

Pfeffers PR-Newsletter Nr. 64 / 16.+17. Woche 2006

Das neue PR-Umsatzranking 2005 ist online:

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

Seite.1

PR-Boom: plus 11,4 % mehr Honorar - plus 8,2 % mehr Mitarbeiter

2005 haben die PR-Agenturen überraschend kräftig zugelegt: die für das PR-Umsatzranking ausgewerteten 104 Fragebögen deutscher PR-Agenturen ergaben bei den Honorarumsätzen ein Plus von 11,4 Prozent (von 298,2 Millionen Euro in 2004 auf 332,3 Millionen Euro). Die Agenturen haben auch (saldiert) 240 Mitarbeiter neu eingestellt. Von 2.937 auf 3.177 Festangestellten bedeutet ein Plus von 8,2 Prozent. Und auch der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz ist um 2.000 Euro auf nunmehr knapp 105.000 Euro gestiegen. Diese überraschend erfreulichen Zahlen zeigen, dass es zumindest im Bereich Public Relations in der Kommunikationsarbeit kräftig nach oben geht. Im Ranking 2003 konnte dagegen nur ein Nullwachstum gemeldet werden und 2004 waren es 128 Agenturen mit 5,8 Prozent Honorarzuwachs. Die Prognosen der Agenturchefs lassen für 2006 wiederum ein zumindest zweistelliges Honorarwachstum erwarten.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Salz: Rote Karte für Pfeifenköpfe

Stellen Sie sich vor, Sie wollen mehr verdienen und weniger arbeiten. Oder schlimmer: Sie wollen verhindern, dass Sie nichts mehr verdienen, weil Sie nicht mehr arbeiten dürfen. Um Ihr Ziel zu erreichen, kaufen Sie sich

eine leuchtend rote Trillerpfeife, stellen sich nichts sagend vors Haus Ihres Arbeitgebers und trillern.

Stellen Sie sich vor, Sie sind Chef eines Medienkonzerns mit eigener Regierung und werden abgewählt, nicht als Medienmogul, sondern als Regierungschef. Pronto: Sie rufen zunächst Ihre Anwälte an, dann Ihre Programmchefs, dann Ihre Hofschranzen und dann Ihre Schönheitschirurgen. Bisher haben Sie doch alles noch hingekriegt.

Stellen Sie sich vor, Sie sind eine von denjenigen Laien, die einen „Erziehungsgipfel“ einberufen. Sie vergessen aber, wichtige Verbündete einzuladen. Dann wundern Sie sich nicht öffentlich über das Hänseln der Düpierten und stellen den wirklich richtigen Spitzen-Gipfel erst noch in Aussicht. Dumm gelaufen, bergab, soweit.

Können Sie sich vorstellen, zu argumentieren

anstatt zu pfeifen, dem Sieger zu gratulieren anstatt in seine Waden zu beißen, beim Lossegeln alle im Boot zu haben, die Sie zum Ankommen brauchen? Sie seltenes Exemplar, Sie! Sie, Sie, Sie ..., **Sie Kommunikationsprofil!**



[Mathias Scheben](#), Andernach

Burson Marsteller macht Europa-PR für Lufthansa

Der Branchendienst **kress.de** meldet: Das PR-Netzwerk Burson Marsteller mit Hauptsitz in Frankfurt am Main hat den paneuropäischen PR-Etat der Lufthansa gewonnen. Bisher wurde die PR-Arbeit für den Luftfahrtkonzern in 20 europäischen Ländern von unterschiedlichen Agenturen erledigt, jetzt wurden die Aufgaben gebündelt. Die Entscheidung für Burson Marsteller fiel nach einem sechsmonatigen Pitch. Das zu betreuende Gebiet von Burson Marsteller in Europa reicht von Moskau über Stockholm und Kiew bis nach Lissabon.



Neuer Branchen-Award: PR-Nussknacker

Ende April sollten Sie auf unserer Website mal nachschauen: wir starten am 1. Mai den neuen Branchen-Award "PR-Nussknacker". Benennen Sie Ihre Kandidaten! Gewinnen Sie Eintrittskarten zum Event "Goldener PR-Nussknacker."

- Anzeige -



Grenzenlose Kreativität und optimierte Workflows mit InDesign CS2!

Mit Funktionen, die auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt sind, erzielen Sie einen reibungslosen Produktionsablauf. Erweitern Sie Ihren kreativen Freiraum durch die enge Integration mit anderen Anwendungen von Adobe. Nicht umsonst haben sich weltweit tausende von Werbe-Agenturen und Design-Firmen mit InDesign CS2 für die Publishing-Plattform der Zukunft entschieden.

Lassen auch Sie sich überzeugen!

<http://www.adobe.de/zeitvorteil>

Personalien

Andrea Koepfer leitet Presse und Kommunikation bei Epson Deutschland



Bereits seit 1. März ist Andrea Koepfer (34) Leiterin des Bereichs Presse und Kommunikation bei Epson Deutschland für die Vertriebsgebiete Deutschland, Österreich und Schweiz. In dieser Position verantwortet sie alle externen PR-Maßnahmen sowie

die interne Kommunikation. Sie berichtet direkt an Rolf-Hendrik Arens, Head of Marketing.

Koepfer war seit September 2003 Pressesprecherin bei Bild.T-Online und

wechselte im Januar 2004 in die Abteilung Information & Öffentlichkeitsarbeit von Axel Springer. Dort verantwortete sie bis Februar 2006 zusätzlich die Pressearbeit der Berliner Zeitungsgruppe (Die Welt, Welt am Sonntag, Welt Kompakt, Berliner Morgenpost) und die elektronischen Beteiligungen (Immonet, StepStone).

Wichtermann neuer Leiter Unternehmenskommunikation der Vaillant Group

Jens Wichtermann (36) wird ab dem 1. Mai die Unternehmenskommunikation der Vaillant Group, Remscheid, leiten. Sein Aufgabenbereich umfasst die Entwicklung und Umsetzung von Strategien und Aktivitäten der externen und internen Kommunikation der Vaillant Group einschließlich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Mitarbeiter- und Finanzkommunikation. Die Vaillant Group gehört mit einem jährlichen Umsatzvolumen von rund 1,8 Milliarden Euro zu den internationalen Markt- und Technologieführern in der Heiz- und Klimatechnik.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Brandes wird Pressesprecher bei Thomas Cook

Mit Wirkung zum 1. Juni wird Mathias Brandes (41) das Team der Konzernkommunikation der Thomas Cook in Oberursel verstärken. Der gelernte Journalist wird als Pressesprecher für alle Konzernthemen zuständig sein. In dieser Funktion berichtet Brandes an **Mario Köpers**, der am 1. April 2006 als Direktor Konzernkommunikation die Führung der Abteilung übernommen hatte. Brandes übernimmt die Position von **Boris Ogursky** (37), der zu Mai 2006 in den Bereich Media Relations der Deutschen Lufthansa wechseln wird. Brandes verantwortet seit 1998 als Redaktionsleiter in Hannover das Sat.1-Regionalmagazin „17.30live“ für Niedersachsen und Bremen.

Personalien compact (18) (16.KW-06)

01: **Claudia Schmidt** (29) ist jetzt beim Erfurter Literaturportal Gallileus für PR und Marketing zuständig - sie kommt direkt von der Leipziger Messe, wo sie besonders für die dortige Buchmesse arbeitete.

02: **Thomas Reinecke** (37), im Hauptberuf Geschäftsführer der Hamburger PR-Agentur Dederichs Reinecke & Partner wird neuer Dozent für Public Relations an der Kommunikationsakademie Hamburg (KAH).

03: **Stefanie Engeroff** hat die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Expert.Repräsentanz für Medien und Managementtrainer in Frankfurt am Main übernommen.

04: **Jörg Schweigard** (36) wurde am 1. April Leiter Public Relations der größten deutschen Privat-Hochschule AKAD in Stuttgart übernommen. Er kommt von der Gmünder Ersatzkasse.

05: **Carsten Thomsen-Bendixen** wird am 1. Mai neuer Pressesprecher und Leiter Kommunikation beim Energie- und Wasserversorger E.ON Hanse in Hamburg. Er arbeitet bis dahin noch als Leiter des Vorstandsbüros und folgt auf **Esther Seemann**.

06: **Richard Gaul** (59), Leiter der BMW-Konzernkommunikation in München (der zum Jahresende in den wohlverdienten Ruhestand geht) wurde vom Branchenmedium "prmagazin" zum "PR-Manmager des Jahres 2006" ernannt und erhält den Seismographen. Bevor Gaul auf die Unternehmensseite wechselte, war er Journalist. Auf den Berufseinstieg beim „Kölner Stadt-Anzeiger“ im Jahr 1970 folgten Redakteursposten bei der „Stuttgarter Zeitung“, beim „manager magazin“ und bei der „Zeit“. 1985 ging Gaul zu BMW. Nach vier Jahren an der Spitze der Hauptabteilung Presse wurde er 1989 als Nachfolger von **Horst Avenarius** Leiter des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Im Sommer 2000 übernahm er zusätzlich die Verantwortung für die politischen Büros in Berlin/Bonn, Brüssel, London und Washington sowie für die politische Kommunikation.

07: **Heike Bedrich** berichtet jetzt im "PR-Blogger" von Klaus Eck, München über Sport & Communication (Fußball, WM und FIFA).

08: **Jörg Wacker** (38) wird ab Mai Co-Geschäftsführer von DoubleM Media in München - für die Bereiche Marketing, Sponsoring und Kommunikation. Er war zuletzt bei Sport1.

09: **Axel Lüdeke** (38) übernimmt am 1. Juni die neue Position des Leiters Unternehmenskommunikation beim

Finanzdienstleister J.P. Morgan in Frankfurt am Main. Er war zuletzt bei Hering Schuppener Consulting in Düsseldorf und Frankfurt am Main sowie bei Maitland Consultancy in London tätig.

10: **Matthias Mehlen** (33) wurde Senior Department Head im Corporate Affairs-Team von McDonald's Deutschland in München. Er kommt vom ortsansässigen Büro des Zeitbild-Verlags.

11: **Klaus-Peter Schmidt-Deguelle** (55) arbeitet jetzt als freier Berater ("associated partner") für WMP Eurocom in Berlin.

12: **Roland Schatz**, Geschäftsführer des Medienforschungsinstituts Media Tenor Deutschland, Bonn wurde mit sofortiger Wirkung von seinem Posten abberufen. Sein Nachfolger wurde **Thomas Stein** (39), zuletzt als Senior Consultant und Prokurist bei der PR- und Kommunikationsberatung Pleon Kohtes Klewes beschäftigt.

13: **Thorsten Nicklaß** (41) übernimmt die Marketingleitung der Siemens Home and Office Communication Devices in München. Zu seinem Aufgaben gehören auch PR und Analyst Relations.

14: **Katy Bartsch** (29) wechselte von der ortsansässigen Agentur Molthan van Loon (GPRA) zu achtung! kommunikation in Hamburg in den Bereich Food & Beverage.

15: **Dagmar Ewert** (40) leitet ab 1. Mai die Kommunikation von Carl Zeiss SMT in Oberkochen. Sie war zuvor 14 Jahre bei Hewlett-Packard.

16: **Alexandra Schaar** kam von Proctor&Gamble zu Starbucks Coffee Deutschland in Essen und leitet dort jetzt als Senior Marketing Manager das Marketing.

17: **Petra Brandes** (36) verstärkt ab Mai als Senior Consultant das Corporate Communications Team der NewMark Finanzkommunikation in Frankfurt am Main. Sie kommt von der Münchener Agentur relatio Public Relations.

18: **Hans Schregelmann** wird am 1. Juli neuer Chefredakteur der "Pasauer Neuen Presse" - als Nachfolger von **Michael Backhaus**, der Mitte 2005 zur "Bild" und "BamS" wechselte. Schregelmann kommt vom Nachrichtensender N24.

- 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

häberlein & mauerer gewinnt Sony Deutschland

Die PR-Agentur häberlein & mauerer, München/Berlin sicherte sich den Etat der Sony Deutschland und übernimmt ab sofort die strategische Beratung und Pressearbeit für das Unternehmen. Zuständig für die Entwicklung und Durchführung einer integrierten PR-Gesamtstrategie sowie kreativer PR-Kampagnen sind die Münchener PR-Spezialisten um Managing Director Ute Hildebrandt, Kundenberaterin Désirée Kuhm und Kundenberater Martin Opercan. Ziel der Zusammenarbeit wird der weitere Ausbau der Position der Sony Deutschland GmbH im Markt für Digital Entertainment sein. Zudem soll das Image der Marke Sony als technisch innovative Lifestyle-Marke im Consumer-Bereich gestärkt werden.

Etats compact (10) (16.KW-06)

01: ReiseBank NationsCup 2006, Frankfurt am Main

an: **Wise PR**, Frankfurt am Main

02: Schwedische Handelskammer, Düsseldorf

an: **INFOkontor**, Köln

03: **Häberlein & Mauerer**, München/Berlin gehört als PR-Agentur zu den sechs

Kommunikationsagenturen, die künftig noch für Sony arbeiten werden (von ehemals 74 Agenturen).

04: Bango (Anbieter mobiler Direct-to-Consumer-Services), ???

an: **Public Affairs**, Köln (gehört zur Counterpart-Gruppe)

05: s.Oliber (Mode), Rottendorf

an: **Borchert & Schrader**, Köln

06: IBG-Haus (Massivhausbauer), Búdelsdorf

an: **Faktor 3** (GPRA), Hamburg

07: Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) Bayern, München

an: **Büro für Öffentlichkeitsarbeit Marko Junghänel**, München

08: Sanofi Pasteur MSD + Mundipharma + Berufsgenossenschaft für Gesundheit und Wohlfahrtspflege

an: **Publicis Vital**, Frankfurt am Main

09: Immobilienunternehmen GWG Gewerbe, Hamburg

an: **Leiseder Kommunikation Plus**, Hamburg

10: Nordsee Österreich, Wien

an: **Reichl und Partner**, Wien + Linz/Österreich

- 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

BPRA: PR-Agenturen auf Wachstumskurs

Die schweizer Public Relations-Branche ist im Aufschwung: 2005 verzeichneten die Agenturen ein Wachstum von gegen drei Prozent. Stark zunehmende Anfragen von Neukunden in den letzten sechs Monaten stimmen die Branche zuversichtlich für 2006, wie der Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz am 21. April an seiner Jahresmedienkonferenz mitteilte.

Das Nett Honorarvolumen wuchs im vergangenen Jahr um 2.9 Prozent und die Zahl der Mitarbeitenden nahm um 1.8 Prozent zu. "Das stimmt nach drei eher schwierigen Jahren hoffnungsvoll", so der BPRA. Der pro Kopf-Ertrag hielt sich praktisch unverändert auf 220'000 Franken. An der Spitze der Rangliste der Nett Honorarerträge steht unverrückt Farner Consulting mit 11.2 Mio. Franken, gefolgt von Burson-Marsteller. An dritter Stelle rangiert Peter Bütikofer & Company mit 8.4 Mio. Franken, gefolgt von Trimedia.

PR-Ranking 2005: Branche überraschend stark gewachsen

Die Top 20 des PR-Umsatzrankings 2005 melden eine überraschend starke Zunahme des Honorarvolumens: insgesamt wurden 12,4 Prozent mehr als noch für 2004 erlöst. Die 20 führenden Agenturen erzielten 210,8 Millionen Euro (2004 waren es 187,6 Millionen Euro). Aber auch bei den Mitarbeitern gab es gegenüber dem Vorjahr ein Plus um 186 Neueinstellungen (von 1.669 auf 1.855), das macht knapp 11,2 Prozent mehr Mitarbeiter. Insgesamt zeigt die Kurve endlich wieder kräftig nach oben. Und auch für 2006 erwarten die Top-Agenturen wieder zweistellige Zuwächse.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Branche compact (8) (16.KW-06)

01: Nielsen Media Research sieht den deutschen Werbemarkt wieder auf Wachstumskurs. Im ersten Quartal stieg das Brutto-Werbevolumen in den klassischen Medien

gegenüber dem Vorjahr um 4,2 Prozent auf 4,5 Milliarden Euro. Besonders stark legte der Telekommunikationsbereich und das Pharma-Segment zu.

02: Am 17. April feierte **Osram sein 100jähriges Markenjubiläum** - 100 Jahre voller spannender Licht-Innovationen und eine der traditionsreichsten Marken der Welt. Der Name entstand übrigens aus den früher gängigen Glühwendel-Materialien Osmium und Wolfram. Wie daraus ein Hightech-Unternehmen der Lichtbranche wurde: www.osram.de.

03: Junge Projekte überzeugen auch große Namen. Deshalb unterstützen gleich vier europäische Außenminister den **EUROPAZUG 2006**. Frank-Walter Steinmeier und seine Kollegen aus Tschechien und Polen, sowie das Außenministerium von Österreich als Ratspräsidentschaft der Europäischen Union übernehmen die Schirmherrschaft für den am 24. April startenden EUROPAZUG 2006. „Wir sind begeistert, dass die Idee auch auf höchster politischer Ebene soviel Zuspruch erhält.“, freut sich Projektleiter Tobias Hipp. Während der Fahrt des Europazuges diskutieren die 70 jungen Mitreisenden mit Schriftstellern, Europapolitikern und Journalisten über europäische Ideen und eigene Erfahrungen. Am 01. Mai findet eine Abschlusskonferenz im Berliner Tränenpalast statt. Infos: www.europazug.de.

04: Der von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (**DPRG**) ausgerichtete Fachkongress „**Deutscher PR-Tag**“ vom 11. - 13. Mai 2006“ in Halle und Leipzig findet großen Zuspruch in der Kommunikationsbranche. Führende Unternehmen, die Wirtschaftsinitiative für Mitteldeutschland und Politiker unterstützen die Initiative der DPRG vor Ort. Der Deutsche PR-Tag steht unter dem Motto „**Verantwortung und Glaubwürdigkeit** - Kommunikation schafft und braucht Werte“. Die Kommunikationsverantwortlichen in Deutschland sehen sich zunehmend in der Verantwortung, gesellschaftliche Veränderungen in ihre tägliche Arbeit zu integrieren. Infos: www.dprg.de.

05: Nielsen Media Research hat die **Bruttowerbeaufwendungen** des 1. Quartals 2006 ermittelt. Demnach lagen die Bruttowerbeausgaben zwischen Januar und März dieses Jahres in den klassischen Werbeträgern bei 4,5 Milliarden Euro. Das macht ein Plus von 4,2 Prozent, bzw. 184 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

06: Nach vier Jahren an der Spree hat die **Hamburger Agentur Konstruktiv PR-Beratungsgesellschaft** ihr **Hauptstadt-Engagement** mit neuen Büroräumen in Berlin-Wilmerstorf weiter ausgebaut. Von dort wird das Unternehmen insbesondere Klienten aus den Bereichen Chemie und Pharma, Verbände, Interessenvertretungen sowie den Bereich Politik betreuen. Bis Ende des Jahres soll das Büro auf acht Mitarbeiter anwachsen. Infos: www.konstruktiv-pr.de.

07: **Text 100 Global Technologie Public Relations** ist mit drei Kampagnen in der Endausscheidung für den **europäischen SABRE-Award 2006** in den Kategorien Entertainment and Culture, Corporate Social Responsibility und B2B Marketing. Mit den SABRE-Awards zeichnet die New Yorker Holmes Group hervorragende Leistungen in den Bereichen Branding und Reputation aus. Die Awards sind der größte PR-Wettbewerb in den Vereinigten Staaten. In Europa wurden die begehrten Auszeichnungen zum ersten Mal 2005 verliehen. In diesem Jahr findet die Preisverleihungsgala am 24. Mai in Berlin statt.

08: Der **"Public Relations Book Award"** für das beste Konzept für ein Buch zum Thema Public Relations ist zum zweiten Mal ausgeschrieben. An dem jährlichen Wettbewerb können Einzelpersonen ebenso teilnehmen wie Gruppen - ob Auszubildende in der PR, Wissenschaftler oder erfahrene Fachkraft. Thema dieses Awards ist ein Konzept für ein Sachbuch zu Grundlagen der PR oder branchenspezifischer PR. Der Bremer Viola Falkenberg Verlag fordert damit PR-Fachkräfte aller Branchen und Bereiche auf, fachliche Grundlagen der PR-Arbeit zu publizieren. Infos: www.falkenberg-verlag.de.

Medien

Banken haben größte Medienpräsenz unter den Finanzdienstleistern

Die Vorstände der deutschen Banken sind unter den Finanzdienstleistern in den Medien am fragtesten. Das ergab eine Studie der Hamburger PR-Agentur Faktenkontor, von Landau Media, Berlin und "Handelsblatt", Düsseldorf. Sie untersuchte die Medienpräsenz

von 160 deutschen Vorstandsvorsitzenden, darunter 20 Finanzdienstleister, in 21 deutschsprachigen Publikationsquellen.

Während unter den Top 5 des Rankings sowohl die Deutsche Bank durch Josef Ackermann als auch die Commerzbank durch Klaus-Peter Müller vertreten sind, erscheint mit dem Vorstandsvorsitzenden der Allianz, Michael Diekmann, der erste Versicherer auf Platz neun, gemeinsam mit Chef der Lufthansa. Unter den Top 30 erscheinen zwei weitere Banken: Die Bayerische Hypo- und Vereinsbank mit Dieter Rampl, und die Deutsche Postbank mit Wulf Freiherr von Schimmelfmann. Der nächste Versicherer folgt mit der Münchener Rück und seinem Vorsitzenden Nikolaus von Bormhard auf Rang 31. *Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.*

Medien compact (7) (16.KW-06)

01: Der Fernsehsender **MTV** will die umstrittene **Zeichentrickserie "Popetown"** trotz anhaltender Kritik vom 3. Mai an ausstrahlen. Das sagte der Programmdirektor des Musiksenders, Elmar Giglinger, dem Nachrichtenmagazin "Focus". Das Medienkontrollgremium Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) habe der vorab eingereichten Folge der Papst-Satire eine Freigabe für das Tagesprogramm erteilt. Auf das **Anzeigenmotiv** für "Popetown", das einen vom Kreuz gestiegenen Jesus im Fernsehsessel unter dem Titel "Lachen statt rumhänge" zeigt, hatte MTV nach massiven Protesten vor allem des Deutschen Werberates verzichtet.

02: Der **Kreativwettbewerb "Annual Multimedia 2007"** ist gestartet. Die Einreichungsfrist der Multimedia-Anwendungen endet am 28. Juli. Infos: www.annual-multimedia.de.

03: **Online-Reichweiten-Spitzenreiter** bleibt im März 2006 T-Online mit 2.052,2 Millionen PageImpressions. Die Plätze zwei und drei werden von Mobile.de (923,6 Mio. Pl's) und Yahoo (897,4 Mio. Pl's) belegt.

04: Am 14. April gab es side 10. Sendung des **Stadtmagazins "Goldelse"** bei TV.Berlin. Es wird von den Studenten und Auszubildenden der **Dekra-Medienakademie** produziert. Die Sendung soll dem jungen Publikum einen Einblick in das Berliner Szeneleben eröffnen.

05: Der Corporate-Publishing-Dienstleister corps. Corporate Publishing Services, Düsseldorf, und der H&T Verlag in München verschmelzen zu einer Verlagsgesellschaft. Die beiden Tochterunternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf, firmieren ab sofort als **corps. Corporate Publishing Services**.

06: Die **SAP-Mitarbeiterzeitschrift "SAP World"** ist beim „Inspire Award“ der League of American Communications Professionals (LACP) mit Gold ausgezeichnet worden. Für die Sonderausgabe „Best-run SAP“ vergaben die Juroren 95 von 100 möglichen Punkten. Gleichzeitig erreichte das Magazin Platz zehn unter den 50 besten Mitarbeiterpublikationen in den USA. Für das Design und die Produktion zeichnet die Agentur Signum communication aus Mannheim verantwortlich.

07: *kress.de meldet*: Die Anzeigen-Krone darf auch im **1. Quartal 2006** Gruner + Jahr aufbehalten. Der Hamburger Großverlag hat inklusive der Motor-Presse Stuttgart laut Nielsen Media Research von Januar bis März 190 Millionen Euro brutto an **Anzeigenerlösen** erwirtschaftet. Das sind 13,7 Prozent mehr als im Vorjahresquartal und entspricht einem Marktanteil von 20 Prozent. Auf Rang zwei folgt Burda inklusive der Verlagsgruppe Milchstrasse mit 169 Millionen Brutto-Anzeigenumsatz im 1. Quartal, was einem Wachstum von 10,7 Prozent und einem Marktanteil von 17,8 Prozent entspricht. Auf Platz drei kommt traditionell die Zeitschriftensparte von Axel Springer mit 130 Millionen Anzeigenumsatz brutto. Das sind 6,3 Prozent mehr als im Vorjahresquartal und ein Marktanteil von 13,7 Prozent.

Service + Tipps

Stamm: Informationen zu 27.764 Medien

Zum 59. Mal ist der "**Stamm - Leitfaden durch Presse und Werbung**" soeben im Essener Stamm-Verlag erschienen. So viele Detailinformationen über Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und Fernsehen gab es noch nie. Der "Stamm", den es als zweibändige Printausgabe und auf CD-ROM gibt, enthält alleine bei deutschen Zeitungen mehr als 10.000

Ansprechpartner mit 140.000 Adressen der Medienschaffenden. Die Datenbank in Essen wird täglich aktualisiert. Infos: www.stamm.de.

GmbH-Chef: Doch keine Rentenversicherungspflicht beim Alleingesellschafter

Bereits seit dem Jahr 1999 werden auch Scheinselbstständige in die Versicherungspflicht einbezogen, die dauerhaft im Wesentlichen nur für einen Auftraggeber aktiv sind und hierbei keinen Arbeitnehmer beschäftigen. Diese gesetzliche Regelung hatte das Bundessozialgericht (BSG) jüngst auch auf den Alleingesellschafter-Geschäftsführer einer GmbH angewendet.

Der war bislang von der Versicherungspflicht ausgenommen, wenn die GmbH Aufträge für mehrere Kunden erledigt. Das BSG kam zu der Auffassung, dass nicht auf die Verhältnisse der GmbH, sondern auf die des Gesellschafter abzustellen ist. Damit wäre der Alleingesellschafter-Geschäftsführer versicherungspflichtig, wenn er nur für seine GmbH und damit nur für einen Auftraggeber tätig wird und selbst keine Arbeitnehmer beschäftigt. Mehr dazu unter <http://www.steuer-sparbuch.de/de/pub/forwards/content3867.cfm>.

Service compact (7) (16.KW-06)

01: Die **Deregulierung des DSL-Markts könnte Impulse für Wachstum und Beschäftigung geben**. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Studie von Mercer Management Consulting und NERA Economic Consulting „Deregulierung in europäischen Breitbandmärkten – Potenziale einer ökonomisch orientierten Regulierungspraxis“. Sie zeigt die enorme gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Breitbandmarkts, der allein in Deutschland 59.000 neue Arbeitsplätze schaffen und das Wirtschaftswachstum in den nächsten drei Jahren um jeweils 0,2 Prozent steigern könnte. Die Bundesregierung und die deutsche Regulierungsbehörde, die Bundesnetzagentur, plädieren daher dafür, bei neuen Breitbanddiensten zunächst keine Regulierung einzuführen, um die Marktdynamik nicht zu bremsen.

02: Im letzten Newsletter hatten wir schon auf das neue praktische Booklet "**KROLLselect**" hingewiesen. Wir ergänzen : die wichtigsten

Tageszeitungen in Deutschland mit ihren Sport-, Wirtschafts- und Politikressorts sind auf der Website von kressreport zum Download bereit: www.kress.de/krollselect.

03: Die großen **Kabelnetzbetreiber Deutschlands** – Kabel Deutschland, Kabel BW, ish in NRW und istry in Hessen – **haben sich mit Telefon- und Internetangeboten als Preis-Leistungssieger durchgesetzt**. Dies bestätigen unabhängige Vergleichstests der ARD-Ratgebersendungen "Plusminus" (Sendung vom 4. April 2006) und "Ratgeber Technik" (Sendung vom 14. Januar 2006). Demnach ist das Telefonieren über den Fernseekabelanschluss in den meisten Fällen deutlich günstiger als über die Telefonleitung. Die Kabelnetzbetreiber bieten über ihre modernisierten Netze auch schnelle und preiswerte monatliche Festpreise ("Flatrates") für Internet und Telefonieren an. Verbraucher können über die Internetseite www.kabelinternet.de überprüfen, ob ihre Hausadresse bereits an ein modernisiertes Kabelnetz angeschlossen ist.

04: **Die meisten Deutschen fühlen sich an ihrem Arbeitsplatz unwohl**. Lediglich 28 Prozent der Bundesbürger sind rundum zufrieden. Als Hauptärgernisse gibt jeder Vierte Lärm und Unordnung an. Das ergibt eine repräsentative bundesweite Befragung von de Boer, Marktführer für flexible Hallen- und Zeltsysteme. "Deutsche Unternehmen achten viel zuwenig auf eine angenehme Arbeitsumgebung", erklärt Stefan Bartosch, Geschäftsführer von de Boer. "Dabei schlägt sich gerade das direkte Umfeld auf die Leistung der einzelnen Mitarbeiter nieder." Rauschende Klimaanlageanlagen, Straßenlärm, laute Kollegen und andere störende Geräuschquellen sorgen in deutschen Büros für große Unzufriedenheit. 27 Prozent der Befragten halten Krach am Arbeitsplatz für besonders störend. Aber auch Unordnung (25 Prozent) und die falsche Raumtemperatur (23 Prozent) sind Gründe für Frust. (*Quelle: directnews*)

05: Im **Internet-Themenportal** www.pressetreff.de gibt es aktuelle und kostenfreie Presstexte zu den Themen Gesundheit/Fitness, Bauen und Wohnen, Reise, Finanzen sowie Senioren.

06: Hier einige **Neuerscheinungen von Büchern**, die für Kommunikationsmenschen interessant sein können (bzw. sind):
- Claus Hoffmann, Beatrix Lang: **Das Intranet. Erfolgreiche Mitarbeiterkommunikation**. UVK-

Verlagsgesellschaft Konstanz. ISBN: 3-89669-491-X.

- Michael Böhm: **Wie Sie mit schmalem Budget erfolgreich werben**. Cornelsen Verlag Berlin. ISBN: 3-589-23645-0.

- Dietmar Pfaff: **Marktforschung - Wie Sie Erfolg versprechende Zielgruppen finden**. Cornelsen Verlag Berlin. ISBN: 3-589-23690-6.

- Dieter Herbst: **Das professionelle 1 x 1 Corporate Identity**. Cornelsen Verlag Berlin. ISBN: 3-589-23586-1.

- Frank Wilmes: **Krisen-PR - Alles eine Frage der Taktik: Die besten Tricks für eine wirksame Offensive**. Verlag BusinessVillage Göttingen. ISBN: 3-938358-30-0.

07: Und auch aus Wiesbaden vom **Statistischen Bundesamt** gibt es interessante Informationen:

- Der deutsche Einzelhandel hat mit **Büchern und Fachzeitschriften** im Jahre 2004 fast vier Milliarden Euro umgesetzt.

- Die Ausgaben für **Tabakwaren** sind im ersten Quartal 2006 gegenüber dem Vorjahresquartal um 4,2 Prozent gestiegen (Verkaufswert im Handel: 5,9 Milliarden Euro).

- Die **Verbraucherpreise** sind im März 2006 um 1,8 Prozent gestiegen - gegenüber März 2005.

- Am Ende des Schuljahres 2004/2005 haben rund 399.200 Schülerinnen und Schüler in Deutschland die **Hochschul- oder Fachhochschulreife** erworben. Das waren 3,2 Prozent mehr als im Vorjahr.

- Die **Verdienste in der Industrie** sind im Januar 2006 um 1,2 Prozent gestiegen (vollzeitbeschäftigte Arbeitnehmer im produzierenden Gewerbe). Im **Dienstleistungsbereich** (Handel, Kredit- und Versicherungsgewerbe) waren es 1,1 Prozent mehr.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Wenn BWL im Lebenslauf fehlt: Zertifizierter Crash-Kurs BWL

Betriebswirtschaftliche Kompetenz rangiert ganz oben bei den nachgefragten Berufsqualifikationen - dies gilt auch für Medienberufe im Journalismus, in der Werbung oder in der PR. Wer Führungsaufgaben wahrnimmt oder dies anstrebt, jedoch keine betriebswirtschaftliche Ausbildung hat, kann sich in einem "Crashkurs" an drei

Wochenenden wichtige BWL-Kenntnisse zulegen. Die Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie München (**VWA**) bietet zusammen mit dem **Institut burcom** den Kompakt-Lehrgang „Betriebswirtschaft und Unternehmensführung“ an. Die Weiterbildung ist VWA-zertifiziert. Auch für Selbständige. Ab 7. Juli in München, direkt am Hauptbahnhof. Informationen unter www.burcom.de oder Tel. 0 89-45 24 97-00.

Termine compact (11) (16.KW-06)

01: Eine **Podiumsdiskussion** zum Thema "**Gutes Geschäft oder gute Gesellschaft** - Unternehmensverantwortung in Zeiten von Arbeitslosigkeit und Umweltzerstörung" veranstaltet das forum zukunftsökonomie am 27. April in der Bremer Landesvertretung in Berlin. Infos: www.preis-der-arbeit.de.

02: **WAK Köln baut Reihe mit Tagesseminaren in 2006 weiter aus:** mit Ulrich Bernhard, Unternehmenskommunikation Bayer, gibt es am 6. Mai ein Seminar zum Thema „**Issue und Krisenkommunikation**“ halten. Darüber hinaus wird auch das bereits etablierte, erfolgreiche Seminar zum Thema „**Agentur-Controlling**“ am 13. Mai erneut mit den beiden BWL-Professoren Wilfried Leven und Ulrich Stangl durchgeführt. Infos: www.wak-koeln.de.

03: Vom 24. bis 29. Juli veranstalten die **UdK Berlin** und ihr Institute of Electronic Business zum zweiten Mal eine **Sommeruniversität**. Es geht um **digitale Kommunikation** und aktuelles Know-how in den Bereichen Design, Text, Bild und Film. Infos: www.stilbluete.com.

04: **directnews** veranstaltet ein erstes **Seminar zur Finanzmarktkommunikation** am 23. Juni in Frankfurt am Main: "Investor Relations auf nationaler und internationaler Ebene". Infos: www.directnews.de.

05: Die Kölner **ofischer academy** kündigt neue Seminare zur den Themen "Persönliche Effizienz" und "PR-Arbeit mit kleinem Budget" an. Infos und Termine: www.ofischer-academy.com.

06: Das **Zentrum für Weiterbildung der Universität Bremen** veranstaltet mit der Fachbuchautorin Viola Falkenberg eine fünfteilige Seminarreihe: "Aus dem Dschungel der Gesetze

zum erfolgreichen Interview". Infos: www.weiterbildung.uni-bremen.de.

07: Führungskräften und Entscheidungsträgern bietet sich auch diesen Sommer wieder die Möglichkeit eine einzigartige Weiterbildungsalternative zu nutzen. In einem zweitägigen Intensiv-Seminar vermittelt die **Management Summer School am Malik MZSG** auf Basis der Systemorientierten Managementlehre und dem St. Galler Management-Modell konzentriertes und ganzheitliches Management-Wissen. Infos: www.malik-mzsg.ch/seminare.

08: Das **7. Content Management Forum** findet am 16., 17. und 18. Mai in München, Hamburg und Frankfurt am Main statt. Bei den Fachkonferenzen geht es um eCommerce, eContent und Informationsprozesse. Infos: www.cm-forum.de.

09: Am 1. Juni veranstaltet die Deutsche Akademie für Public Relations (**DAPR**) in Frankfurt am Main mit Volker Weber das **Tagesseminar „Praktische Ansätze für das PR-Controlling“** für Kommunikationsfachkräfte aus Unternehmen, Agenturen, Verbänden oder freischaffend Tätige. Das Seminar beginnt mit der Formulierung der Funktionen des Kommunikationscontrollings. Infos: www.dapr.de.

10: Der **PR-Fernstudiengang von com+plus** hat die in 2006 neu eingerichtete, offizielle **Zertifizierung nach SGB III** (AZWV genannt) erhalten. Die Ausbildung bei com+plus ist damit auch zukünftig von der Arbeitsagentur (BfA) nach SGB III zur Weiterbildungsförderung zugelassen und erfüllt gleichzeitig nachgewiesene hohe Qualitätsstandards. So erhalten auch Arbeitssuchende die Möglichkeit, sich durch eine hochqualifizierte Weiterbildung fortzubilden.

11: Die **UMC Potsdam** gründete am 20. April das bundesweit erste **Institut für Markenmanagement**. Damit legte sie den Grundstein für die „Marke“ als eigenen Forschungs- und Lehrgegenstand im deutschen Hochschulsystem. Bereits im September 2006 startet das IMP die ersten Grundlagen- und Expertenseminare und im Januar 2007 den bundesweit neuen Executive MBA- Studiengang Integriertes Markenmanagement. Infos: www.imp-potsdam.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über...die Frage, wem die Kinder- und Familienförderung zugute kommt



Guten Tag! „Kinder sind unsere Zukunft“, ist der Satz, dem heutzutage niemand zu widersprechen wagt. Deshalb müssen Kinder und ihre Familien stärker gefördert werden, hört man unisono. Das würde dazu führen, daß Familien mehr Kinder zeugen. Ohne mehr Nachwuchs gäbe es in einigen Jahren nicht genügend Erwerbspersonen, die Steuern und sonstige Abgaben, vor allem in die Sozialkassen, zahlen.

2004 wurden Familien mit ca. 100 Milliarden Euro gefördert; das waren 4,5 Prozent vom Bruttoinlandsprodukt. 1992 sind es erst 65 Milliarden Euro oder 3,9 Prozent des Bruttoinlandsproduktes gewesen. Zusätzlich fördern Unternehmen jährlich Familien mit einigen hundert Millionen Euro.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer&Salz&Senf

Humor: Betrug ist, wenn...

"Was ist Betrug?", fragt der Professor den Jurastudenten.

"Betrug ist, wenn Sie mich durchfallen lassen."

Der erstaunte Professor: "Wieso denn das?"

"Weil sich nach dem Strafgesetzbuch derjenige des Betruges schuldig macht, der die Unwissenheit eines anderen ausnützt, um diesen zu schädigen."

Rezensionen

Pressearbeit für Künstler

Rezension von Katharina Knieß, München, k.kniess@tipp-presse.de.

Soeben erschien, komplett überarbeitet, die zweite Auflage des Handbuchs „Pressearbeit in der bildenden Kunst“. Herausgeber ist basis wien, „Dokumentationszentrum, Archiv und umfangreichste Datenbank zu zeitgenössischer Kunst“. Das Buch verspricht „Grundlagen und Tipps für den erfolgreichen Umgang mit Medien in Österreich“. Abgesehen von vielen spezifischen Redaktionsadressen, bietet es aber auch für Künstler in anderen deutschsprachigen Ländern grundlegende Einblicke in diesen wichtigen Bereich.

Die ausführliche Einleitung „Zeitgenössische Kunst und Medien“, den der NZZ-Kunstkritiker Samuel Herzog beisteuerte, führt wichtige Aspekte, Chancen und Missverständnisse im Zusammenspiel von Kunst, Künstlern und Medien auf. Weitere Beiträge gehen auf die Einbindung des Künstlers in die Werk- und mediale Vermarktung ein: Marketing, Werbung, CI und andere Grundbegriffe werden knapp, aber recht differenziert angesprochen, ehe näher auf die österreichische Medienlandschaft eingegangen wird.

Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Wolff: Online-PR professionell gestalten

Autor der Rezension: Andreas Becker, arspublicandi GmbH, Rodalben/Ransbach-Baumbach

"Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler." Diese einst von Helmut Thoma auf das Privatfernsehen bezogene Aussage entlehnt Christiane Wolff einleitend als Leitgedanken für die Presseangebote von Unternehmen. Die dahinter stehende Pragmatik, stets den Rezipienten gerecht werdend - das bedeutet für den PR-Schaffenden, wie der Leser im Folgenden erfährt, nun mal immer öfter auch, den Online-Weg zu gehen.

Auf theoretische Betrachtungen zur Online-PR folgt in dem vorliegenden Fachbuch ein umfangreicher Praxisteil. Die Autorin, ihres Zeichens Theater-,

Film- und Medienwissenschaftlerin mit Medien MBA, stützt sich hier insbesondere auf Erfahrungen aus ihren Engagements als Abteilungsleiterin bei einem Pay-TV-Sender und als Senior Beraterin bei einer PR-Agentur.
Zum kompletten Beitrag auf der PRJ-Homepage.

Turis Küchenruf serviert... _____

...Linseneintopf mit Würstchen

von PeterTuri @ 11.01.2006 - 12:48:38



Riech doch mal, wie er duftet, der Linseneintopf, den Du so geliebt hast, damals, als Omi Dir die verschrammten Knie mit einem Pflaster versorgte und deinen Hunger mit ihrem wundervollen

Linseneintopf mit Würstchen.

- 2 Dosen Linsen
- 1 Bund Suppengemüse
- 6 mittelgroße Kartoffeln
- 1 Liter Gemüsebrühe
- 6 Wiener Würstchen

Zubereitung

1. Suppengemüse putzen, waschen, würfeln. Kartoffeln schälen, würfeln. Alles in einem großen Topf mit heißem Fett andünsten. Gemüsebrühe zugießen und 10 Minuten kochen lassen.
2. Linsen zugeben und erhitzen. Mit Salz und Pfeffer pikant abschmecken.
3. Würstchen klein schneiden und zugeben. Fünf Minuten in den Linsen erhitzen. Ab und zu umrühren.
4. Aufessen und an Omi im Himmel denken.



Wer mehr über Peter Turi's köstliche **Sammlung von Kochrezepten** lesen möchte: auf der Website "[Küchenruf - Die Seite für Rezepte, Küchentratsch und Medienklatsch](#)" steht alles weitere. Das "PR-Journal" wird wöchentlich ein besonders interessantes Rezept auswählen - danke an Peter Turi, Walldorf für die Kooperation.

Für Kommunikationsmenschen ebenfalls ein "Muss": **Peter Turi's neuer Weblog "turi2.de - your message is the medium"** - [hier klicken](#).

Internes – aus der Redaktion _____

Neu im PRJ: Kochen und Marketing

Sie haben's vielleicht schon bemerkt: **nun wird bei uns auch noch gekocht**. Der Küchenchef ist aber ein ein Besonderer: **Peter Turi** aus Walldorf (bei Heidelberg). Er hatte von Günter Kress den "kress" übernommen und den ersten Online-Branchedienst geschaffen. Nach einer Auszeit ist er nun wieder zurück und macht seinen lesenswerten Weblog turi2.de. Und auch **den Küchenruf**, eine Sammlung von normalen Rezepten und mit Küchentratsch und Medienklatsch. Wir wollen noch mehr zusammen machen. Einstweilen - guten Appetit!

Nach Fertigstellung des neuen Umsatzrankings soll nun verstärkt unser **Agenturregister** weiter ausgebaut werden - mit den verlinkten Adresseinträgen, den ausführlichen Datenbankeinträgen und den Agenturporträts. Für die Betreuung **dieses Marketing-Bereichs** konnten wir **Ursel Reineke**, Heidelberg gewinnen, die Frau unseres Redaktionsmitglieds Wolfgang Reineke. Sie kennt als Diplom-Dolmetscherin und

Übersetzerin die Branche und wird unsere diversen Präsentationsangebote versuchen, den bei uns eingetragenen 1.731 PR-Agenturen und Beratern schmackhaft zu machen. Es sind Mosaiksteine unseres Branchenservices für Sie alle.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 18 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (25)

Titel [Weber Shandwick Köln sucht Senior PR-Berater \(w/m\) für Corporate Bereich](#)

Titel [Account Manager\(in\) Hörfunk-PR bei directnews in Leipzig](#)

Titel [MS&L sucht Junior-PR-Berater\(in\)](#)

Titel [PR-Berater \(m/w\) für CrossPR GmbH in Düsseldorf gesucht](#)

Titel [Projektmanager/in für den Bereich Finanz-PR bei ergo in Köln](#)

Titel [ergo in Köln sucht Projektmanager/in für das Grafik-Atelier](#)

Titel [Junior PR-Berater/in bei Hill & Knowlton Frankfurt](#)

Titel [Junior PR-Berater/in oder Texter/in in Hannover](#)

Titel [Weber Shandwick Hamburg sucht einen Brand/Consumer PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Online-Redakteur \(m/w\) für unseren Standort München](#)

Titel [Kölner Agentur sucht PR-Assistenten](#)

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

Titel [CP/COMPARTNER in Essen sucht PR-Berater/in](#)

Titel [PR-Redakteur/in bei CP/COMPARTNER in Essen](#)

Titel [Zallmann Marketing in Siegen sucht Mediengestalter \(Fachrichtung Mediendesign\)](#)

Titel [Key Account Manager \(m/w\) bei Zallmann Marketing in Magdeburg](#)

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

Titel [PR-Berater/in bei Johanssen+Kretschmer in Berlin](#)

Titel [Burson-Marsteller Frankfurt sucht Account Manager und Seniorberater](#)

Titel [PR-Assistent/in bei Hansmann PR in München](#)

Titel [PR-AssistentIn in Karlsruhe gesucht](#)

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

Titel [PR-Assistentin in Hamburg gesucht](#)

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

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

In Unternehmen (1)

Titel [Beratungsunternehmen in München sucht PR-Berater High-Tech \(w/m\)](#)

Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 24. April 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.879 Empfänger** versandt.

Marketing - MediaService: Ursel Reineke (marketing@pr-journal.de), Schloß Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg, Telefon: +49 (0)6221 165506 (Einträge Datenbanken I + II/Agenturen, Dienstleister, Ausbildung); Michael Seipelt (info@business-travel.de), Düsseldorf (Google-Werbung);

Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail: redaktion@pfeffer.de, redaktion@pr-journal.de, gerhard@pfeffer.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.

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.

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)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Oliver Fischer, Köln; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; 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 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; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Dietrich Schulze van Loon,

DPRG

DEUTSCHE PUBLIC RELATIONS GESELLSCHAFT

Der Deutsche PR-Tag 2006



Verantwortung & Glaubwürdigkeit

Kommunikation schafft und braucht Werte

11. bis 13. Mai 2006

in Halle an der Saale/Leipzig

Das Programm ist unter
www.pr-tag.de abrufbar.

Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.
Ansprechpartner: Rosemarie Büschel
Tel.: 02 28 - 9 73 92 92
St. Augustiner Straße 21 · 53225 Bonn