

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 58 / 10. Woche 2006

Seite.1

PR-Ranking 2005 wird derzeit abgefragt und ausgewertet

Mitte April 2006 soll die Auswertung des neuen PR-Rankings 2005 hier im "PR-Journal" veröffentlicht werden. Wie seit über neun Jahren erhebt PRJ-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer die neuesten Zahlen zu Honoraren, Umsatz, Mitarbeitern, Ballungszentren und Qualifikationsbereichen der PR-Agenturen in Deutschland. Bereits 43 Fragebogen liegen vor. Wer sich noch beteiligen möchte: die **Einreichungsfrist** wurde bis zum **20. März** verlängert. Den **Fragebogen** können interessierte Agenturen hier als PDF- und Word-Datei herunterladen:

www.pr-journal.de/pfeffers-pr--ranking/uebersicht.html.

Staffelübergabe bei Pleon Deutschland: Sieg wird Europa-CEO

Pleon (GPRA), Deutschlands marktführende Agentur für Public Relations und Public Affairs, wird zum 1. April ihr Top-Management verändern. **Frank Behrendt** (42) übernimmt die Position des CEO Germany und verantwortet damit den größten Einzelmarkt der europäischen Pleon-Gruppe. Behrendt folgt auf **Timo Sieg** (40), der von **Rainer Zimmermann** (49) die Position des CEO Europe übernimmt. **Alex Schoep**, bisher Pleon-President Europe, übernimmt die Rolle des Chairmans, Zimmermann berät als Seniorpartner künftig ausgewählte Kunden.

Behrendt leitete bislang als geschäftsführender Partner den Standort Düsseldorf, das mit rund 140 Mitarbeitern größte Büro der Kommunikationsagentur. "Frank Behrendt hat in den vergangenen Jahren unter Beweis gestellt, dass er unser Geschäft nachhaltig nach vorn bringen kann. Er ist ein exzellenter Kommunikationsberater, stark im New Business und zudem ein vorbildlicher Motivator der Mitarbeiter", beschreibt Timo Sieg seinen Nachfolger. Die Leitung des Standortes Düsseldorf übernimmt ab dem 1. April die Partnerin **Sabrina Hintzen** (39).

"Wer glaubt, wir werden einfach nur so weitermachen, täuscht sich. Mit unseren neun Büros in Deutschland und den besten Köpfen im Kommunikationsmarkt sind wir optimal aufgestellt, um weiter zu wachsen. Wir werden mit unserer Mannschaft, die aus erfahrenen Top-Beratern und exzellenten jungen Spezialisten besteht, auf allen Feldern angreifen", erklärt Frank Behrendt seine Motivation.

PR-Trendmonitor: Bauchgefühl vor Wissenschaft

Drei von vier PR-Fachleuten identifizieren die wichtigsten Medien für ihre Pressearbeit anhand ihrer langjährigen Erfahrung. Das haben die dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor in ihrem jüngsten PR-Trendmonitor herausgefunden. Ebenfalls häufig genutzt werden Auflage und Reichweite. Professionellere Instrumente kommen dagegen selten zum Einsatz: Mediadaten der Verlage werden nur von jedem Zweiten analysiert, wissenschaftliche Methoden wie beispielsweise Sinus-Milieus oder Soziometrie sogar nur von jedem Zehnten. Insgesamt haben im Februar 2.800 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen und PR-Agenturen an der Umfrage teilgenommen.

news aktuell und Faktenkontor fragten außerdem nach dem tatsächlichen Stellenwert von Podcasts für die PR-Wirtschaft. Derzeit ist das Bereitstellen von regelmäßigen Audio- und Videobeiträgen im Internet in der PR-Branche noch ein Minderheiten-



Thema. Fast jeder Dritte weiß nicht einmal, was Podcasting ist. Weitere 27 Prozent halten die neue Technik für ein überbewertetes Modethema. Nur 8,6 Prozent der Unternehmen und 15,4 Prozent der Agenturen haben sich bereits damit auseinandergesetzt. Neben Fragen zu Budgets und Honoraren wurde auch ermittelt, wie in diesem Jahr die meistempfohlenen PR-Agenturen und die Wunschkunden der Agenturen heißen. Das Ranking und alle Ergebnisse gibt es ab sofort unter <http://www.pr-trendmonitor.de>.

Personalien

Microsoft Deutschland verstärkt Presseteam mit Pommer, Kasper und Rudolph

Die Microsoft Deutschland GmbH verstärkt ab sofort ihr Presseteam in der Unternehmenszentrale. Microsoft intensiviert damit die Kommunikation zum gesellschaftlichen Engagement des Unternehmens in Deutschland. Neue Ansprechpartnerinnen für die Themen Corporate Citizenship und Public Affairs sind ab sofort **Katrin Pommer** und **Astrid Kasper**. Pommer (36) betreut als Pressesprecherin Corporate Citizenship die Pressearbeit für das gesellschaftliche Engagement der Microsoft Niederlassung am Standort Deutschland. Sie war zuvor als Senior-Beraterin für politische Kommunikation - zuletzt bei Burson Marsteller und wbrpr - in Berlin tätig.

Kasper (35) ist als Pressesprecherin Public Affairs für die Kommunikation des gesellschaftspolitischen Engagements verantwortlich. Sie begann 1997 in der Unternehmenskommunikation der SAP AG zunächst in der PR und arbeitete dort in den vergangenen vier Jahren als Managerin Public Affairs. **Carsten Rudolph** (42) ist seit dem 1. März neuer Projektleiter der **High-Tech-Gründerinitiative «unternimm was.» der Microsoft Deutschland**. In dieser Funktion koordiniert er die Kontakte zu regionalen Partnerinitiativen und verantwortet die inhaltliche Ausgestaltung der Förderangebote. Im Rahmen der im April 2005 gestarteten Gründerinitiative «unternimm was.» möchte Microsoft Deutschland gemeinsam mit Partnern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft junge Gründer aus der High-

Tech-Branche auf dem Weg zu einem erfolgreichen Unternehmen begleiten.

Personalien compact (24) (10.KW-06)

01: **Norbert Rüdell** (41) wechselt zum 1. April vom Frankfurter Kommunikationsfachmedium "Horizont" als stellv. Pressesprecher zur Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB) in Düsseldorf. Rüdell wird an den Leiter der VHB-Unternehmenskommunikation und -Pressestellenleiter **Christian Ickstadt** berichten (dieser war mal "Horizont"-Chefredakteur).

02: **Wolfgang Straßmeir** ist neuer Leiter der Pressestelle des Bundesverbandes der Pharmazeutischen Industrie (BPI) in Berlin. Er kommt vom Freien Verband Deutscher Zahnärzte und folgt auf **Sabine Teller**.

03: **Peter Schwark** (37) wurde Pressesprecher des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in Berlin. Er tauscht den Platz mit **Gabriele Hoffmann**, die aus gesundheitlichen Gründen jetzt seinen Job als Leiterin der Sozialpolitik des GDV macht.

04: Der **Club Berliner Wirtschaftsjournalisten** hat den Vorstand neu gewählt, Sprecher sind jetzt Dieter Grashammer und Horst Kerlikowsky. Im Vorstand ist weiterhin Dieter Jaspert.

05: **Stefan Hartwig** steigt vom GABA Deutschland-PR-Chef zum Leiter PR international auf. GABA stellt die Elmex- und Aronal-Zahnpflegeprodukte her.

06: **Ursula Snay** (37) verstärkt jetzt als Senior PR-Beraterin das Public Affairs-Team von Leipziger & Partner PR (GPRA) in Berlin. Sie arbeitete zuvor viele Jahre als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Deutschen Bundestag.

07: **Arne Delfs**, stellvertretender Sprecher des CDU-Bundeschverstandes wechselt zur Nachrichtenagentur ddp und wird Leiter des Bundesbüros Berlin und Politikchef. CDU-Sprecher **Claus Zemke** soll ins Bundespresseamt wechseln - sein Nachfolger soll **Matthias Barner** werden, stellv. Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion (meldet der Dienst "politikszene").

08: **Regine Kreitz** (37) wechselt vom Bundesverband der Deutschen Volks- und

Raiffeisenbanken zur Bundessteuerberaterkammer in Berlin und leitet dort die PR.

09: **Martina Hübschen** (32) zog vom Ruhrgebiet (ThyssenKrupp-Konzern) nach Braunschweig. Dort leitet sie die neuen Bereiche PR und Marketing der Kämmer-Bildungsgesellschaft.

10: **Sonja Wiesner** (31) hat die Leitung Public Relations der MeridianSpa (Fitness und Wellness) in Hamburg übernommen.

11: **Anja Petschauer** wurde Leiterin Marketing und PR beim IT-Unternehmen Mapsolute in Frankfurt am Main (Internetportal map24.com).

12: **Silke Hohmann** (35) arbeitet jetzt als PR-Beraterin bei rw-Konzept Agentur für Unternehmenskommunikation in München.

13: **Christian Cauers** (30) ist neuer Pressesprecher der Stadt Wolfsburg - als Nachfolger von **Stefan Voß** (40), der als Ressortleiter in die WMG Wolfsburger Marketing Gesellschaft gewechselt ist. Cauers ist bereits seit 1996 bei der Stadtverwaltung und verantwortet jetzt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die interne Kommunikation.

14: **Veronika Ertl** arbeitet als PR-Beraterin im Team von Griffiths Consulting in München. Sie kommt von der Agentur S&L MediaNetworX.

15: **Rosemarie Folle** geht als Pressesprecherin des VKU Verband kommunaler Unternehmen nach Berlin und verstärkt dort die Hauptstadtrepräsentanz. Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bleibt am Kölner Hauptsitz **Wolfgang Prangenberg**.

16: **Matthias Fritton** (40) gibt nach sieben Jahren seinen Job als Pressesprecher der bundeseigenen Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) in Frankfurt am Main auf.

17: **Marten Hayen** verstärkt als Berater das Public Affairs-Team von Hill & Knowlton Communications (GPRA) in Berlin. Er arbeitete zuvor fünf Jahre im Deutschen Bundestag bei verschiedenen Abgeordneten. Außerdem sind als neue Volontäre **Christian Simon** und **Timo Fischer** mit dabei.

18: **Kolja Platen** (33) wurde strategischer Berater bei der Frankfurter Dialogmarketing-Agentur Skadialog. Unter anderem sammelte er auch PR-Erfahrungen beim Movie Park Germany in Bottrop.

19: **Marc-Thorsten Lenze** (36) übernimmt die neu geschaffene Leitungsfunktion für Marketing & Public Relations beim EuroSpeedway Lausitz. Er war seit 2003 (und bleibt es auch) bereits Pressesprecher.

20: **Ties Kaiser** (35) ist neuer Manager Corporate Communications der Broadnet AG in Hamburg - vor allem für die Bereiche Investor und Public Relations.

21: **Lutz Meyer**, Kommunikationsberatung Dörfer/Partner, Düsseldorf und **Felix Osterheider**, Kokos, Osnabrück sind in das IPRA-Council entsandt worden (IPRA = International Public Relations Association ist der Welt-PR-Verband).

22: **Alexander Lührs** (34) ist bei Continental in Hannover zum Leiter Öffentlichkeitsarbeit aufgestiegen und hat damit die seit einem Jahr vakante Position von Rainer Strang übernommen.

23: **Uschi Mayer** (37) betreut nun die Corporate Communications Österreich bei eBay Austria in Wien. Vorgänger **Joachim M. Guentert** konzentriert sich jetzt auf eBay Schweiz.

24: Jetzt ist offiziell: **Gerd Koslowski** (38), bisher Kommunikationschef bei Kaufhof, Köln und davor bei der Bertelsmann DirectGroup in Gütersloh, übernimmt bei KarstadtQuelle, Essen in der Konzernkommunikation den Bereich Versandhandel.

- 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 (12) (10.KW-06)

01: Reiseland Georgien (Departement of Tourism and Resorts of Georgia)

an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

02:Parcside Clinic, Nürnberg

an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

03: Benq Mobile CEE, Wien

an: **Kommunikationsagentur Hohegger | Com**, Wien

04: Hamburg Blue Devils (AmericanFootball), Hamburg

an: **Eyecansee Communications**, Hamburg

05: Falk Marco Polo Interactive, Ostfildern

an: **talkabout communications** (GPRA), München

06: Meridian 10 (Fondanbieter) + MBP (Filmfinanzierungen) + Bankgesellschaft Berlin International, Berlin

an: **BrunoMedia Communication**, Köln

07: Messe Berlin (für die ITB), Berlin

an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller Pressepartner)

08: Deutscher Abbruchverband, Düsseldorf

an: **Westend. Public Relations**, Leipzig

09: Betking.com, Wien

an: **Zamcom**, Köln

10: Drei Wetter Taft, Düsseldorf

an: **Brandzeichen - Agentur für Markenkommunikation**, Düsseldorf

11: Lizenzagentur Copyright Promotions (Kika-TV-Serie "Der kleine rote Traktor"), Hamburg
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg

12: Internetportal beds4friends, Hamburg

an: **Queen Bee Communications**, Hamburg

- 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

crossrelations und sesaMedia-Kommunikation: Erfolgreich kommunizieren in China

Der Erfolg in China ist heute weniger eine Angelegenheit der Produkte, Distribution oder Logistik, sondern zunehmend eine Frage der wirkungsvollen Kommunikation vor Ort. Nach gut einem halben Jahr seit seiner Gründung hat sich das crossrelations Beijing-Office unter der Leitung von Managing Director Reinhold Kreifelts etabliert und erste Kundenprojekte erfolgreich umgesetzt. „Europäische Unternehmen genießen zwar grundsätzlich eine gute Reputation, ihre Produkte und Dienstleistungen sind aber relativ unbekannt“, beschreibt Kreifelts wesentliche Defizite. „In China ist der Kampf um die Marktanteile in vollem Gange. Gleichzeitig drängen immer mehr chinesische Firmen auf den europäischen Markt. Doch in welche Richtung es auch geht, die Unternehmen dringen in eine Kommunikationskultur ein, die sich von der eigenen grundlegend unterscheidet.“
Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Rund 15 Prozent Umsatzplus bei fischerAppelt Kommunikation

Die größte deutsche inhabergeführte Agenturgruppe fischerAppelt (GPRA) mit Hauptsitz in Hamburg erhöhte ihren Honorarumsatz im vergangenen Jahr von 13,26 Millionen Euro im Jahr 2004 auf 15,2 Millionen Euro im Jahr 2005. Der Umsatz nach Abzug der Fremdkosten wuchs demnach um rund 15 Prozent und liegt damit deutlich über dem durchschnittlichen Branchenwachstum von sechs Prozent (GPRA-Agenturen). Die Anzahl fester Mitarbeiter stieg von 144 (Dezember 2004) auf 158 (Dezember 2005). Besonders die starke Nachfrage nach integrierten Kommunikationskampagnen, die Elemente aus Public Relations, Events, Internet und innovative Werbeformen kombinieren, sorgte für den Umsatzschub. Zudem stieg die Bedeutung der klassischen Unternehmenskommunikation (Corporate Communications) und sorgte für Wachstum.

"Die Unternehmen sind nach den Radikalkuren der Vergangenheit wieder selbstbewusster geworden, wenn es um Werbung, Marketing und Kommunikation geht", kommentiert Geschäftsführer Andreas Fischer-Appelt die Agenturentwicklung. "Die Marketing-Verantwortlichen haben inzwischen die Vernetzung von Public Relations, Werbung und Events als effizienzsteigernden Impulsgeber für Marken erkannt."

Branche compact (5) (10.KW-06)

01: Ab sofort sind die Ausschreibungsunterlagen zum **Albert-Oeckl-Nachwuchspreis 2006** der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Bonn bei deren Geschäftsstelle erhältlich und als Download abrufbar (www.dprg.de). Seit 1985 werden herausragende wissenschaftliche Abschlussarbeiten zu PR-Themen prämiert. Teilnehmen kann, wer bei Einsendeschluss (30. April) nicht älter als 30 Jahre ist. Vergeben wird der Preis als Sonderauszeichnung im Rahmen der Verleihung des Deutschen PR-Preises am 8. September in Wiesbaden.

02: Die Frankfurter **PR-Agentur Klenk & Hoursch** schließt sich dem neu gegründeten **Netzwerk Firstline Europe** an. Es besteht aus unabhängigen, inhabergeführten Agenturen für

Unternehmenskommunikation und deckt im ersten Schritt Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, die Niederlande, Norwegen und Schweden ab. Firstline Europe unterstützt Unternehmen und Organisationen beim Management ihrer Stakeholder-Beziehungen.

03: Die in Berlin neu gegründete **PolitikAkademie** (als eigenständiger Anbieter unter dem Dach der depak Deutsche Presseakademie) hat soeben ihr informatives und reichhaltiges Angebot für Studiengänge und Seminare veröffentlicht (Programm April 2006 - April 2007). Neben Spezialseminaren wird eine berufsbegleitende Weiterbildung "Studium Politikmanagement" angeboten. Infos: www.politikakademie.de.

04: Zum 25. Mal wird der **GWA Effie** in diesem Jahr ausgeschrieben. In zwölf Kategorien können bis zum 3. Mai Bewerbungen beim GWA Gesamtverband Kommunikations-Agenturen in Frankfurt am Main eingereicht werden. Infos: www.gwa.de/effie.

05: Mit einer **neuen Fachgruppe** will der **Bundesverband deutscher Pressesprecher** (BdP) den zukünftigen Herausforderungen für Pressesprecher in der **Wirtschafts- und Finanzkommunikation** begegnen. Verschärfte gesetzliche Regelungen für börsennotierte Unternehmen verändern zunehmend die Pressearbeit: Was darf der Pressesprecher noch sagen, ohne sich der Verbreitung von Insiderwissen schuldig zu machen? Kleinere und mittlere Unternehmen hingegen sind zum Beispiel auf Grund der Basel II-Regelungen zu mehr und nachhaltiger Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aufgefordert. Ziel der neuen Fachgruppe ist die Definition einer zukunftsfähigen Wirtschafts- und Finanzkommunikation, die in Fachkonferenzen und Leitfäden für die Best Practice erarbeitet werden soll.

Medien

Medien compact (8) (10.KW-06)

01: Das **Interesse an Berlin** war bei Journalisten in aller Welt im vergangenen Jahr größer denn je. **1003 Medienvertreter aus 42 Ländern** seien zu Recherchezwecken in die Stadt gekommen, teilte die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) am

Montag mit. 2004 waren es den Angaben zufolge 797. "Gute Berichte und ansprechende Reportagen in Medien sind die beste Werbung", freute sich BTM-Geschäftsführer Hanns Peter Nerger.

02: Das Plenum des Deutschen Presserats hat in seiner Sitzung am 2. März 2006 den **Pressekodex** um eine spezielle **Richtlinie zur Wirtschafts- und Finanzmarktberichterstattung erweitert**. Diese Richtlinie präzisiert den Trennungsgrundsatz nach Ziffer 7 des Kodex ("...Journalisten und Verleger, die Informationen im Rahmen ihrer Berufsausübung recherchieren oder erhalten, nutzen diese Informationen vor ihrer Veröffentlichung ausschließlich für publizistische Zwecke und nicht zum eigenen persönlichen Vorteil oder zum persönlichen Vorteil anderer...").

03: **Täglich rund dreieinhalb Stunden Radio** hören die Bundesbürger im Schnitt. 80 Prozent der Deutschen schalten täglich das Radio ein, die tägliche Verweildauer liegt gar bei mehr als 4 Stunden. 94 Prozent der Bundesbürger haben in den letzten vierzehn Tagen mindestens einen Radiosender gehört und zählen damit zum weitesten Hörerkreis eines Senders. Dies zeigen die aktuellen Daten der Media-Analyse ma Radio 2006 I der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (AG.MA).

04: Der Berliner **Medienbeobachter Landau Media** erweitert ab dem 1. März sein Portfolio im Bereich der regionalen **Anzeigenblätter** und stockt die Zahl der hier recherchierten Publikationen von bisher 300 auf nunmehr 1.100 Ausgaben auf. Damit verstärkt der zu den Marktführern gehörende Anbieter von Pressespiegeln und Medienanalysen sein Angebot maßgeblich und bietet seinen Kunden eine breite Abdeckung regional verbreiteter Publikationen. Zeitgleich startet Landau Media eine neuartige **Hörfunk-Beobachtung**, mit der PR-Verantwortliche und Unternehmenssprecher die Präsenz ihres Unternehmens, ihrer Produkte, Kampagnen oder Events in 16 deutschen Radiostationen überwachen können.

05: Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (ag.ma) informiert: **Täglicher Radiokonsum der Bundesbürger liegt im Durchschnitt konstant bei fast 3,5 Stunden, 80 Prozent der Deutschen hören täglich Radio**. Nahezu jeder Bundesbürger, unabhängig von Geschlecht, Alter und Ausbildungsstand, hört Radio. 94 Prozent der Deutschen haben in den letzten vierzehn

Tagen mindestens einen Radiosender gehört und zählen damit zum Weitesten Hörerkreis eines Senders. 80 Prozent der Bundesbürger hören täglich Radio. Bei den täglichen Hörern liegt die Verweildauer bei mehr als 4 Stunden. Der durchschnittliche Radiokonsum in der Bevölkerung liegt bei 3 Stunden und 20 Minuten (Hördauer). Diese Werte sind über die letzten Jahre hinweg betrachtet stabil geblieben und belegen, dass Radio das Begleitmedium über den Tag hinweg darstellt. Dies bestätigt auch der große Anteil an täglichen Nutzern von 84,3 Prozent unter den Berufstätigen, die mit durchschnittlich 237 Minuten am meisten Radio hören.

06: Jugendliche besitzen und nutzen ein ganzes Arsenal an unterschiedlichen Medien. Dabei hat der Anteil der regelmäßigen Internetnutzer 2005 noch einmal zugenommen. 70 Prozent der jugendlichen Internetnutzer sind täglich oder mehrmals pro Woche im Netz. Auch das Chatten steht hoch im Kurs. Etwa die Hälfte der Jugendlichen nutzt bereits diese direkte Kommunikation im Internet. Das sind Ergebnisse der **Studie "Jugend, Information, (Multi-)Media" (JIM) 2005** des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), Stuttgart.

07: Die **Fernsehnutzer-Quoten** vom Februar 2006 - incl. Olympia (Gesamtpublikum **ab 3 Jahre**): 1. ARD (15,4 %); 2. ZDF (14,4 %); 3. RTL (12,3 %), 4. Sat.1 (10,0 %); 5. ProSieben (5,9 %), 6. Vox (4,3 %).

08: Toyota und die Kampagne "Aygo - kleines Auto mit großer Wirkung" wurde am 2. März von der Jury des **Deutschen Mediapreises 2006** zum Sieger in der Kategorie "Beste Media-Strategie" erklärt. Der bedeutende Mediaforscher Michael Walther ist zur Media-Persönlichkeit des Jahres gekürt worden. In der Kategorie "Beste Media-Idee" setzte sich gegen die Konkurrenten die Schuhhaus-Kette Görtz durch.

Service + Tipps

Neuer politikerscreen-Service: Update Gesetzgebung

Das führende Fachportal für Politik in Deutschland, politikerscreen.de, hat sein Online-Angebot in Kooperation mit der führenden Wirtschaftssozietät

Freshfields Bruckhaus Deringer um einen Info-Service zum Stand wichtiger Gesetzgebungsprojekte erweitert. Das neue Angebot unter dem Titel „Update: Gesetzgebung“ ist ab sofort online unter der Adresse www.politikerscreen.de/update-gesetzgebung frei zugänglich. Die Rubrik bietet künftig eine zentrale Anlaufstelle für alle Nutzer, die sich über die rechtlichen Auswirkungen sowie den Stand der politischen Debatte von Gesetzesprojekten informieren wollen. Freshfields Bruckhaus Deringer nimmt exklusiv eine rechtlich-politische Einordnung des jeweiligen Gesetzgebungsprojekts vor.

Service compact (10) (10.KW-06)

01: **Online-Sicherheit** für jedermann verspricht das neue **Infoportal Bürger-CERT**. Das Portal liefert kostenlose Informationen über Viren, Würmer und Sicherheitslücken in Computerprogrammen. Das gemeinsame Projekt des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik BSI und der Deutschen Gesellschaft für IT-Sicherheit Mcert startete am 2. März. Das Angebot richtet sich vor allem an private Anwender und kleine Firmen. Aktuelle Vireninfos und Warnungen können auch per Newsletter abonniert werden. [Zur vollständigen Meldung der Stiftung Warentest.](#)

02: **Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern** / Telepolis-Buch: "Die heimliche Medienrevolution". Im erweiterten und aktualisierten Telepolis-Band beschreibt Autor Erik Möller den wachsenden Einfluss des Internets auf die Mediengesellschaft. Dabei untersucht er neue Medienformen, die auf Basis freier Software entstehen. Das 247 Seiten starke Buch kostet 19,00 Euro (ISBN 3-936931-36-4). Erst übertrieben, dann belächelt - das revolutionäre Potenzial des Internets nimmt Konturen an: Millionen von Weblogs ergänzen die klassische Medienlandschaft um unabhängige Stimmen. Erste Experimente mit cleveren Finanzierungsmodellen zeigen, dass auf dieser Basis auch echter Journalismus möglich ist. Tausende von Freiwilligen arbeiten an offenen Wissensdatenbanken wie der gigantischen Enzyklopädie Wikipedia. Eine Konvergenz von Wikis und Weblogs zeichnet sich ab.

03: Eine Frau wird aufgefordert ein Abendessen zu verlassen, weil die männlichen Kollegen in

einem New Yorker Strip-Club weiterfeiern wollen. Eine Kollegin wird "Pamela Anderson der Handelsabteilung" genannt. Wegen solcher und ähnlicher **Diskriminierungen** verklagen in den USA sechs **weibliche Angestellte die Dresdner Bank** auf 1,4 Milliarden Dollar Schadensersatz.

04: **DJV-Homepage informiert über freie Journalisten**: „Freie zwischen Mythos und Wirklichkeit“ heißt das neue Thema auf der Startseite der DJV-Homepage www.djv.de. Das Bild, das sich Berufseinsteiger, fest angestellte Redakteure und Mediennutzer von den Freien machen, ist vielschichtig. Für die einen sind die Freien billige Informationssklaven, für die anderen freie Unternehmer mit einem Höchstmaß an Selbstbestimmung. Doch wie sieht die Wirklichkeit aus? Wie arbeiten sie, auf was müssen sie im Berufsalltag achten? Antworten bieten die Beiträge zum Thema auf der DJV-Homepage.

05: Und wieder eine neue Internetadresse, wo man **kostenlos Pressemeldungen veröffentlichen** kann: Hossam Abdel-Kader, Geschäftsführer von Selfoptimizer, Wien hat www.live-pr.com gestartet.

06: Das **Aktionsbündnis von Urhebern und Verlegern zur Kopiervergütung** hat sich am 28. Februar mit einem Brief an Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) gewandt, um gegen den Referentenentwurf für ein novelliertes Urheberrecht zu protestieren. In dem Schreiben kritisiert das aus 15 Organisationen bestehende Aktionsbündnis, dass die Regelungen des neuen Referentenentwurfs zu Lasten der Urheber und ihrer Verleger nochmals verschlechtert wurden. Die vorgesehenen Vergütungen für private Kopien seien nicht angemessen: Kopieren muss sich auch für Urheber lohnen.

07: Nach einer Studie des Instituts für Wirtschaft, Arbeit und Kultur (IWAK), die von der **Bundesagentur für Arbeit** selbst in Auftrag gegebenen wurde, steht ein großer Teil der in der Statistik **als "offen" geführten Stellen überhaupt nicht mehr zur Verfügung**. So waren 43 Prozent aller Stellen, die bis zu einem halben Jahr als offen registriert waren, mittlerweile nicht mehr verfügbar. Bei den seit einem Jahr als offen registrierten Stellen lag der Anteil der 'Karteileichen' sogar bei mehr als 80 Prozent.

08: **Bundesverfassungsgericht** erleichtert die Beschlagnahme von sensiblen Daten. Handys und Computer können dem Urteil zufolge aber trotzdem nicht ohne weiteres beschlagnahmt werden. Das

Bundesverfassungsgericht hat entschieden, dass das **Fernmeldegeheimnis für E-Mails nicht gilt**. Die Beschlagnahme von E-Mails sei zulässig, entschieden die Richter am 2. März - zumindest unter bestimmten Umständen. Demnach unterliegen Mails, SMS und andere Daten nicht mehr dem Fernmeldegeheimnis, sobald sie beim Empfänger eingegangen sind und der Übertragungsvorgang beendet ist. Die Beschlagnahme der Daten bei einer Durchsuchungsaktion muss allerdings verhältnismäßig sein und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung wahren.

09: "**Allein erfolgreich – Die Einzelkämpfermarke: Marketing für beratende Berufe**" von Giso Weyand ist im März im Göttinger BusinessVillage-Verlag erschienen. Immer wieder begegnen uns Berater und Trainer, die es „geschafft haben“. Von den Medien zitiert, als Experte geschätzt und als Star gefeiert haben diese „Menschenmarken“ den Olymp erreicht. Was ist aber das Geheimnis dieses Erfolges, wie kann man der Beliebigkeit enttrinnen? (ISBN: 3-938358-22-X, Preis: 21,80 €)

10: Die neuesten Zahlen vom **Statistischen Bundesamt** in Wiesbaden:

- **Mobiltelefonieren** ist im Februar 2006 gegenüber dem Vergleichs-Vorjahresmonat um elf Prozent günstiger geworden. Der Preisindex für Kommunikationsleistungen insgesamt lag um 2,9 Prozent niedriger.
- Der **Einzelhandelsumsatz** hat sich von Januar zu Januar um 1,7 Prozent erhöht.
- 2005 gab es im Vergleich zu 2004 insgesamt sechs Prozent weniger **Unternehmensinsolvenzen**. Die Amtsgerichte meldeten noch 36.843 Insolvenzen. Bei den **Verbraucherinsolvenzen** gab es allerdings eine kräftige Zunahme um 40,3 Prozent auf nunmehr 68.898 zahlungsunfähige Personen.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Drei interessante PR-Tagungen - zur nochmaligen Information

In nächster Zeit gibt es drei wichtige, interessante Tagungen/Seminare für PR-Schaffende und

andere Kommunikationsmenschen. Deshalb sei hier ein erneuter Hinweis erlaubt. Weitere Informationen unter den angegebenen Links.

- am 15. März in Stuttgart: **Praxisseminar** der **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft zusammen mit der Stuttgarter Börse zum Thema "**Die neuen Pflichten in der Unternehmensberichterstattung** - Fallen und Tücken". Infos: www.dprg.de.

- am 17. März in Lingen/Ems (Fachhochschule Osnabrück): 3. **Niedersächsisches PR-Forum 06** zum Thema "**PR für Mittelstand und Standort** - Märkte, Meinungen, Möglichkeiten". Infos: www.prforum2006.de.

- am 7. + 8. April in Ilmenau (Technische Universität): **erster studentischer Kongress zum Thema Krisenkommunikation**. Neben Schirmherr Hans-Olaf Henkel sprechen krisenerprobte Experten (u.a. Sabine Leidig/Attac, Thomas Mickleit/VW, Christiane Kohl/SZ, Dieter Herbst/Berlin + St. Gallen). Infos: www.krisenkommunikationskongress.de.

Weiter in der Erfolgsspur: "Was sind unsere Werte wert?"

2. Süddeutsches Kommunikations-Forum, 22. Februar 2006, Haus der Wirtschaft, Stuttgart: Die Stuttgarter Kulturbürgermeisterin Susanne Eisenmann würdigte die Arbeit des jungen Teams "Wortfreunde" um die Veranstalter Udo Sanne und Christoph Fasel zu Recht als markante Weiterentwicklung des Medienstandorts Stuttgart. Erst im Vorjahr mit der Themenstellung "Vertrauen" mit großem Erfolg gestartet, wurde auch diesmal die Diskussion über "Werte" für über 300 Teilnehmer inhaltlich und als Anziehungspunkt für Journalisten, Medienexperten, PR- und Marketing-Experten und vor allem den Nachwuchs aus ganz Deutschland zu einem nachhaltigen Ereignis. Provokativ, differenziert und amüsant boten die Ausführungen zum Thema die ganze Breite von gängigen gegenseitigen Vorurteilen, kreativen Ideen und Analysen. So hatten die Teilnehmer genügend konkreten Gesprächsstoff zur Neujustierung ihres Eigen- und Fremdbildes.

In den Diskussionen und Workshops sprachen Chefredakteure wie Hans Werner Kilz (Süddeutsche Zeitung), Bascha Mika (taz) und

Alexander von Schönburg (Park Avenue) mit Politikern wie Dr. Heiner Geißler und Ute Vogt und Thomas Strobl, mit Werbern wie Prof. Sebastian Turner (Scholz & Friends) und Lars-Christian Cords (fischerAppelt Kommunikation) über Werte zwischen Qualität und Markt. Weitere Teilnehmer waren Unternehmensvertreter wie Motorpresse-Geschäftsführer Dr. Friedrich Wehrle, Forsa-Geschäftsführer Prof. Manfred Güllner und Dr. Hans-Peter Ketterl, Leiter Werbung bei BMW.

Die Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisthesen sowie weitere Informationen unter <http://www.kommforum-Stuttgart.de>. Veranstalter des 2. Süddeutschen Kommunikations-Forums waren die Stuttgarter Agentur WortFreunde, der kress verlag aus Heidelberg und das Institut für Verbraucherjournalismus mit Sitz in Stuttgart und Calw. Das 3. Süddeutsche Kommunikations-Forum mit dem Thema "Gefühle. Die Rolle der Emotion in der Kommunikation" ist für März 2007 geplant. *Wolfgang Reineke, Heidelberg*

Termine compact (11) (10.KW-06)

01: Die **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft lädt zum **2. Fachtag Kommunikations-Controlling** am 9. Mai nach Wiesbaden ein. Das Schwerpunktthema ist "Kennzahlen zur Steuerung der Unternehmenskommunikation". Infos: www.convento.de/fachtag.

02: Das Schweizerische PR-Institut **SPRI** hat die nächsten Termine seines Intensiv-Praxisseminars "**Schreibwerkstatt** - Der Weg zur verbesserten Schreibtechnik" veröffentlicht: 28. April, 29. April, 16. August und 30. September. Infos: www.spri.ch/schreibwerkstatt.

03: Die gemeinsame Seminarreihe von der Münsteraner Bildungsinstitute com+plus und PR² startet am 28. April in Köln zum Thema "**Existenzgründung in der PR-Branche**". Weitere Themen und Termine hier: www.complus-network.de.

04: **depak** Deutsche Presseakademie, Berlin bietet ein besonderes **Seminar** an: "**PR kreuzt sich mit Comedy**" (mit Kabarettist Chin Meyer und Kommunikatstrainerin Christine Knauf) - am 30. und 31. März in Berlin. Infos: www.depak.de.

05: Am 30. April startet der **30. PR+plus-Kurs** mit Reinhold Fuhrberg als Dozent. Das Blended Learning-Konzept des **Fernstudiums** umfasst 18 Studienbriefe, fünf Workshops und eine E-Learning-Plattform. Infos: www.prplus.de.

06: **Wiegand & Wiegand Media Services** veranstaltet am 20. + 21. April in Hamburg ein **Sonderseminar "Talk & Training"** (professionelle Radio-Interviews und TV-Auftritte trainieren und Redaktionsbesuche). Infos: www.wiegandmedia.de.

07: Die dpa-Tochter news aktuell hat nach dem Beschluß zur Rechtschreibreform schnell reagiert und bietet ab 8. Mai an fünf Orten und Terminen den **media workshop "Neue deutsche Rechtschreibung** - Sicherheit und Durchblick" an. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

08: **Publicis Berlin** veranstaltet vom 15. bis 17. Juni in Düsseldorf ein Fachforum und Kompaktseminar zum Thema "**Marketing und Vertrieb für Industrie- und Investgüter**". Infos: www.iir.de/b2b-marketing.

09: Am 13. März bietet die **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft in Frankfurt am Main einen **Best-Practice-Workshop** an - zur Unterstützung von Einreichungen für den **Deutschen PR-Preis 2006**. Infos: www.dprg.de.

10: Bei **COP - Coaching, Organisation & PR** (Birgitt E. Morrien), Köln gibt es neuen Seminarplan für diverse Coaching-Seminare. Infos: www.cop-morrien.de.

11: Die Kölner ofischer academy geht **alternative Wege im richtigen Umgang mit Stress** und Blockaden. Infos: www.ofischer-academy.com.

Kommentare

Der PRR-Kommentar: "Von der Rolle"

PRREPORT In der beliebten Reihe „Debatten, die immer wieder kommen und gehen“ lesen Sie heute: Dürfen Journalisten PR machen? Nein, hat die Journalistenvereinigung netzwerk recherche (nr), nicht zum ersten Mal, proklamiert. Manchmal doch, hat der Presserat entgegnet: „Fasst man die Regel so eng, kommt das einem Berufsverbot für freie

Journalisten sehr nahe“, so Presserats-Sprecherin Ilka Desgranges. Was denn nun? [Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.](#)

Pfeffer&Salz&Senf

Salz: Diese Kolumne fällt diesmal aus

2. März 2006: Eine gar nicht böse Bursche über verwundbare Werbung wollte ich schreiben. Über dieses grausliche Getöse im deutschen Rundfunk und Fernsehen wollte ich spötteln, mit dem sich einige Hersteller und Händler der FIFA-WM bemächtigt haben. 100 Tage soll das nun noch gehen, und schon heute will ich das **Toooooooooooooooooooooorgescrei** vor jeder Nachrichtensendung nicht mehr hören. Dankbar registriere ich den Spot, in dem Mallorca und Ibiza die WM wohl unter sich ausmachen – als dann relativ ruhige Destinationen für WM-Flüchtlinge.

Mein Spott nun fällt aus, denn der würde billig klingen nach dem Fiasko von Florenz am 1. März. Nach diesem Auftritt „unseres“ Hühnerhaufens fällt mir nur noch ein: Vogelgrippe im neuen Trikot? Einstellung sofort, weil's an der Einstellung hapert? **Den Klinsmännern an den Stammtischen werden die Themen nicht ausgehen.** Mir bleibt die Verblüffung, mit welchem hohem finanziellen Einsatz und verwegendem Eifer sich nationale Werbung auf ein global gesendetes Ereignis stürzt, dessen Ausstrahlungskraft hierzulande, nach ein paar Gegentoren zuviel, von heute auf morgen kollabieren kann. Wenn sich die Deutschen demnächst in Massen mit Grausen vom grünen Rasen abwenden, sehen und hören sie auch die Sponsorenwerbung nicht mehr.

Schade um die Millionen, die in der Public Relations-Branche wohl besser angelegt gewesen wären.
Mathias Scheben, Andernach

Rezensionen

Knödler: Public Relations und Wirtschaftsjournalismus

Rezension von Ines Hennig, Account Director bei GolinHarris in Frankfurt.

Mit freundlicher Unterstützung von [PR+plus Fernstudium Public Relations](#), Heidelberg

Der Titel klingt viel versprechend. Die Erwartungen an das Buch sind hoch. Das Verhältnis von Wirtschaftsjournalisten (den vielleicht ehrbarsten der schreibenden Zunft) zu Pressesprechern, ist ein vielfach diskutiertes heißes Eisen. Ziel dieser Forschungsarbeit ist es, relevante Erfolgs- und Misserfolgskriterien bei der Arbeit von Wirtschaftsjournalisten und Pressesprechern miteinander zu eruieren. Der Autor wendet die so genannte Delphi-Methode an. Diese besteht in der Befragung von Experten und findet hier in drei Runden statt. Knödler beschreibt ausführlich die Vor- und Nachteile dieser Methode. Für die Befragung wählt er auf der einen Seite neun Herren, die Pressesprecher namhafter deutscher Unternehmen sind. Auf der anderen Seite stehen neun Journalisten, die für auflagenstarke Wirtschaftspublikationen arbeiten, Rede und Antwort. Zielgruppe dieses Buches sind Studenten und Lehrkräfte der Kommunikations- und Medienwissenschaften, PR, Journalistik und Betriebswissenschaft. Diese finden alle theoretischen Grundlagen, angefangen bei Grunig/Hunt bis hin zu Luhmann, ausführlich dargestellt.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Themen der Zeit

Integrierte Kommunikation: Fakten zur Wahrnehmung der PR in den Redaktionen

Die Wahrnehmung der PR durch Redaktionen: Trost durch Trostner

Zur Zeit ist in der Unternehmensführung ein neues Kriegsspiel angesagt: Issue (Thema) aktuell (Agenda): Übernahme der PR-Aktivitäten des

Unternehmens in die Marketing-Abteilung. Erste Frühwarnsignale aus großen Konzernen erreichen uns. Pseudo-Ergebnisse aus Pseudo-Umfragen bei geheimnisvollen "Entscheidungssträgern" und ungenügender Rücklaufrepräsentanz nerven uns mit "europäischem" Anstrich. Nun ist es im Rahmen der integrierten Kommunikation normal, wenn das Marketing Kompetenz im Rahmen von Werbung, Verkaufsförderung, Produkt- und Markenpublizität, Direktmarketing, Verkauf und anmeldet.

Wie steht es aber mit der klassischen Unternehmenskommunikation in den Bereichen Mitarbeiterkommunikation, Presse, Rundfunk, Fernsehen und anderen Medien, Lobby, Public Affairs und Krisenkommunikation? Ich behaupte, die Marketing-Experten können dies nicht wahrnehmen, weder in der Sprache noch im Rollenverständnis. Das gilt besonders in der Kommunikation an und mit Journalisten, wie wir es exemplarisch-empirisch aus der nach klassischer PR-Vorgehensweise gestalteten Redaktionsbefragung der PR-Agentur Trostner (GPRA) erfahren konnten. Von den 1301 Fragebogen an die Medien-Zielgruppen Fachzeitschriften (Architekten, Planer, Bauwirtschaft, Handwerk etc.), Publikumszeitschriften (Bauherrentitel, Illustrierte, Boulevard etc.), Tageszeitungen und Anzeigenblätter mit regelmäßig erscheinendem 'Bauen-und-Wohnen'-Teil gab es eine Rücklaufquote von 22 % (282 ausgefüllte Fragebogen). Die wichtigsten Ergebnisse in fragmentarischen Auszügen:
Den kompletten Beitrag von Wolfgang Reineke, Heidelberg

 [hier als PDF herunterladen \(31.52 KB\)](#).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 19 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 24 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [Frankfurter Agentur sucht Online-Redakteur\(in\)](#)

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

Titel [Hamburger Agentur sucht PR-Berater/-in](#)

Titel [PR-Berater/in bei Kölner Agentur](#)

Titel [Münchener Agentur sucht freie/n PR-Mitarbeiter/in](#)

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

Titel [Kaltwasser sucht erfahrenen PR-Berater \(m/w\) mit Schwerpunkt Telekommunikation](#)

Titel [PR-Junior-BeraterIn in Frankfurt gesucht](#)

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

In Unternehmen

Titel [Rödl & Partner in Nürnberg sucht Redakteur/in](#)

Titel [Textklinik GmbH \(Düsseldorf\) sucht Lektor in
Vollzeit](#)

Titel [Unternehmen in München sucht Head of PR
\(m/w\)](#)

In Medien

Titel [Kundenberater \(m/w\) bei Landau Media Berlin](#)

In Verbänden

Titel [PR-Referent/in bei Bonner Verband](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 06. März 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.799 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,
Calgary, Alberta/Kanada (frank_hupke@gmx.de);
Stefan Munko,
Berlin (munko@dprg-berlin.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 Pfannenber, Düsseldorf; Manfred
Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter
Radunski, Berlin; Jana Räschele, 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.prijournal.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.

Unterstützt von:



Die neuen Pflichten in der Unternehmensberichterstattung – Fallen und Tücken

Titel und Thema

Was Unternehmer, Kommunikationsmanager, PR-Beauftragte und Pressesprecher über die in Kraft getretenen Publizitäts- und Informationspflichten der Kapitalmärkte wissen sollten – weil es sie unmittelbar betrifft.

Börse Stuttgart, 15. März 2006, 14:00 Uhr

Die zahlreichen in den letzten Monaten in Kraft getretenen Finanzmarktgesetze haben beträchtliche Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation. Sie nicht zu kennen und nicht darüber Bescheid zu wissen kann fatale Folgen nach sich ziehen. Worauf Kommunikationsmanager und Pressesprecher in ihrer täglichen Arbeit speziell zu achten haben, vermittelt ein halbtägiges Praxisseminar am 15. März 2006 in Stuttgart.

Veranstalter ist die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG). Der enge Praxisbezug ist durch die Referenten gewährleistet:

- Prof. Dr. Alexander Bassen (Universität Hamburg)
- RA Kay Bommer (Deutscher Investor Relations Verband DIRK)
- Ralf Frank (DVFA Verband der Investment Professionals)
- Dieter Horst (PricewaterhouseCoopers AG WPG)
- Mart Kivikas (Wissenskapital Edvinsson & Kivikas)

Eine abschließende Diskussionsrunde wird von Manfred Piwinger (Leiter Arbeitskreis Finanzkommunikation der DPRG) moderiert und wird sich u.a. mit den Konsequenzen befassen, die sich aus dem Anlegerschutzverbesserungsgesetz und DRS 15 ergeben für die externe Berichterstattung von Unternehmen. Unterstützt wird die Veranstaltung von der boerse-stuttgart AG, der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA) sowie der ING-DiBa AG.

Unternehmensvertreter aus den Bereichen:

- Senior Management (Vorstände, Geschäftsführer, Directors)
- Kommunikationsmanagement - Corporate, PR, Öffentlichkeitsarbeit
- Pressesprecher
- Ratingspezialisten
- Wirtschaftspüfer
- Berater

Zielgruppen

- 14:00 Registrierung / Empfang / Kaffee
- 14:15 - 14:30 Begrüßung
- Rudi Engelhard, Leiter Vertrieb, Börse Stuttgart
 - Ralf Frank, Geschäftsführer DVFA GmbH
- 14:30 - 15:30 *„Die neuen Publizitätspflichten für Unternehmen“*
- Kay Bommer, Geschäftsführer DIRK Deutscher Investor Relations Verband e.V.
- Ad hoc-Publizität, Insider-Regeln
 - Lageberichterstattung
 - Bedeutung und Auswirkungen der neuen Publizitätspflichten auf die externe Berichterstattung
- 15:30 - 15:45 Pause
- 15:45 - 16:30 *„CR Corporate Responsibility: Modeerscheinung oder ernstzunehmende Anforderung?“*
- Prof. Dr. Alexander Bassen, Universität Hamburg, Leiter der DVFA-Kommission Corporate Governance
- Wie ist das grundsätzliche Verständnis von CR?
 - Welche Bedeutung mißt der Kapitalmarkt CR bei?
 - Welche neuen Anforderungen in der Kommunikation lassen sich hieraus ableiten?
- 16:30 - 17:30 *„Wissensbilanz – noch zu soft, oder schon hart genug?“*
- Mart Kivikas, Partner Wissenskapital Edvinsson & Kivikas GmbH
- Wie ist Stand der Dinge - in Deutschland und international
 - Weitere geplante Maßnahmen im Bereich Wissenskapital des Wirtschaftsministeriums

Programm

„Falsch, parteilich, unvollständig? - CR-Daten effizient und reversionssicher erheben und bearbeiten“

Programm

Dieter Horst, PricewaterhouseCoopers AG WPG, Sustainability Assurance

- Bericht aus der Praxis: Defizite beim Managen von CR-Daten
- Die Mindestanforderungen des Wirtschaftsprüfers an CR-Kommunikation
- Vorstellung des Muster-CR-Accounting Manuals

17:30 - 17:45

Pause

17:45 - ca. 18:45

Podiumsdiskussion

„Unternehmensberichterstattung zwischen Pflicht und Kür – wohin geht die Entwicklung? Gibt es Best Practices?“

- Prof. Alexander Bassen, Universität Hamburg
- Kay Bommer, DIRK e.V.
- Rudi Engelhard, Börse Stuttgart
- Ralf Frank, DVFA Dieter Horst, PricewaterhouseCoopers AG WPG
- Mart Kivikas, Wissenskapital Edvinsson & Kivikas GmbH
- Moderation: Manfred Piwinger, Leiter AK Finanzkommunikation des DPRG e.V.

Ab ca. 18:45

Abschluß, anschließend Get-together

Praxisseminar "Die neuen Pflichten in der Unternehmensberichterstattung - Fallen und Tücken"

Anmeldung

Mittwoch, 15. März 2006

boerse-stuttgart AG, Börsenstraße 4, 70174 Stuttgart

Teilnahmegebühr regulär: 125,- EUR

Teilnahmegebühr für Mitglieder der Verbände DPRG, GPRA, DIRK und DVFA: 95,- EUR

Kontakt (Anmeldeformular siehe unten):

Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.

St. Augustiner Str. 21

53225 Bonn

Fon: (0228) 97 39 287

Fax: (0228) 97 39 289

eMail: info@dprg.de

www.dprg.de

Für Rücksendung im Fensterkuvert vorbereitet oder per Telefax
(0228) 9 73 92 89

Deutsche Public Relations
Gesellschaft e.V. (DPRG)
- Praxisseminar „ Die neuen Pflichten in der
Unternehmensberichterstattung - Fallen und Tücken“
St. Augustiner Straße 21

53225 Bonn

V e r b i n d l i c h e A n m e l d u n g

Praxisseminar „Die neuen Pflichten in der Unternehmensbericht-
erstattung - Fallen und Tücken“ 15. März 2006, boerse-stuttgart
AG, Börsenstraße 4, 70174 Stuttgart

- Ich nehme teil
- Ich bin Mitglied der DPRG
- Ich bin Mitglied der GPRA
- Ich bin Mitglied des D.I.R.K.
- Ich bin Mitglied des DVFA
- Ich bin kein Mitglied

Absender (bitte deutlich schreiben):

Name/Vorname:

.....

Firma:

.....

Straße:

.....

PLZ/Ort:

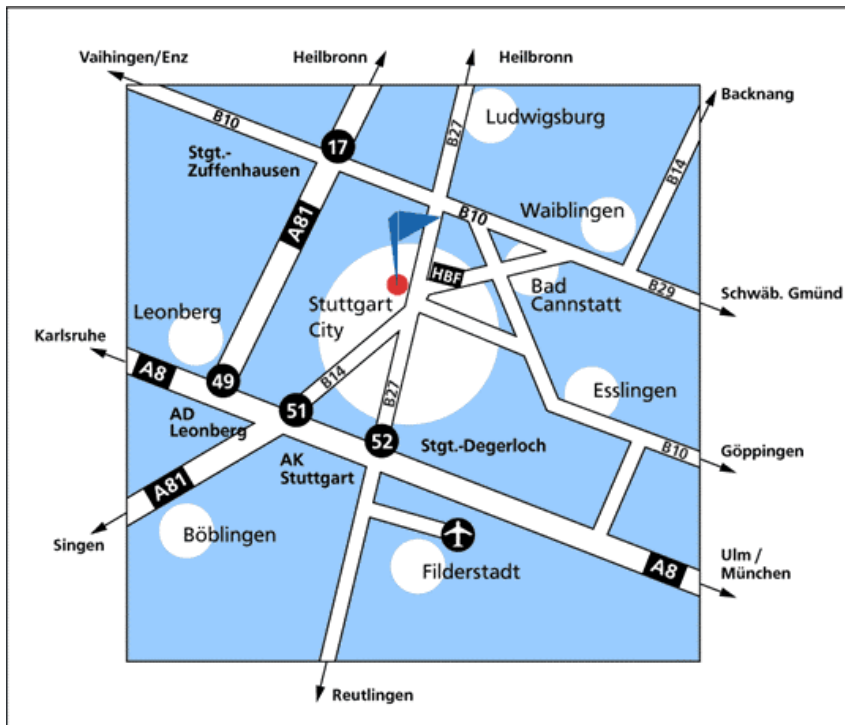
.....

Telefon/Telefax/e-mail:

.....

Datum/Unterschrift:.....

.



Anreise mit dem Auto

A 8 aus Richtung Karlsruhe / A 81 aus Richtung Singen:
 Autobahnbahnkreuz Stuttgart, Ausfahrt Stuttgart-Zentrum, weiter auf der A 831 in Richtung Stuttgart-Zentrum.

A 831 in Richtung Stuttgart-Zentrum:
 Nach Autobahnkreuz Stuttgart in Richtung Stuttgart-Zentrum, nach Autobahn-Ende geradeaus weiter in Richtung Stuttgart-West bis zur Ampel am Ende des Zubringers, rechte Spur in Richtung Stuttgart-West bis Rotebühlplatz, geradeaus weiter in die Theodor-Heuss-Straße, nach L-Bank auf der linken Seite links einordnen, erste Wendemöglichkeit nutzen, rechts in die Schellingstraße, dann links in die Huberstraße abbiegen.

A 8 aus Richtung München:
 Autobahn-Ausfahrt Stuttgart-Degerloch, der B 27 in Richtung Stuttgart-Zentrum über Weinsteige folgen, am Charlottenplatz geradeaus bis zum Tunnel, im Tunnel rechts weiter auf der B 27, links einordnen und erste Wendemöglichkeit nach dem Tunnel nutzen, rechts in die Schellingstraße, dann links in die Huberstraße abbiegen.

A 81 aus Richtung Heilbronn:
 Autobahn-Ausfahrt Stuttgart-Zuffenhausen, zunächst B 10 in Richtung Stuttgart-Zentrum, weiter auf B 27 in Richtung Stuttgart-Zentrum/Hauptbahnhof, an der Kreuzung zum Hauptbahnhof geradeaus weiter in die Friedrichstraße, rechts in die Schellingstraße, dann links in die Huberstraße abbiegen.

Anreise mit der Bahn

Bis Stuttgart Hauptbahnhof, von dort eine Station weiter mit der Linie U9 (Richtung Vogelsang) oder U14 (Richtung Heschl) bis Haltestelle Friedrichsbau (Börse).

Anreise mit dem Flugzeug

Vom Flughafen Stuttgart mit der S-Bahnlinie S2 oder S3 direkt in die Innenstadt bis zum Hauptbahnhof. Von dort eine Station weiter mit der Linie U9 (Richtung Vogelsang) oder U14 (Richtung Heschl) bis Haltestelle Friedrichsbau (Börse).