


Pfeffers PR-Newsletter Nr. 61 / 13. 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. **Aller-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

Bundesjustizministerin laviert zugunsten von Interessengruppen

Tief enttäuscht reagierte das Aktionsbündnis Kopiervergütung auf den am 22. März vom Bundeskabinett beschlossenen Regierungsentwurf eines Zweiten Gesetzes zur Regelung des **Urheberrechts in der Informationsgesellschaft**. Dieser Entwurf trägt den vom Aktionsbündnis Kopiervergütung mehrfach und deutlich angemeldeten Bedenken gegenüber dem bisherigen Referentenentwurf keinerlei Rechnung. Das Aktionsbündnis fordert, dass für alle Geräte, die zum Vervielfältigen geeignet sind, Urhebervergütungen fällig werden.

Das Aktionsbündnis Kopiervergütung fordert daher die Bundestagsabgeordneten auf, dem Regierungsentwurf die nötige Zustimmung zu verweigern. Die Parlamentarier müssen ihrer Verantwortung für die Rechte der Urheber gerecht werden und durch zeitgemäße

Regelungen im Urheberrecht dafür sorgen, dass Journalisten, Fotografen, Filmemacher, Schriftsteller, Übersetzer, Verleger sowie weitere Verwerter auch weiterhin von der Nutzung ihrer Werke leben können.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Quelle verkauft Berliner WM-Finalrasen

Frankfurter PR-Agentur metropress steuert



Kampagne.
Das darf als perfekte Sensation gelten: Dem

Fürther Versandunternehmen Quelle ist es frühzeitig gelungen, sich den Original-Rasen vom WM-Finale am 9. Juli im Berliner Olympiastadion zu sichern. Ab sofort wird der "heilige Boden" den Fußballbegeisterten zum Kauf angeboten und dürfte zum meistbegehrten Fanartikel werden. Den Finalrasen [gibt es bei Quelle](#) in zwei Varianten – einerseits naturbelassen (zum Einpflanzen), andererseits in einen Acrylblock eingegossen. Darin eingearbeitet ist eine Metallplakette mit der Aufschrift "Original-Rasen WM-Finale Berliner Olympia-Stadion 09.07.2006". Dazu gibt es jeweils ein Echtheitszertifikat des "Endspielhausherrn" Peter von Löbbecke, Olympiastadion-Geschäftsführer in Berlin. Von dem Erlös der verkauften grünen Trophäen werden 100.000 Euro der Uwe Seeler Stiftung zur Verfügung gestellt.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Grinsi-Klinsi und die Ehre, (k)ein (solcher) Journalist zu sein

"Das war zweifellos eine Kampagne. Die Kombination zwischen "Bild" und Schlagzeile 'Grinsi-Klinsi' verletzt den Anstand in hohem Maße." Moritz Müller-Wirth, Wochenzeitung "Die Zeit"

"Was sich zuletzt abgespielt hat, war unter der Respektschranke und hat uns gelehrt, wo die Leute sitzen, die uns nicht wohl gesonnen sind."



"Wenn diese Art von Kritik der letzten Wochen weitergegangen wäre, dann hätten wir eine Weltmeisterschaft riskiert nur durch puren Pessimismus und Aggressivität."

"Man kann letztendlich alles kaputt machen, bevor es überhaupt losgeht."

Jürgen Klinsmann am 22. März nach dem 4:1 Sieg der deutschen Fußballnationalmannschaft gegen die USA in Dortmund.

"Klinsi, jetzt darfst du Grinsi!"

Deutschlands Top-Kampagneros-Blatt "Bild" am 23. März auf der Titelseite.

Eigentlich ist dem nichts mehr hinzuzufügen. Bliebe nur noch zu fragen, was die Hetz-Journalisten der Nation, bzw. ihre miesmachenden Blattherrschaften - nicht nur finanziell - dazu tun, um best friends of Franz und ähnlichen Heroes zu sein.

P.S.: "Pioniere haben immer die Pfeile derer im Rücken, die nicht vorausgehen wollen" (Kommentar eines faz.net-Lesers am 23. März 2006).
-fff-

Schumacher wird Bahn-Konzernsprecher

Neuer Konzernsprecher der Deutschen Bahn AG wird am 1. April Oliver Schumacher, bisher Leiter Internationale Kommunikation. Schumacher ist Diplomvolkswirt und gelernter Journalist. Er arbeitete unter anderem für die Nachrichtenagentur „Reuters“, die Wochenzeitung „Die Zeit“ und als Leitender Redakteur für die „Süddeutsche Zeitung“. Danach war er bis 2005 Regierungssprecher der rot-grünen Landesregierung Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf.

Vorgänger Werner W. Klingberg (56) wird neuer Konzernbevollmächtigter der Deutschen Bahn AG für das Land Baden-Württemberg. Er folgt am 15. Juli in Stuttgart auf Peter Schnell, der mit Vollendung seines 65. Lebensjahres in den Ruhestand tritt. Klingberg arbeitete in den zurückliegenden sechs Jahren in der Konzernkommunikation der DB in Berlin, davon vier Jahre als Konzernsprecher.

Personalien

Silvie Rundel neue Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der "Zeit"

Silvie Rundel (32) wird die neue Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der "Zeit". Sie kommt vom Axel Springer Verlag und wird zum 1. Juni Nachfolgerin von Iliane Weiß, die Ende April zu Gruner + Jahr wechselt. Rundel wird die interne und externe Unternehmenskommunikation sowie die Pressearbeit der "Zeit" verantworten. **Sandra Friedrich**, seit 2004 bei der "Zeit" und bisher PR-Referentin, übernimmt die Stellvertretung und wird in dieser Funktion zudem für den gesamten Veranstaltungsbereich verantwortlich sein.

Bauer wird BAT-Kommunikationschef + Pressesprecher

Rainer Stubenvoll (56), Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der British American Tobacco (BAT) in Deutschland, scheidet zum 30. April nach über 20 Jahren aus dem Unternehmen aus. Zuletzt verantwortete er als Senior Corporate Communications Manager die interne und externe Kommunikation und war gleichzeitig Geschäftsführer der BAT Freizeit-Forschungsinstitut in Hamburg. Künftig wird Stubenvoll als Berater freiberuflich tätig sein und u.a. die Pressearbeit der Raymond Loewy Foundation betreuen. **Am 1. Mai übernimmt** dann **Ulf Bauer** (39) die Leitung der BAT-Unternehmenskommunikation. Bauer war u.a. einer der Pressesprecher im Bundespräsidialamt während der Amtszeit von Bundespräsident Roman Herzog. Im Anschluss arbeitete er bei der Deutschen Post World Net zunächst als Leiter Unternehmenskommunikation für Süddeutschland und ist derzeit persönlicher Referent des Vorstandsvorsitzenden Klaus Zumwinkel. *Quelle (u.a.): w&v werben & verkaufen*

Personalien compact (17) (13.KW-06)

01: **Ludwig Güttler** erhält am 29. März in Magdeburg den Deutschen Fundraising Preis 2006. Der Startrompeter wird vom Deutschen Fundraising Verband für sein außerordentliches Engagement

und seine Leistungen rund um den Wiederaufbau der Dresdner Frauenkirche ausgezeichnet.

02: **Hans Mahr**, kurzzeitig Vorstand beim Abo-Sender Premiere und früherer RTL-Informationen-Direktor, hat sich mit seinem Beratungsbüro mahrmedia in Köln selbstständig gemacht - für Projekte im Consulting und Medienmanagement.

03: **Thomas Babiell** (36) übernimmt wird stellvertretender Leiter Kommunikation beim privaten Fernsehsender Super RTL.

04: **Sabine Tegethoff** (30) macht agenturintern Karriere und wird bei Straub & Linardatos in Hamburg PR-Beraterin.

05: **Manuel Lianos** (30) scheidet als Chefredakteur des Fachmagazins "politik & kommunikation" (Verlag Helios Media, Berlin) aus und will sich neuen beruflichen Herausforderungen stellen. Die Nachfolge wurde hausintern mit einer Doppelspitze gelöst: **Till Schröder** (31) und **Mirjam Stegherr** (30) sind künftig verantwortlich.

06: **Malte Kreuzfeldt** (34) wechselt am 1. Mai von seinem Job als Pressesprecher der Globalisierungskritiker Attac zur Bundestagsfraktion Die Linke und wird dort zweiter Pressesprecher.

07: **Christoph von Knobelsdorff** (38) wird als Nachfolger von **Hans H. Stein** neuer Bundesgeschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer (ASU) in Berlin. Er leitete zuvor das Büro von DIHK-Präsident Ludwig Georg Braun.

08: **Julia Richter** (31) verstärkt jetzt als PR-Beraterin die Kundenberatung im Münchener Büro von Fink & Fuchs Public Relations, Hauptsitz: Wiesbaden. Sie kommt von der Agentur Maisberger Whiteoaks.

09: **Cathrin Cambenesi** (37) hat die Leitung von Marketing und PR beider PITTS GmbH (Anbieter von Oracle Forms-ASpplikationen) in Wolfratshausen übernommen.

10: **Johanna König**, besser bekannt als Werbeikone "Klementine" (aus der Ariel-Werbung) feierte ihren wohlverdienten 85. Geburtstag - meldet Proctor & Gamble als

Hersteller des bekannten Waschmittels. Auch 38 Jahre nach dem ersten Ariel-TV-Spot gelte noch das Reinheitsversprechen der "Waschexpertin der Nation".

11: **Doreen Wangelin** (39) scheidet nach mehr als 14 Jahren deutscher Sony-Kommunikationsarbeit aus persönlichen Gründen und eigenem Wunsch aus. Dies mag mit den Umstrukturierungen, dem Konzern-Umzug nach Berlin zusammenhängen - und damit, dass die Kommunikation nicht mehr dem Vorstandsvorsitzenden, sondern dem Marketingdirektor unterstellt ist.

12: **Imran Ayata** (36) wurde jetzt neuer Gesellschafter bei der Kommunikationsagentur Ahrens & Bimboese (GPRA), Frankfurt am Main - er leitet das Public-Issues-Team am Standort Berlin und wird eitere übergreifende Managementaufgaben für die gesamte Agenturgruppe übernehmen.

13: **Verena Schmid Bagdasarjanz** (46) wird am 1. Juli neue Leiterin Kommunikation der ehrwürdigen ETH in Zürich (Eidgenössische Technische Hochschule). Sie wird Nachfolgerin von **Rolf Probala** (49).

14: **Alfred Autischer** steigt Trimedia-intern auf: der bisherige Landeschef von Österreich verantwortet künftig die gesamte D-A-CH-Region von Trimedia.

15: **Markus Gehmeyr** (36) leitet ab 1. April die Unternehmenskommunikation des Telekommunikationsanbieters The Phone House in Münster.

16: **Rieke Bönisch** (41) ist jetzt Pressesprecherin von Utimaco Safeware in Oberursel/Ts..

17: Der Kommunikationsdienstleister directnews, Leipzig expandiert - ab 1. April sind neu dabei: **Michael Schöning** (34) als Leiter Account Management, **Stefanie Schramm** (30) und **Peter Sorgau** (39) als Mitarbeiter im Account Management.

- Anzeige -


>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**Schwartz PR holt vier Neukunden im ersten Quartal**

Mit vier Kundengewinnen schließt Schwartz Public Relations das erste Quartal des Jahres ab. Die Münchner PR-Agentur konnte die Unternehmen Tellabs, Empirix, Defense und iET von sich überzeugen und baut damit ihr Portfolio auf 22 Kunden aus. Der amerikanische Netzwerkausrüster Tellabs mit deutscher Zentrale in München war bereits von 2000 bis 2003 Kunde der Agentur, bevor die PR-Aktivitäten des Unternehmens in Großbritannien gebündelt wurden. Vor allem die Expertise von Tellabs als Marktführer im Bereich Tripple Play in den USA soll nun den deutschsprachigen Fachmedien kommuniziert werden.

Empirix ist ein amerikanischer Spezialist für Tests und Monitoring von Web- und Call-Center-Applikationen mit deutschem Sitz in Erding.- Die Defense AG ist ein IT-Security-Dienstleister mit Sitz in München. Das Leistungsportfolio reicht von der Analyse über die Konzeption bis hin zur Installation, Integration und Wartung von komplexen Sicherheitslösungen. Das deutsch-amerikanische Unternehmen iET Solutions mit

Sitz in München ist ein Anbieter von IT & Customer Service Management-Lösungen.

„Vier neue Kunden gleich zu Beginn des Jahres sind ein klasse Start. Wir setzen damit den Erfolgstrend des letzten Jahres fort“, erklärt Christoph Schwartz, Inhaber von Schwartz Public Relations in München.

Etats compact (14) (13.KW-06)

01: Pfizer Deutschland (inhalatives Insulinmittel Exubera), Karlsruhe
an: **Weber Shandwick Deutschland** (GPRA), Köln

02: I-play (Entwicklung und Publishing von Handyspielen), Hamburg
an: **Marchsreiter Communications**, München

03: Ostsee-Holstein-Tourismus, Kiel
an: **Comeo** Werbung, PR, Event, München

04: Südtirol Tourismus Marketing Gesellschaft, Bozen/Italien
an: **häberlein & mauerer** agentur für public relations, München

05: GX Magazin, München
an: **Publica International Consulting**, Ismaning

06: Merz Pharmateucitals (Alzheimermittel Axura), Frankfurt am Main
an: **Pharma-Agentur Angela Liedler**, Freiburg/Br.

07: Bundesverband Deutscher Tabakwaren-Großhändler und Automatenaufsteller (BDTA), Berlin
an: **adpublica**, Hamburg + **fischerAppelt Kommunikation** (GPRA), Berlin

08: KMS Kafitz Medienservice, Elsdorf
an: **value ! netzwerk** für unternehmenskommunikation und medienproduktion, Düsseldorf

09: Puma - Adopt a German, Herzogenaurach
an: **Ketchum**, München

10: Progress Software/Sonic Software, Köln
an: **PR-Com**, München

11: West Trax Deutschland (vormals Bohr Consulting), ???

an: **S.M.A.R.T. Consult**, Berg

12: Lexware (Finanzsoftware Quicken 2007), Freiburg/Br.

an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

13: Propeller Studios, Köln

an: **Tornado PR - Agentur für Public & Private Relations**, Köln

14: Bayer Vital (Aspirin), Leverkusen

an: **Haas & Health Partner Public Relations**, Eltville

- 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

poli-c.de startet neu als Karriereportal

Als Tor zur Politikberatung bietet das Portal (www.poli-c.de) für alle Zielgruppen nützliche Informationen und aktuelle News. Studierende und Absolventen können sich über die vielfältigen Facetten der Branche informieren. Es werden ausgewählte Arbeitsbereiche vorgestellt und eine Liste mit über 2.000 Arbeitgebern erleichtert die Suche nach dem passenden Praktikum oder Einstiegsjob. Young Professionals unterstützt poli-c.de bei ihrem Karriereweg sowohl mit karriererelevanten Online-Angeboten und konkrete Stellenanzeigen als auch mit persönlichen Beratungsangeboten. Für Personalentscheider in Beratungsgesellschaften, Verbänden und Unternehmen werden aktuelle Brancheninformationen und Arbeitsmaterialien zur Verfügung gestellt. Die Infothek bietet einen

schnellen Zugriff auf Hintergrundinformationen und wie gewohnt Literaturtipps und aktuelle Forschungsergebnisse.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Ahrens: Wir wachsen schneller als der Markt

Die Ahrens & Bimboese Agentur für Kommunikation (GPRA), Frankfurt am Main hat im Jahr 2005 erneut eine deutliche Umsatzsteigerung erzielt. Die A&B-Gruppe steigerte ihren Honorarumsatz von 11,2 Mio. Euro im Jahr 2004 auf 13,1 Mio. Euro in 2005. Mit einem Wachstum von knapp 17 Prozent liegt A&B damit über dem durchschnittlichen Branchenwachstum von sechs Prozent (GPRA-Agenturen).

Die Zahl der Mitarbeiter stieg dabei an den Standorten Frankfurt, Berlin und München auf 110. „Wir sind schneller gewachsen als der Markt. Die Agentur hat auch im vergangenen Jahr neue Geschäftsfelder erschlossen und bestehende Geschäftsfelder erweitert. Unsere marktgerechten Angebote wurden dabei durch den hohen Spezialisierungsgrad unserer Kompetenzbereiche ermöglicht. Deren standortübergreifende Integration ist ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor unserer Agenturgruppe“, so Rupert Ahrens, geschäftsführender Gesellschafter bei Ahrens & Bimboese.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Branche compact (8) (13.KW-06)

01: Nach dem **GWA-Monitor** verzeichneten die GWA-Agenturen in 2005 ein durchschnittliches Umsatzwachstum von 6,5 Prozent. Das Ergebnis liegt deutlich über der Prognose des GWA Gesamtverband Kommunikationsagenturen, entspringt allerdings nicht einer testierten Umsatzerhebung, sondern einer Meinungsabfrage. Bekanntlich dürfen die internationalen Agenturen wegen des US-amerikanischen Sarbanes Oxley Act seit 2003 keine Zahlen mehr melden. Für dieses Jahr geht der GWA nach der aktuellen Mitgliederbefragung davon aus, dass die **Werbebranche mit drei bis 3,5 Prozent Umsatzwachstum** doppelt über dem gesamtwirtschaftlichen Binnenwachstum liegen wird.

02: Die International Public Relations Association (**IPRA**) schreibt auch 2006 den **Golden World Award** für Unternehmen und Agenturen in 20 Kategorien aus. Einsendeschluss ist am 2. Mai. Infos [hier auf der IPRA-Website](#).

03: Die **Düsseldorfer PR-Agentur Conosco** ist jetzt auch mit einem **Büro in Shanghai/China** vertreten. Shanghai als Zentrum der rasanten wirtschaftlichen Entwicklung im Reich der Mitte und zentraler Knotenpunkt zwischen Ost und West wurde dabei bewusst als Standort gewählt. Denn vor allem die zahlreichen internationalen Messen in der Millionenstadt bieten Anknüpfungspunkte für Public Relations-Aktivitäten.

04: Die Kommunikationsagentur **trio-group** in Mannheim macht aus drei weiteren Units eigenständige Agenturen - darunter auch die **trio-market relations als PR-Agentur**. Diese wird geführt von Thomas Erdmann, Michael Tschugg und Albertus Magoley. Insgesamt arbeiten bei trio 120 Mitarbeiter an sieben Standorten.

05: Ein weiterer **Disput zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit** hat sich an einem Seminarangebot des DJV Hessen entzündet. Darin war (arbeitslosen) Journalisten eine berufliche Neuorientierung in Richtung Public Relations angeboten worden. Lesen Sie hierzu den [Beitrag in der Frankfurter Rundschau online](#).

06: **Pentacom in Krefeld** hat mit ihrer **Website "discoveries"** ein neues Akquise-Tool mit einem Presseservice eingerichtet. Dabei geht es um originelle Marken und Produkte, die Pentacom auf Messen und Reisen entdeckt. (www.pentacom.de/discoveries)

07: Die **Wiener PR-Agentur Newsbroker** hat mit bamboo Marketing in Los Angeles eine internationale Partnerschaft beschlossen. Damit will man für den LOHAS-Markt (Lifestyle of Health and Sustainability) zu einer der ersten Ansprechpartner in Sachen Public Relations im deutschsprachigen Raum werden.

08: Am 29. März jährt sich zum 40. Mal die Gründung des **JPC Jugendpresseclub** (www.jugendpresseclub.de) in Bonn (Berufsvereinigung der jugendorientierten Fachjournalistinnen und Fachjournalisten in Presse, Funk oder Fernsehen/ohne Schülerpresse) . Immer noch dabei sind

Wolfgang Herder und Carlo Moesta. Gründungsmitglied war auch "PR-Journal"-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer als damaliger Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Bundesjugendrings.

Medien

Medien compact (2) (13.KW-06)

01: Die Internationale Fachhochschule Bad Honnef stellt mit ihrer Mallorca-Studie fest, dass 49,1 Prozent der deutschen Mallorca-Besucher das deutschsprachige **Inselradio "Mallorca 95.8"** kennen - und 89,8 Prozent auch zuhören. Auch 92 Prozent der ständig auf der Insel lebenden Deutschen hören täglich den Inselsender.

02: Das w&v-Ranking der **Top 50 der deutschen Anzeigenblattverlage** ergab für 2006 folgende Reihenfolge (mit Gesamt-Auflagen 2005): Mit Abstand führt gemessen an der ADA-geprüften Auflage die WVV-Westdeutsche Verlags- und Werbegesellschaft/ORA Ostruhr-Anzeigenblatt-Gesellschaft (WAZ-Konzern), Essen mit 81 Titeln (4.700.100 Auflage) vor der Rheinischen Anzeigenblatt (RAG) in Köln mit 17 Titeln (2.166.409) und der BVZ Anzeigenzeitungen Berlin/Rostock mit 4 Titeln (1.880.410).

Service + Tipps

Networking via Internet zahlt sich auch finanziell aus

Networking im Internet ist ein weltweiter Erfolg: Bis zu 85 Prozent der Nutzer von openBC stufen die Kontaktpflege im Internet als wichtig ein. Über das Knüpfen von Geschäftskontakten (55%) hinaus berichtet inzwischen fast jeder Sechste von Geschäftsabschlüssen mit openBC-Kontaktpartnern. openBC veröffentlicht mit "Kommunikation & Networking im Internet" bereits die zweite internationale Studie zum Internet-Networking. Ziel der Studie ist die Untersuchung des Kommunikations- und Networking-Verhaltens sowie ein weltweiter Vergleich der openBC-Nutzer miteinander. Die Befragung fand vom 14. November 2005 bis zum 31. Januar 2006 statt. Innerhalb dieses Zeitraums wurden weltweit 24.511 openBC-Nutzer detailliert zu ihrem

Kommunikationsverhalten und der Nutzung der Networking-Plattform openBC befragt. **Die Pressemitteilung als PDF-Datei** unter folgendem Link: www.fittkaumaass.de/dl.acqi?39.

Interne Kommunikation als wichtiger Faktor der Unternehmensreputation

Die Public-Relations-Agentur Burson-Marsteller hat eine Studie zur Unternehmensreputation vorgestellt. Die mit dem Marktforschungsinstitut Economist Intelligence Unit (EIU) durchgeführte internationale Studie deckt auf, wie Unternehmen an Ansehen verlieren und definiert die Warnsignale, die auf drohende Reputationsprobleme hindeuten. Diese Erkenntnisse stammen aus der neuesten CEO Capital Study, welche regelmässig seit 1997 durchgeführt wird.

Danach sind die folgenden fünf Punkte die wichtigsten Warnzeichen (in der Reihenfolge ihrer Bedeutung): 1. eine sinkende Arbeitsmoral, 2. interne Politik wird wichtiger als professionelles Arbeiten, 3. Spitzenmanager verlassen das Unternehmen, 4. Verlust der Glaubwürdigkeit des CEOs in der Öffentlichkeit und 5. Angestellte wälzen Probleme auf Kunden ab.

Burson-Marsteller stellte fest, dass eine sinkende Arbeitsmoral und Mitarbeiterunzufriedenheit durch die Zugänglichkeit und Offenheit des Kaders, eine klar definierte Führungsverantwortung und eine optimierte interne Kommunikation verbessert werden können. Bestätigt wurde auch die Wichtigkeit von Anerkennung und Honorierung von herausragenden Leistungen. *Quelle: KleinReport*

Service compact (4) (13.KW-06)

01: Mobbing-Hilfe: In **Kanada** wird ein neuer **Internetservice** angeboten. Speziell für Büro-Gemeinschaften gedacht, können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anonym ihren **Kolleginnen und Kollegen eine E-Mail** darüber senden, **was** sie an ihnen **stört**. Mit einem "jemand möchte ihre Aufmerksamkeit auf folgendes Thema lenken" kann dem Nachbarn am Schreibtisch in einer E-Mail dezent mitgeteilt werden, dass es stört, wenn er in der Nase bohrt,

oder der Geruch seiner Schweißfüße unerträglich ist. Bei secretmessage.com sind derzeit 17 Nörgelkategorien aufgelistet. *Quelle: www.merkur-online.de + <http://shortnews.stern.de/shownews.cfm?id=615751>* . *Frage: Wäre direkte kommunikation nicht besser (und zudem mutiger)?*

02: Der **Verlag Dieter Zimpel**, Wiesbaden bietet ab eine **neue Version** der Mediendatenbank und PR-Software **Zimpel Online** an. Zimpel Online 4.0 beinhaltet viele optimierte Funktionalitäten wie etwa den konfigurierbaren Dublettenfilter. Highlight der neuen Version ist die erstmalige Möglichkeit, in der Medien-datenbank mit mehr als 16.000 Medien und 80.000 Kontakten auch nach thematischen Suchbegriffen zu recherchieren. Infos: www.zimpel.de.- Zimpel und die maassen+partner, Neuss haben einen Kooperations- und Autorisierungsvertrag geschlossen, der die Integration der Daten des Verlages in die führende **PR-Management Software "Convento"** regelt. Infos: www.convento.de.

03: Deutsche Unternehmen diskutieren nicht nur über **VoIP**, sie investieren auch. Zu diesem Ergebnis kommt eine Berlecon-Studie im Auftrag von Damovo und Nortel: Jedes dritte der befragten Unternehmen nutzt demnach bereits **IP-basierte Kommunikationstechnologien**. Als Gründe für die Einführung werden hauptsächlich Kosteneinsparungen gegenüber der traditionellen Telefonie genannt.

04: **Bei** den ersten **Ich-AG**-Pionieren **läuft** dieser Tage nach drei Jahren planmässig die **Förderung aus**. Über die Änderungen bei Zuschüssen, Kranken- und Sozialversicherung und zusammenhängende Steuerfragen gibt es bei **akademie.de** Informationen, Seminare und weiteres Wissenswertes. Infos von Robert Chromow: www.akademie.de.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Termine compact (13) (13.KW-06)

01: Die Kölner **ofischer academy** veranstaltet am 22./23. Mai das Seminar "**Krisen-PR** - Beginnen Sie mit der richtigen PR, bevor die Krise da ist" und

am 6./7. Juni das Seminar "**Interne Kommunikation** - Schaffen Sie Bewusstsein und Loyalität". Infos: www.ofischer-academy.com.

02: Am 24. April startet in Berlin das einjährige Studium "Politikmanagement" der PolitikAkademie (Schwesterinstitution der depak Deutsche Presseakademie). Über Informationsveranstaltungen und Stipendien gibt es hier weitere Infos: www.politikakademie.de.

03: Der 41. **Kongress der Deutschen Marktforschung** findet am 4. und 5. Mai in Nürnberg statt. Leitthema: "Schöne digitale Welt - Chance und Herausforderung für Marktforschung und Marketing". Infos: www.bvm.org.

04: Know-how für die professionelle Unterstützung in der PR steht auf dem Programm des **AFK-Intensivtrainings PR für Sekretariat und Assistenz**. Vom 24. bis 28. April für Mitarbeiterinnen aus PR-Abteilungen und Agenturen in Boppard. Weitere Infos: www.afk-online.com.

05: Am 03. Mai veranstaltet die Deutsche Akademie für Public Relations (**DAPR**) in Kooperation mit dem PR Kolleg in Berlin den **Tagesworkshop „Teamfähigkeit und Kostenminimierung im Office Management“**. Hierbei zeigt die Frankfurter Büro-Organisatorin Edith Stork, wie Kommunikationsfachkräfte aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden oder freischaffend Tätige, ihre Büroabläufe, Aktengestaltung, Dokumentationen und Nutzung des Büromobiliars optimieren können. Infos: www.dapr.de.

06: Einen **Crashkurs PR** veranstaltet **Paul Maischberger** mit seinem Seminar zu erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit für mittelständische Unternehmen. Termin: 4. und 5. Mai in München. Infos: www.maisberger.com/aktuelles.

07: Wie man sich **richtig für den Deutschen PR-Preis 2006** von DPRG und FAZ-Institut **bewirbt** zeigen bei Best-Practice-Workshops die DPRG-Regionalgruppen Hamburg (am 29. März - Infos: j.braatz@ratingwissen.de) und Nordrhein-Westfalen (am 5. April in Wuppertal-Barmen - Infos: fassbender-menzel@ergo-pr.de).

08: Einen **Lobbying-Workshop** des Berufsregisters BR-**SPRG** gibt es am 27. April in der schweizerischen Hauptstadt **Bern**.

Referenten sind Iwan Rickenbacher, Peter Weigelt, Sonja Bietenhard und Fredy Müller. Infos: www.br-sprg.ch.

09: Am 3. Mai veranstaltet **directnews** in Frankfurt am Main das **Seminar "Schreiben von Pressemitteilungen II"** an. Infos: www.directnews.de.

10: Der nächste **media workshop** der dpa-Tochter news aktuell findet zum Thema "**Interviewtraining und Coaching** - Fit für den Medienauftritt" am 1. und 2. Juni sowie am 14. und 15. September in Hamburg statt. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

11: Wie Unternehmen, Verbände, Behörden und die Politik angesichts von Krisen professionell kommunizieren können, das diskutierten über 100 Führungskräfte, Pressesprecher und Agenturchefs beim **Internationalen Krisengipfel 2006** am 23. März am Internationalen Journalismus Zentrum (IJZ) an der **Donau-Universität Krems**. Der Weg der Vogelgrippe durch Europa oder der Dopingkandal österreichischer Sportler bei den Olympischen Winterspielen in Turin sind nur zwei Beispiele, die bei der Tagung zur Sprache kamen und die die hohe Bedeutung professioneller Krisenkommunikation vor Augen führen.

12: Der auf **Akquisitionsprozesse** im Agenturbereich spezialisierte Düsseldorfer Trainer **Manfred Berger startet zum 27. April** mit einer neuen Gruppe in **ein zwölfmonatiges Coaching**. Im Rahmen dieses Coachings erleben die max. zwölf Teilnehmer zwei einzelne Seminartage in Düsseldorf, neun Internet-Konferenzen und ein persönliches Coaching an ihrem eigenen Arbeitsplatz. Die Abfolge der Maßnahme ist so ausgelegt, dass sie alle Schritte von der akquisitorischen Positionierung über die Selektion geeigneter Zielpersonen und deren geeignete Ansprache umfasst. [Weitere Infos hier](#).

13: **Circle Comm**, Agentur für Gesundheitskommunikation veranstaltet vom 2. bis 4. Mai in Heidelberg ein speziell **auf die Pharmabranche zugeschnittenes Medientraining** - mit ausführlicher Beratung. Infos: www.circlecomm.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Überwachungsstaat + Zollfahnder- Razzien



Guten Tag! Es war eine Großrazzia mitten in einer Einkaufsstraße in Berlin-Wilmersdorf. 25 Zollbeamte besetzten einen 25 Quadratmeter großen Obstladen eines Türken. Es ging nicht um Rauschgift. Gesucht wurde der Nachweis, daß der Inhaber Schwarzarbeiter

beschäftigt. Das vermuteten die Fahnder, weil sie den Laden observiert und festgestellt hatten, daß er mehr als acht Stunden geöffnet hat. Und da keiner länger als acht Stunden arbeitet, so ihre These, müssen Schwarzarbeiter die restlichen Stunden beschäftigt gewesen sein.

Der Inhaber, der mit seiner Frau und helfenden Kindern den Laden führt und täglich noch eine Hilfe für vier Stunden hat, versuchte vergeblich, den Fahndern das klarzumachen. Die Sache liegt beim Staatsanwalt. Fast 100.000 Euro Strafe soll der Obsthändler zahlen. Sein Anwalt hat nur wenig Trost für ihn; denn bei dem Aufwand ist anzunehmen, daß er zumindest wegen irgendetwas eine Strafe zahlen muß. Das ist deutsche Rechtstradition.
Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Rezensionen

Jäckel: Mediensoziologie

*Rezension von Corinna E. A. Schütt, PR-Beraterin (DPRG), Frankfurt a. M..
Mit freundlicher Unterstützung von [PR+plus](#)
[Fernstudium Public Relations](#), Heidelberg*

Mit dem vorliegenden Band hat Michael Jäckel, Professor für Soziologie an der Universität Trier, einen aktuellen Überblick zum Thema Medien(nutzung) und gesellschaftliche Entwicklungen in Deutschland geschaffen. Ziel und Anspruch des Buches ist laut Umschlagtext die „konsequente Zusammenführung von Medien

und Gesellschaft“ in dem Sinne, als darin „wichtige Grundbegriffe der Soziologie in Verbindung mit dem Medien-Begriff – als unabhängige, abhängige oder intervenierende Größe – erörtert“ werden. Anders ausgedrückt: Im Sinne der hochreflexiven Struktur von Medien und ihrer Rückbezüglichkeit auf Gesellschaftsprozesse sind verschiedene Betrachtungen von Medien gefragt in Bezug auf die Identität ihrer Nutzer, Formen und Funktionen der Kommunikation auch durch neue Technologien, soziale Wirklichkeit und Rollen, Kultur und Evolution, Jugend und Gewalt, Medienkritik und Macht, Integration und soziale Ungleichheit, virtuelle Netzwerke oder Privates und Öffentlichkeit.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.


Themen der Zeit

Schulen brauchen Identität und Öffentlichkeit



Ein Beitrag von Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster

Die Bildungskommunikation ist ebenso aktuell wie das Thema Bildung überhaupt: Hochschulen und Universitäten haben dies längst erkannt und gewinnen mit Sponsoring-Konzepten nicht nur mehr finanzielle Freiheit, sondern auch die Anerkennung der Branche - wie schon 2004 die Universität Mannheim dafür den deutschen PR-Preis in Gold abräumte. Aber nicht nur die Erhaltung und Finanzierung von Bildungseinrichtungen erfordert und eröffnet mangels öffentlicher Gelder kreatives Potential: An der öffentlichen Bildungsbasis bis hinunter zur Grundschule bildet sich langsam das Bewusstsein dafür, dass eine Schule auch für sich sprechen darf und soll, will sie dauerhaft erfolgreich sein. Denn wie schon bekannt nach Watzlawick, kann auch eine Schule „nicht nicht kommunizieren“ – also kommuniziert man doch besser zielgerichtet und geplant als ungewiss und planlos. Denn auch in Krisenzeiten erhöht das die Akzeptanz: Und an der heutigen Bildungskrise kommt kaum eine Schule vorbei.

Den kompletten Beitrag von Corinna E. A. Schütt bitte  [hier als PDF herunterladen \(30.53 KB\)](#).

Buchneuerscheinung:

Von Corinna E. A. Schütt erscheint zum 01.04.2006 das Fachbuch „Schulen gehen in die Öffentlichkeit. Kommunikation planen, Mittel effizient einsetzen, an Beispielen orientieren.“ Es enthält Grundlagenwissen zu interner und externer Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit für Pädagogen und Schulleitungen, Maßnahmen der Konzeption, Schulsponsoring und Pressearbeit, Übungen, Literaturhinweise, Webtips und über 30 Praxisbeispiele für den Einsatz verschiedener Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit in öffentlichen, privaten und beruflichen Schulformen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Bezugshinweis: Viola Falkenberg Verlag (Bremen), ISBN 3-937822-52-6, 220 Seiten (Paperback), 22,90 Euro. Informationen zu Inhalt und Leseprobe:

www.falkenberg-verlag.de/52-6-start.htm

Zur Autorin:

Corinna E. A. Schütt ist Betriebswirtin und DPRG-geprüfte Beraterin für Unternehmenskommunikation. Sie verfasste als freie Mitarbeiterin im Team des Heidelberger Fernstudieninstituts PR+plus Studienmaterial zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit für Schulen“ www.prplus.de/thema_pr/pr_plus_macht_schule.cfm

Weitere Informationen und Schulberatung:

www.ceaschuett.de

Corinna E. A. Schütt, Franziskanergasse 9, D-63628 Bad Soden-Salmünster
Tel: 06056 / 91 77 900, Fax: 06056 / 91 77 901,
E-Mail: info@ceaschuett.de

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 18 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/Jobgesuche/

Angebote**Volontariat/Trainee/Praktikum**

Die 21 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen

Titel [Pleon Kohtes Klewes Düsseldorf sucht PR-Redakteur/in](#)

Titel [MS&L sucht Sie als Berater](#)

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](#)

In Medien

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

In Verbänden

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

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; 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; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Christina Kahlert, München; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Thomas Mavrides, Unteruhldingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; 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; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; 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, Marktrechwitz; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. März 2006 - 18:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **22.834 Empfänger** versandt.

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-agera.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, Friedberg/Ts.

Ständige Kommentatoren: Dr. Stephan Hoursch, Frankfurt am Main (stephan.hoursch@klenkhorsch.de); 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/Canada (frank_hupke@gmx.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de)

22. Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations startet am 26. Mai und führt im Januar 2007 zum DAPR - Abschluss

Um an der DAPR-Grundausbildung teilnehmen zu können, müssen die Teilnehmer Berufserfahrung im Kommunikationsbereich nachweisen können. Dadurch können auch eigene Erfahrungen in den Kurs mit eingebracht werden. Die maximale Teilnehmerzahl von 14 Personen ermöglicht eine intensive Lehrstoffvermittlung, und es bleibt genügend Zeit für Vertiefungen, Praxisbeispiele und Diskussionen.

Die DAPR-Grundausbildung ist so konzipiert, dass sie sehr gut berufsbegleitend wahrgenommen werden kann. Die zur Beraterprüfung erforderliche Hausarbeit/Konzeption orientiert sich an einem realen Kundenprojekt mit konkretem Auftraggeber.



Die Teilnehmer der 21. Grundausbildung v. I. hinten: Inga Wilhelm (Sanofi-Aventis Dtd. mbH), Michael Monnerjahn (Afrika-Verein e. V.), Chantal Nadolny (Stadtmarketing Zweibrücken), Lars Basche (Global Com PR-Network GmbH), Corinna König (PR-Partner Köln), Annette Müller (freischaffende Kommunikationsberaterin), Michael Schreckenber (Journalist, PR-Redakteur), Brian Patrick Rothwell (TEXT-COM, Tausenstein).

Die Teilnehmer der 21. Grundausbildung v. I. vorne: Nadine Lohner (crossrelations GmbH, Düsseldorf), Veronika Rampf (Koppermann Computersysteme GmbH), Özgü Ülger (Kohl PR & Partner, Bonn), Eva-Maria Bolay-Jodeleit (Journalistin), Peter Mänz (Leipziger & Partner, Frankfurt). Nicht auf dem Foto: Silke Schwarz (Orsay GmbH, Willstätt).

Am 17. März 2006 startete die 21. berufsbegleitende DAPR-Grundausbildung in Frankfurt am Main mit neun Frauen und fünf Männern aus Unternehmen, Agenturen, Vereinen oder freischaffend Tätigen. Sie führt im Oktober 2006 entsprechend der individuellen Praxiserfahrung zum in der Branche anerkannten Abschluss PR-Assistent/in (DAPR), PR-Juniorberater/in (DAPR) oder PR-Berater/in (DAPR).

Seit Aufnahme des Prüfungsbetriebs (1992) hat die DAPR bis heute bundesweit über 3600 Prüfungen erfolgreich abgenommen.

Unsere nächste Ausbildung startet am 26. Mai 2006

Informationen zur 22. Grundausbildung, unseren Workshop- und Seminarangeboten (Inhalten, Dozenten, Preisen sowie Anmeldeformulare) erhalten Sie auch unter www.dapr.de. Rufen Sie uns an, wenn Sie weitere Fragen haben. Nähere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Regina Raab, Telefon 05621/752601 oder per Email raab@dapr.de.