


Pfeffers PR-Newsletter Nr. 60 / 12. Woche 2006

Letzte Frist für PR-Umsatz-Ranking

Das jährliche PR-Umsatz-Ranking (abgefragt und ausgewertet von "PR-Journal"-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer) geht in die Zielgerade. 82 ausgefüllte Fragebogen liegen bereits vor.

Letzter Abgabetermin ist am Freitag, 31. März 2006. Wer sich also noch nicht beteiligt hat und in dieser einzigen derartigen Branchenübersicht mit dabei sein möchte: Fragebogen  [hier herunterladen \(41.59 KB\)](#), ausfüllen und zurück senden. Danke!

Seite.1

PR-Branche blickt optimistisch in die Zukunft

Jede zweite PR-Agentur rechnet 2006 mit steigenden Honorarumsätzen. 34 Prozent der Agenturen erwarten in diesem Jahr einen Honorarzuwachs von bis zu zehn Prozent. 27 Prozent stellen sich sogar auf ein noch stärkeres Wachstum ein. Auch bei den Pressestellen der Unternehmen ist die Trendwende in den Jahresbudgets erreicht: Jeder vierte Pressesprecher berichtet über gestiegene Budgets in 2006. Der Aufschwung konzentriert sich allerdings vorwiegend auf das produzierende Gewerbe und den Handel sowie auf Firmen mit weniger als 500 Mitarbeitern. Demgegenüber sind die PR-Budgets in Dienstleistungsunternehmen (ohne Handel) weiterhin stagnierend, bei Firmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern tendenziell sogar weiterhin schrumpfend. Zu diesen Ergebnissen kommt die neueste Studie "PR-Trendmonitor" von news aktuell und der Hamburger PR-Agentur Faktenkontor.
Zum kompletten Artikel auf der [PRJ-Hompage](#).

Weinberger: Das Web erzwingt Änderungen von der PR-Branche

"Wir Internet-Nutzer haben keine Eigeninteressen und sagen einander die Wahrheit. Und: Entweder wir haben interessante Konversationen oder wir brechen sie ab. Weil vernetzte Märkte so enorm groß sind, finden sich dort stets Leute, die erstaunliche Experten für etwas sind. Denen hören wir zu und lernen von ihnen. Daher sind die alten Techniken von Marketing, inklusive PR, wirkungslos geworden. Märkte zu kontrollieren, indem man versucht, Wissen zu beschränken, funktioniert schlichtweg nicht mehr."

Dies und mehr steht im Handelsblatt-Interview mit David Weinberger. Zum Interview, das eigentlich Pflichtlektüre für alle PR-Schaffenden sein sollte, [bitte hier klicken](#).

Hier noch einige weitere kernige Aussagen des Interviews:

- Bloggen ist das komplette Gegenteil von dem, was Public Relations einst war.

- Die Techniken und Prämissen von PR ergaben in einer vernetzten Welt noch nie Sinn.
- Aber es gab schon immer bessere und schlechtere PR-Firmen. Einige sind zynisch und skrupellos und nur daran interessiert, eine hübsche Botschaft zu modellieren, egal wie falsch diese ist.
- Die bedenklichste Form von PR gibt es meiner Meinung nach in der Politik.
- Daher werden Politik und Regierungen die letzten sein, denen man mit Links und Gesprächen etwas anhaben kann. Ich hoffe trotzdem, dass wir das noch rechtzeitig schaffen.

• Das komplette Interview finden Sie als Podcast [hier auf der Seite von Handelblatt-Blogger Mario Sixtus](#).

• Und wenn Sie auch die 95 Thesen des (immer noch lesenswerten) Cluetrain-Manifestes interessieren, [hier ist die deutsche Übersetzung](#). David Weinberger veröffentlichte Anfang 1999 mit drei weiteren Autoren das „Cluetrain Manifesto“. Darin wird anhand von 95 Thesen erklärt, wie das Internet die Regeln des Wirtschaftens verändert.



Klowände des Internets - neun Thesen zu Weblogs und Meinungsbildung

Im Januar 2005 präsentierte fischerAppelt Kommunikation (GPRA) sieben Thesen zu Weblogs in der Unternehmenskommunikation. Heute, rund ein Jahr später, resümiert Agenturpartner Lars Cords die seitdem vollzogene Entwicklung und stellt seine Analyse in neun neuen Thesen vor. Am 12. März diskutierte Cords seine Thesen erstmalig auf der CeBIT zusammen mit Reinhard Karger (Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz), Johnny Häusler (Spreerblick Verlag) und Stefan Keuchel (Pressesprecher Google Deutschland).

Während Weblogs zum Zeitpunkt der Veröffentlichung der ersten Thesen zu Beginn des vergangenen Jahres noch wenig bedeutend waren, stieg ihre Relevanz im deutschen Meinungsmarkt rapide. fischerAppelt-Partner Lars Cords erfuhr die steigende Macht der Blogs hautnah als Leiter des Kampagnenbüros "Du bist Deutschland". Während drei Phasen der Kampagne hatten die Blogs eine hohe Bedeutung:

Fortsetzung [hier auf der Homepage von fischerAppelt](#).

Personalien

Stefanie von Carlsburg leitet Haspa-Kommunikation

In der neu geschaffenen und direkt dem Vorstand unterstellten Abteilung Unternehmenskommunikation der Haspa Hamburger Sparkasse wird die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zusammengeführt, die bisher der Abteilung Vorstandsstab und Kommunikation zugeordnet war. Die Unternehmenskommunikation verantwortet die Pressearbeit, die interne Kommunikation sowie die Themen Spenden, Stiften und Sponsoring. Leiterin dieser Abteilung und Pressesprecherin wird zum 1. Juni **Stefanie von Carlsburg** (34). Die Hamburgerin ist derzeit stellvertretende Leiterin Corporate Communications bei Tchibo, davor war sie Pressesprecherin von AOL Deutschland, beide in Hamburg. Stellvertretender Leiter der Abteilung Unternehmenskommunikation wird zum 1. April

Wolfgang Blümel (52), bisher Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Geschäftsführer der Haspa Hamburg Stiftung.

Personalien compact (15) (12.KW-06)

01: **Oliver Schwartz** (37) ist weiterhin Direktor Kommunikation in Karlsruhe, nun aber bei Combots (für Europa). Zuvor war er dies bei Web.de, die aber Namen und das Portalgeschäft an United Communications, Montabaur verkauft hat und deshalb mussten ein neuer Name (und neue Aktivitäten) her.

02: **Michael Frenzel**, Leiter Unternehmenskommunikation der United Internet, Montabaur hat dafür einen weiteren Verantwortungsbereich - das Internetportal Web.de. Bisher gehörten dazu die Kernmarken 1&1, GMX und Schlund& Partner.

03: **Klaus Vogt** (38) ist neuer Redakteur bei muehlhaus & moers kommunikation in Köln. Er war bisher als Corporate Publisher für verschiedene Medien tätig.

04: **Michael Schumann**, Leiter PR bei Zühlke Scholz & Partner in Berlin wurde zweiter Geschäftsführer.

05: **Antonia Wilhelm** (30) und **Heidi Verbanic** (30) verstärken als Beraterinnen jetzt den Bereich Banken & Versicherungen von ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation in München.

06: **Fried Dahmen** ist als Nachfolger von Uwe Spindeldreier neuer Regierungssprecher der thüringischen Landesregierung in Erfurt. Dahmen war zuvor schon Sprecher der Landesministerien für Inneres und Justiz.

07: Nach 17 Jahren ist **Thomas Achelis** nicht erneut als Präsident der europäischen PR-Vereinigung CERP angetreten. Er "wechselte" als deutscher Vertreter ins Welt-PR-Präsidium der IPRA. Neue CERP-Präsidentin wurde Margaretha Sjöberg aus Schweden. Neu im CERP-Vorstand **Thorsten Lützler**, Leiter des DPRG-Arbeitskreisen Internationale PR.

08: Die Hamburger PR-Agentur ad publica Public Relations baut ihr Food-Team aus: **Carolyn Mehler** (34) als Beraterin und **Katja Klindt** (26) als Assistentin verstärken nun die Essen- und Trinken-Spezialisten an der Alster.

09: **Malte Dringenberg** (37) verstärkt ab April als Pressesprecher für Alfa Romeo und Lancia die Öffentlichkeitsarbeit der Fiat Automobil AG in Frankfurt am Main. Er kommt von Opel in Rüsselsheim.

10: **Jörg Schmitt** (46) startet als Business Development Director bei Uniplan in Kerpen.

11: **Frank Hoffmann** (34) ist jetzt Investor Relations Manager von Tipp24 in Hamburg. Er war zuvor bei Continental in Hannover.

12: **Tanja Schneider-Diehl** (35) ist als Nachfolgerin von **Gerald Dohme** neue Leiterin Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin bei Nordzucker in Braunschweig. Sie war bisher für die PR zuständig.

13: **Stefan Zuber** (40) verlässt am Monatsende seinen Job als Leiter der Unternehmenskommunikation bei O₂ Germany in München. Seine Nachfolge ist noch nicht geregelt.

14: **Markus Laue** (31) wird am 1. April Seniorberater IR/PR bei der Kommunikationsagentur GFEI Gesellschaft für Effekten-Informationen in Frankfurt am Main.

15: **Dirk Krüssenberg** wechselt von der Deutschen Telekom in Bonn am 1. April nach Düsseldorf und wird als Partner der Beratungsgruppe EBC-Network die Niederlassung NRW leiten.

- 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

Zamcom verantwortet PR von Neu.de

Die Internet-Partnerbörse Neu.de vertraut ihre Presseaktivitäten der Kölner Agentur Zamcom an. Nach dem Internet-Wettanbieter Betking.com melden die Kölner damit ihren zweiten Etatgewinn aus dem Bereich Internet im laufenden Jahr. Zamcom verfügt über Erfahrung im Bereich Internet/Neue Medien und betreut auch die Internet-Agentur Cyperfection und Europas größtes Internet-Autohaus Pkw.de.

Etats compact (8) (12.KW-06)

01: Büromöbelhersteller König + Neurath, Karben
an: **Peakom Communication Creating**, Frankfurt am Main

02: Motor Classic (Mietservice für Oldtimer und Cabrios), Kapstadt/Südafrika
an: **Roth & Lorenz Agentur für Marketing-Kommunikation**, Stuttgart

03: Internetanbieter Qype (Stephan Uhrenbacher), Hamburg
an: **SinnerSchrader PR**, Hamburg

04: RedOctane + Harmonix (PlayStation-Titel "Guitar Hero"), ???
an: **Between Us!**, Haar

05: Google Germany, Hamburg
an: **a+o PR-Agentur**, Hamburg

06: 3S GmbH (Software), Attendorn + Morphicon Limited (Publisher/Computerspiele), München
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst (Büro Hamburg)

07: Koch Media ("Wildlife Park 2"), München
an: **Agentur Schäfer**, Weinheim

08: Jenapharm (Anti-Baby-Pillen), Jena
an: **PRint**, München

- Anzeige -

Geschenk-Lose der Aktion Mensch

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

Branche

Deutscher PR-Tag 2006: Kommunikation schafft und braucht Werte

Der PR-Berufsverband **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn hat für seine diesjährige Jahrestagung eine Spezialinternetseite, den "Virtuellen PR-Tag", eröffnet (www.pr-tag.de). Wer durch Kommunikation Werte schaffen will, dessen wichtigstes Kapital ist seine Glaubwürdigkeit. Und wer dieses Vertrauen aufbauen, bzw. Verantwortung für sein Handeln übernehmen will, der benötigt ein festes Fundament an Werten – zur eigenen Orientierung und um sein Handeln mit einer Richtschnur messbar zu machen. Was liegt also näher als einen PR-Tag rund um das Thema Werte zu gestalten. Näher als man denkt, liegt übrigens auch die **Tagungsregion Halle/Leipzig** – nämlich in der Mitte Deutschlands.

Programm-Informationen: Von Corporate Social Responsibility über Public Affairs bis zur Krisen-PR – die Vorträge, Workshops und Diskussionsrunden werden sich den Themen „Verantwortung und Glaubwürdigkeit“ aus unterschiedlichsten Blick-winkeln widmen. Weitere Infos: www.dprg.de.

Branche compact (7) (12.KW-06)

01: **Media Consulta**, Berlin/Köln ist gut ins neue Jahr gestartet - für 2005 wird eine **Umsatzsteigerung** von knapp **13 Prozent** auf 31,7 Millionen Euro gemeldet. Dazu habe auch die neue Agenturstruktur beigetragen - als integriertes Agentur-Netzwerk mit Fachagenturen für Spezialbereiche der modernen Kommunikation. Im letzten Jahr wurden 19 neue Etats gewonnen.

02: Die internationale Fachzeitschrift "**PR Week**" hat **APCO Worldwide zur Agentur des Jahres2006** gewählt. Neben der Qualität der strategischen Beratungsleistungen wurde auch die Anziehungskraft für erstklassige Mitarbeiter gewürdigt. Die inhabergeführte unabhängige APCO hat ihren Hauptsitz in Washington/USA und ist in Deutschland mit Büros in Bonn und Berlin vertreten.

03: **TAS Emotional Marketing**, Essen hat sich von der reinen Eventagentur zur Below-the-Line-Agentur erfolgreich umpositioniert. Mit mehreren neuen Etats, u.a. RWE und Biotherm ist man ins neue Jahr gestartet und man will 2006 zum bisher besten Agenturjahr machen.

04: **Fink & Fuchs PR** investiert weiter in die **Beraterausbildung** und wird im Oktober in den Büros Wiesbaden und München fünf Hochschulabsolventen für eine 15-monatige Ausbildung zum PR-Juniorberater eingestellt - es ist bereits der dreizehnte Volontariatsjahrgang.

05: Die Offenbacher IT- und High-Tech-Agentur Möller Horcher PR expandiert und gründet in die Niederlassung Dresden (in Freiberg). Die Leitung hat Seniorberaterin Sandy Wilzek übernommen. Seit der Gründung im Jahre 2000 ist man mit einem erfolgsorientierten Honorarmodell erfolgreich tätig.

06: Die **Agentur Profilwerkstatt** in Darmstadt hat sich unter dem Begriff Corporate Customer Care neu organisiert - das neue Agenturmodell verzahnt nun Public Relations, Corporate Publishing und Direktmarketing unter einem Dach. Die Unit PR wird von Anke Wersé geleitet.

07: Bei **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg gibt es jetzt Krisen-Management und -Kommunikation aus einer Hand: dazu hat man mit Trauboth Risk Management, Bonn eine Krisen Task Force und ein gemeinsames Beratungsangebot vereinbart.

Medien

Strategisches Controlling von Unternehmens-Websites

Führende deutsche Unternehmen, darunter die Dax-30-Konzerne Deutsche Telekom, RWE, Schering, Siemens, TUI sowie MLP und Degussa haben einen Industriestandard zum Qualitätsmanagement von Unternehmens-Websites definiert. Zur Etablierung des Standards haben sie jetzt den Verein Web Excellence Forum e. V. (WebXF) gegründet (www.webxf.org).

Steigender Kostendruck und die wachsenden Ansprüche an Kommunikation erfordern intelligente Controllinginstrumente. Große und mittelständische Unternehmen können jetzt mit Hilfe eines standardisierten betriebswirtschaftlichen Verfahrens die Leistung und Qualität ihrer Online-Kommunikation zuverlässig messen, bewerten und steuern. Darüber hinaus lässt sich künftig der Wertschöpfungsbeitrag der Kommunikation in Euro und Cent ausweisen. Davon profitieren Anleger und Nutzer, denn die Internetauftritte werden benutzer-freundlicher – und der Service wird optimiert.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homrpage.

Presserat spricht sieben öffentliche Rügen aus

In ihrer ersten Sitzung 2006 hat die Beschwerdekammer des Presserats 18 Beschwerden für begründet erklärt und dabei neben sieben öffentlichen Rügen fünf Missbilligungen und sechs Hinweise ausgesprochen. 21 Beschwerden wurden als unbegründet zurückgewiesen. Als vertretbar betrachtet das Gremium auch die Schlagzeile "Wird sie geköpft?", mit der Bild die Berichterstattung im Fall "Susanne Osthoff" eröffnet und die zu zahlreichen Beschwerden geführt hatte. Nach Ansicht des Presserates benennt die Schlagzeile die realen Gefahren, die Entführungsoptionen im Irak drohen.

Öffentliche Rügen kassierte diesmal reichlich die Boulevardpresse: Abendzeitung München und Nürnberg, B.Z. Berlin sowie die Bild-Ausgabe in

Hannover. Wegen des Verstoßes gegen das Gebot der klaren Trennung von Werbung und Redaktion wurden die Ostsee-Zeitung und die Schwarzwälder Post gerügt.

Medien compact (4) (12.KW-06)

01: Das Magazin "Neon" aus dem Zeitschriftenverlag Gruner + Jahr ist zur führenden Zeitschrift des Jahres gewählt worden. Das Heft setzte sich bei der Vergabe der **LeadAwards** am 15. März in Hamburg gegen die Konkurrenten "SZ-Magazin" und "032c" durch.

02: **DJV** Deutscher Journalistenverband und **BDZV** Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger begrüßen die **FIFA-Entscheidung** als Sieg der Vernunft. Danach wurden **alle Beschränkungen** für die Online-Berichterstattung im Rahmen der Fußball-WM 2006 in Deutschland **zurück genommen**. Damit würde der wachsenden Rolle der Online-Medien Rechnung getragen.

03: Das "**Audi Magazin**" hat erneut einen renommierten internationalen Preis gewonnen: in New York wurde es mit einem **Grand Award** des 19. Mercury Excellence Awards ausgezeichnet.

04: Das "**BMW Magazin**" feiert sein **15-jähriges Jubiläum** (mit einem entsprechend gestalteten Jubiläumsheft und online: www.bmw.com/bmwmagazin). Es erscheint erstmals mit 3,2 Millionen Auflage in 33 Sprachen. Seit zehn Jahren wird das Magazin in Zusammenarbeit mit dem Hamburger Verlag Hoffmann und Campe Corporate Publishing heraus.

Service + Tipps

Lokale Suchmaschinen im Internet gestartet

Neue **lokale Suchmaschinen im Internet** sind jetzt gestartet: **Web.de** ist mit einer Betaversion online (Mitte April soll's die finale Version geben). Die Suche bietet eine Stadtplanansicht und hilft beim Finden von Geschäften, Unternehmen, Restaurants oder Handwerkern - und anderem. Beim Anklicken erscheinen Anschrift und Telekomdaten.- Auch das Auskunftsportale der Deutschen Telekom, **t-info** (DeTeMedien) hat jetzt

eine lokale Suchmaschine: **suchen.de** und bietet ähnliche Möglichkeiten wie Web.de (jedoch incl. Routenplaner). Nun werden noch die Angebote von AOL und Google erwartet - alles prima Service! Und **man** (PR-Büros, Selbstständige, Unternehmen) **kann sich eintragen lassen** - sollte man noch nicht drin sein.

Verbraucherstudie: Zweifel an Werbekraft mit Prominenten

Unternehmen und Marken setzen in ihrer Werbung immer häufiger Prominente ein. Schauspieler oder Sportler, Geistesgrößen oder Fernseh-Entertainer sollen ihr Renommee in Vertrauen für Produkte und Dienstleistungen umwandeln. Die meisten Verbraucher aber sehen die Sache ganz anders, so das Ergebnis der aktuellen **Studie "European Trusted Brands 2006" des Magazins Reader's Digest**: Sie setzen weniger auf die Prominenten-Empfehlung, sondern verlassen sich vielmehr auf die Produktleistung. Denn 76 Prozent der Verbraucher treffen ihre Kaufentscheidung vor allem aufgrund der Qualität eines Produktes. Für 72 Prozent bestimmt außerdem die persönliche Erfahrung mit der Marke und dem Unternehmen über Vertrauen und Misstrauen.

Bereits zum zweiten Mal in Folge erreicht eine deutsche Marke in ihrer Kategorie das beste nur denkbare Ergebnis: Die Befragten setzen Nivea von Beiersdorf, Hamburg, in allen an der Untersuchung beteiligten europäischen Ländern auf Platz eins der vertrauenswürdigsten Produkte. Dies gelang daneben nur noch dem finnischen Mobiltelefonhersteller Nokia, der ebenfalls in allen Befragungsländern zum vertrauenswürdigsten Anbieter in seiner Produktkategorie gewählt wurde.

Komplette Pressemeldung [im ots-Presseportal](#).

Service compact (8) (12.KW-06)

01: Mit mehr als 1.500 **Limited-Gründungen** im Monat hat die englische **Rechtsform in Deutschland** einen neuen Rekordwert erreicht. Exakt drei Jahre nach ihrer vollen juristischen Anerkennung durch den Bundesgerichtshof am 13. März 2003 macht der Importschlager von der Insel mit geschätzten 25-30.000 deutschen Niederlassungen der GmbH deutlicher Konkurrenz denn je. "Weil sich die Unternehmen

nicht mehr länger der unverhältnismäßig hohen Bürokratie aussetzen wollen, wird heute wird fast jede dritte Kapitalgesellschaft als Limited gegründet und damit zuerst ins britische Handelsregister eingetragen", bilanziert Michael Silberberger, Chef des marktführenden Limited-Gründungsunternehmens **Go Ahead Ltd.** Birmingham/Wiesbaden. (ots)

02: Durch eine **flächendeckende Versorgung mit schnellen Breitband-Internetzugängen** könnten in Deutschland einer Studie zufolge bis zum Jahr 2010 etwa 265.000 Arbeitsplätze geschaffen werden. Das gesamtwirtschaftliche Wachstum könnte dank Breitband in Deutschland um bis zu 46 Milliarden Euro stärker ausfallen. Das geht aus einer Erhebung hervor, die der Branchenverband Bitkom gemeinsam mit dem Bundeswirtschaftsministerium und der Initiative D21 am 14. März auf der CeBIT in Hannover vorstellte.

03: Ab Januar 2007 **werden für PC's mit Internetanschluss Rundfunkgebühren** verlangt - die GEZ Gebühreneinzugszentrale von ARD und ZDF wird dies hartnäckig verlangen. Auch wenn im Internet wenig öffentlich-rechtliche Sendungen live zu empfangen sind - die derzeit 17,03 Euro je Monat werden fällig. Dies wird vor allem Selbstständige mit einem aushäusigen Büro treffen - in der eigenen Wohnung gilt für die Nutzung die gebührenbefreiende Zweitgeräteregel.

04: **Hill & Knowlton Communications**, Berlin hat in einer Pressemeldung über ihre globale **Studie "Return on Reputation"** berichtet. Stichworte sind: Analysten bewerten Unternehmen nach immateriellen Werten - Vernachlässigte Kommunikation und Imagepflege führen zu finanziellen Verlusten - CEO bleibt wichtigster Vertreter eines Unternehmens. Weitere Informationen: www.hillandknowlton.com/crw - auf der deutschen Homepage konnten bis 20. März dazu keine Angaben gefunden werden.

05: Im Presseportal (www.presseportal.de) gibt es jetzt in der **obs.Bilddatenbank** von news aktuell (dpa-Tochter) **mehr als 23.000 honorarfreie PR-Bilder**. Zur gezielten, verbesserten Suche gibt es eine Vielzahl neuer Funktionen.

06: Laut dem Statistischen Bundesamt in Wiesbaden sind die **Konsumausgaben** deutscher Haushalte seit 1991 im Jahresdurchschnitt um drei Prozent gestiegen.

07: Bei der **DJV-Verlags- und Service GmbH**, Bonn gibt es für sechs Euro eine neue 75-seitige **Broschüre zu Honoraren und Vertragsbedingungen** für freiberufliche Journalisten. (können auch für PR-Schaffende hilfreich sein).

08: **Bundesminister Horst Seehofer (CSU) will den digitalen Verbraucherschutz stärken.** E-Commerce, digitale Telefonkommunikation, Voice over IP (VoIP), Digital Rights Management (DRM), RFID oder elektronische Kundenkarten würden in der Gesellschaft vielfach auf Skepsis und Misstrauen stoßen. Schuld daran seien neben fehlendem Vertrauen in Sicherheit und Datenschutz und der wenig durchschaubaren Komplexität technischer Innovationen insbesondere die Missbrauchspotenziale. Um aber das Potenzial der digitalen Technik und somit neue Innovationen zu ermöglichen und vollständig zu entfalten, **bedürfe es gesellschaftlicher Akzeptanz**, so Seehofer weiter. Konkret will er u.a. auch Spam weiter eindämmen.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Partnerschaften für Executive Master-Studiengänge Kommunikation

Der Executive Master of Science in Communications Management (MScCom) der **Universität Lugano/Schweiz** und der Executive Master of Corporate Communications (MCC) der **Copenhagen Business School (CBS)**, Dänemark haben ein Kooperationsabkommen zur Vertiefung der internationalen Ausrichtung ihrer Studiengänge (incl. einem USA-Aufenthalt) geschlossen.

Außerdem werden sich die Copenhagen Business School, die Universität Lugano und die **Rotterdam School of Management** dieses Jahr zur ACCE (Association of Corporate Communication Executive Education / Vereinigung für die Fortbildung von Unternehmenskommunikations-experten) zusammenschließen. Mit dieser Zusammenarbeit soll ein neuer Standard für die Nachdiplomausbildung in der Unternehmenskommunikation geschaffen werden. Mehr

Informationen zum MScCom Programm unter www.mscom.unisi.ch.

Tagung: PR für Mittelstand und Standort

Am 17. März fand in Lingen (Ems) das 3. Niedersächsische PR-Forum statt. Unter dem Motto „PR für Mittelstand und Standort“ folgten rund 170 Kommunikationsexperten aus ganz Deutschland der Einladung der Fachhochschule Osnabrück. Die Tagesveranstaltung wurde am Hochschulstandort des Institutes für Kommunikations-Management in Lingen (Ems) geplant und ausgerichtet.

Lingens Oberbürgermeister Heiner Pott sowie der FH Präsident Erhard Mielenhausen begrüßten die Teilnehmer aus Unternehmen, Wissenschaft und anderen Organisationen. Dagmar Schütte (FH Osnabrück) eröffnete mit der Vorstellung einer Studie zur Kommunikation des Mittelstandes in Niedersachsen die Diskussion: „PR ist zwar Chefsache, aber meist Nebensache“.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (11) (12.KW-06)

01: Auch die **DPRG Bayern unterstützt** potentielle **Einreicher für den Deutschen PR-Preis**. Der Infoabend mit der Präsentation von früheren Preisträgern findet am 30. März in München statt. Infos bei der Landesvorsitzenden Christina Kahlert indoc-film@t-online.de.

02: **PR für gemeinnützige Organisationen?**

burcom Dr. Daniela Burkhardt Kommunikationsberatung startet eine neue Weiterbildung zur Vorbereitung auf die DAPR-Prüfungen mit der Zusatzqualifikation Non-Profit-PR. Infos: www.burcom.de.

03: Für den zweiten Jahrgang des Executive MBA in Communication and Leadership der Qualifizierungsinitiative **communicate!** an der TU München gibt es ein **Stipendium** für Mitarbeiter von PR-, Werbe- oder Kommunikationsagenturen. Stipendiumpartner sind die PR-Verbände DPRG und GPRA. Infos: contact@communicate.tum.edu.

04: Der nächste **Deutsche Multimedia Kongress** findet am 28./29. Juni in Berlin statt. Infos: www.dmmk.de.

05: Die Kölner **ofischer academy** haben **417 Antworten** von Entscheidern und Interessenten für berufliche Weiterbildung **ausgewertet**: zweitägige Intensivworkshops wollen 78,2 Prozent - aber keinesfalls am Samstag, sagt ein Drittel. Tagessätze von 1.200 bis 1.400 Euro gelten als marktkonform. Weitere Infos: www.ofischer-academy.com.

06: Die Alpen-Adria Universität Klagenfurt/Österreich startet am 17. Mai den 2. Kompakt-Lehrgang "**Personal Communication Management (PCM)** - Personen erfolgreich positionieren". Der Erfolg des ersten Lehrgangs habe alle Erwartungen übertroffen. Infos: www.pcm-lehrgang.at.

07: **Montua & Partner** bietet im April und Mai in Hamburg fünf neue Schulungen zum Thema Mitarbeiterkommunikation an. Infos zu Themen und Terminen : www.montua-partner.de/schulungen.

08: Neu an der Universität der Künste in Berlin: **UdK-Masterstudiengang Kulturjournalismus**. Am 25. April gibt es ein Schnupperstudium, Bewerbungsschluss ist am 31. Mai. Infos: www.udk-berlin.de/kulturjournalismus.

09: Die Kölner Nord-Süd-Agentur für Kommunikation (**NORSA**) will **Non-Profit-Projekte** voran bringen. IIN dem Weiterbildungsangebot geht es um Öffentlichkeitsarbeit und Kampagnenplanung. Infos: www.norsa.net.

10: Als Kreativschub bezeichnet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. ihr **Seminar "Kreativ schreiben"** am 7. April in Frankfurt am Main. Infos: www.afk-online.com.

11: Am 28. und 29. September findet der **3. Kommunikationskongress** des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher und des Magazins "pressesprecher" in Berlin statt. Das Kongressprogramm bietet diesmal vier Themenblöcke: Strategie, Praxis, Dialog und Best Case. Infos: www.kommunikationskongress.de.

Anstoss - WM2006

Die Welt zu Gast in Deutschland



Die Frankfurter Agentur metropress hatte mal

wieder eine prima (sportliche) Idee: Zusammen mit dem "Hanauer Anzeiger" lud die Mannschaft um Agenturboss Hans-Jürgen Müller am 7. März zum Hanauer Forum "In 90 Tagen kommt die Welt" in den Congress Park Hanau (die Stadt, in der u.a. Rudi Völler Fußballspielen lernte). Über 300 Gäste folgten der angeregten Diskussion unter der Moderation von Kicker-Chefredakteur Rainer Holzschuh über Chancen, Aktionen und Erwartungen des bevorstehenden Weltereignisses. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homrpage.*

Kommentare

Der PRR-Kommentar: Falsche Argumente

PRREPORT Eine Regierung, die etwas auf sich hält, macht zu jedem wichtigen Thema mindestens eine groß angelegte PR-Kampagne. Ob Sport treiben, Ausbildungsplätze schaffen oder auf der Autobahn immer schön rechts fahren – der Bürger soll mit Hilfe etlicher Millionen Euro und der Tatkraft pfiffiger Agenturen „aufgeklärt“ werden. Aber beim wichtigsten Thema (nicht erst) dieser Tage schweigen die Apparate bisher: Kinder kriegen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homrpage.*

Pfeffer&Salz&Senf

Salz: Procurement ante portas

Dass PR-Leistungen „frei Rampe“ oder „frei von Ölflecken und anderen Verschmutzungen“ bestellt werden, gehört zum lustigen Inhalt von

Erfahrungsaustausch, wenn Agenturchefs sich treffen. Dass austauschbare Leistungen, standardisierbare Angebote gerastert und gewissermaßen halb- oder vollautomatisch per Internet-Connection bestellt werden, dient der Kostensenkung der Auftraggeber. Soweit verständlich, richtig, und zunehmend unausweichlich. Beim „Procurement“ von Kommunikationsdienstleistungen freilich wird Standardisierung zur echten Aufgabe, und eine Behauptung von Austauschbarkeit alternativer Angebote zum Problem.

Das gilt etwa für Geschäftsberichte ebenso wie für Produktfolder, erst recht bei ausschließlich kreativen Leistungen, bei Beratung und Konzeption. Wie sieht Gehirnschmalz gerastert aus, wer macht den kreativen Kick des einen vergleichbar mit dem eines anderen Anbieters? DPRG, BdP, GPRA und Kommunikationsverband stehen vor der Aufgabe, sich des Themas ebenso öffentlich wie konstruktiv anzunehmen.

[Mathias Scheben, Andernach](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Public Relations - Non Plus Ultra im Spiegel der Zeit

Public Relations ist ein multimediales Phänomen der modernen Zeit. Die Interpretationsmöglichkeiten dieses Begriffes sind genauso vielfältig wie seine medialen Erscheinungsformen. Wie eine grenzenlose Transzendenz stellt sich „Public Relations“ als das wichtigste Verbindungselement der unterschiedlichen Massenmedien dar. Was Public Relations aus der Perspektive zweier Profis ist und wie sie durch die Medien auf uns wirkt, erläutern die Bestsellerautoren Jochen Breitwieser, Pressesprecher und Manager Public Relations Callidus Software Inc., Kalifornien/USA, und Hajo Neu, Geschäftsführer der Agentur neu:komm (www.neu-kom.de) in einem Exklusivinterview mit Albert Metzler, Platinum-News (www.platinum-news.de). [Bitte hier weiterlesen.](#)

Internes – aus der Redaktion

Alexa.com: PR-Journal ist führendes deutsches PR-Portal

Alexa.com ermittelt den Traffic im gesamten Internet - unbeeinflussbar, unbestechlich. Im aktuellen Traffic-Ranking belegt das "PR-Journal" derzeit weltweit den Rang 247.930. Damit ist dieses Portal bereits drei Monate nach dem Relaunch (wieder) zum führenden deutschen PR-Medium im Internet geworden. Die Mitbewerber "prportal.de" und "PR-Guide" belegen die Plätze 432.196 bzw. 876.215. Unter dem Vorgängerlabel "neues PR-Portal" hatte man zuletzt Rang 321.603 erreicht, der Neustart Mitte Dezember 2005 bewirkte dann den "Anfangsrang" 1.940.432. "PR-Journal"-Herausgeber Gerhard A. Pfeffer strebt an, mit seinem Portal unter die 100.000 meistbesuchten Internetseiten weltweit zu kommen. Das Portal erzielte im Februar nach der 1&1-Webstatistik im Tagesdurchschnitt 8.477 Besucher und versendet dienstags seinen kostenlosen "Pfeffers PR-Newsletter" an 22.820 interessierte Kommunikationsmenschen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 19 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [fischerAppelt Frankfurt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\)](#)

Titel [Agentur sucht PR-Berater/in für neues Büro in München](#)

Titel [Hill & Knowlton Communications Berlin sucht Teamassistent/in](#)

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

Titel [ergo in Köln sucht Finanzredakteur/in](#)

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

Titel [PR-Berater/in für Berliner Agentur gesucht](#)

Titel [Cyrano sucht neue Nase für Wirtschaft/Life Sciences in Münster](#)

Titel [Rheinische Agentur sucht PR-Assistenten \(m/w\)](#)

Titel [Trimedia Frankfurt sucht Junior Consultant / Consultant mit Erfahrung in Corporate Communications](#)

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](#)

In Unternehmen

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 [Save the Children sucht Mitarbeiter/in für Medienarbeit und Spenderkommunikation](#)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. März 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.820 Empfänger** versandt.

Impressum: _____

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg



Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-ff-),
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, Unterhildingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Jörg
Pfannenberger, 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

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.