenabteilung, Auflagen und Tarife; individuelle Anpassung und Eingabe eigener Ansprechpartner; Verbreitungsgebiete regionaler Medien selektierbar; E-Mail-Versand oder Word-Serienbriefe auf Knopfdruck ...

