


Pfeffers PR-Newsletter Nr. 67 / 20. Woche 2006

Seite.1 _____

PR-Tag gibt Anstoß für Diskussion über modernes berufliches Selbstverständnis

Mit dem Deutschen PR-Tag am 12. Mai in Halle (Saale) und Leipzig setzte die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) ein Signal für eine Initiative zur Etablierung eines neuen modernen beruflichen Selbstverständnisses (Verantwortungsbewusstsein – Glaubwürdigkeit – Akzeptanz). Die sieben von Peter Szyszka, Professor an der Universität Winterthur/Schweiz, verfassten Thesen sollen in den nächsten Monaten zunächst innerhalb der DPRG, im Verband und der PR-Branche und anschließend mit anderen Berufsgruppen und Verbänden sowie dem DJV diskutiert werden.

Die Thesen ( [können hier heruntergeladen werden \(11.89 KB\)](#)) beinhalten das Bekenntnis der PR-Schaffenden zu einer professionellen und loyalen Interessensvertretung ihrer Auftraggeber. DPRG-Präsident Ulrich Nies: „Mir gefällt an den Thesen, dass wir uns selbstbewusst dazu bekennen, Interessenvertreter zu sein. Gleichzeitig wird eine Orientierung an eigenen Werten erwartet und das Aufgabenspektrum von PR wird über die Vermittlung von Standpunkten und Werten hinaus um einen entscheidenden Aspekt erweitert. Es gilt Diskrepanzen zwischen Wertesystemen der Auftragnehmer und ihrem tatsächlichen Handeln aufzudecken, sie zu beheben, bzw. sie gar nicht erst entstehen zu lassen. Diskrepanzen zwischen den Wertesystemen der Auftraggeber und seiner Anspruchsgruppen sind gleichermaßen im Fokus der PR-Leute. Zu ihrem Ausgleich beizutragen ist eine Rolle, die wir künftig als die Königsdisziplin der PR leben sollten“.

Wie staatliche Behörden Fernsehbeiträge finanzieren

Die Bundesagentur für Arbeit, kurz BA, sorgt sich um ihr Image. Um das Bild der Behörde aufzupolieren, lässt die Bundesagentur Fernsehbeiträge produzieren und platziert sie im Programm eines öffentlich-rechtlichen Senders. Für positive Berichterstattung fließen Summen im sechsstelligen Bereich. Kritiker sind empört, dass eine quasi staatliche Behörde mit Beitrags- und Steuergeldern PR in eigener Sache betreibt - und dies bei öffentlich-rechtlichen Anstalten. Nach Recherchen von "Zapp" lässt auch die Deutsche Rentenversicherung - eben so eine staatliche Institution - Imagefilme produzieren, die sie öffentlich-rechtlichen Sendern kostenlos zur Verfügung stellt.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

DJV fordert Veröffentlichung des BND- Reports

Der Deutsche Journalisten-Verband fordert mit Nachdruck die vollständige Veröffentlichung des Untersuchungsberichts zu den Überwachungsmethoden des Bundesnachrichtendienstes (BND). "Der Vorwurf der umfangreichen Bespitzelung von Journalisten durch den BND muss sich öffentlich überprüfen lassen", erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. Er reagierte damit auf die aktuelle Berichterstattung, der zufolge der Nachrichtendienst über Jahrzehnte hinweg rechtswidrig Journalisten bei der Arbeit und im Privatleben überwacht haben soll.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.



Personalien

Grass leitet Praktiker- Unternehmenskommunikation

Rolf-Dieter Grass (54) arbeitet jetzt in der neu geschaffenen Position als Leiter Unternehmenskommunikation und Investor Relations bei der Baumarktgruppe Praktiker in Kirkel. Grass war zuletzt Leiter Konzernkommunikation des Reiseveranstalters Thomas Cook in Oberursel/Ts.. Davor arbeitete er u.a. als Redakteur bei der "WirtschaftsWoche" und als IR-Experte bei adidas Salomon und der Lufthansa. In die Verantwortung von Grass bei Praktiker fallen die im Aufbau befindlichen IR-Aktivitäten und die Presseabteilung des Unternehmens mit Pressesprecher **Harald Günter**.

Personalien compact (19) (20.KW-06)

01: **Andreas Fischer-Appelt** (41), Mitbegründer und Geschäftsführer der Agenturgruppe fischerAppelt Kommunikation (GPRA), Hamburg, ist neuer Vizepräsident des Netzwerks Public Relations Organization International (PROI). Auf der Jahrestagung in Berlin wurde er als Nachfolger von Marcel Trachsel gewählt. Er ist gemeinsam mit dem Vizepräsidenten Philip Roffey für die Region EMEA (Europa, Mittleren Osten und Afrika) zuständig.

02: **Michael J. Inacker** (41) geht am 1. Oktober wieder in den Medienbereich: er wird Leiter des Berliner Redaktionsbüros der "WirtschaftsWoche" und wird deren stellv. Chefredakteur. Seit 2004 ist er VicePresident und Leiter Direktionsbereich Politik und Außenbeziehung bei DaimlerChrysler in Stuttgart. Zuvor war er leitend bei Welt, WamS, FAZ und FAS tätig.

03: **Bernd Ebeling** macht hausintern Karriere und wird beim Gesundheitsunternehmen Fresenius in Bad Homburg v.d.H. Leiter der Konzernkommunikation (neue Position).

04: **Birgit Osterholt** (38) ist bei der auf IT- und High-Tech-PR spezialisierten Agentur Möller

Horcher Public Relations in Offenbach zur Teamleiterin aufgestiegen.

05: **Thomas Norgall** (35) verstärkt als Projektleiter das Team von Kuhn, Kamann & Kuhn in Köln. Bei der Agentur für Unternehmens- und Finanzkommunikation wird er sich schwerpunktmäßig um die Entwicklung von Health-Care-Projekten kümmern.

06: **Birgitta Schall** arbeitet jetzt als neue Communications Managerin beim Online-Dating-Service Match.com. Sie kommt von einem Frankfurter Zeitschriftenverlag.

07: **Silke Hallström** (30) wird Leiterin Unternehmenskommunikation bei Initiative Media in Hamburg - als Nachfolgerin von **Christiane Bußhoff**.

08: **Mareike Schneider** (25) und **Susanne Kömmlinger** (23) arbeiten jetzt in den Bereichen Projektmanagement und Beratung der Kommunikationsagentur joern duchstein & partner in Mainz.

09: **Markus Breidenstein** (42) und **Dirk Schmitt** (33) wurden zu weiteren Geschäftsführern bei A&B Financial Dynamics, Beratungsgesellschaft für Kapitalmarktkommunikation in Frankfurt am Main bestellt.

10: **Ingo Runge** wird Ende Juni als Pressesprecher der Werbeagentur Springer & Jacobi GWA, Hamburg ausscheiden. Seine Aufgabe übernimmt **Tim Wolters**.

11: **Jochen Till** verantwortet jetzt bei Take 2 Interactive in München als Head of Marketing & PR neben dem Marketing auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - nach dem Ausscheiden des Head of PR Markus Wilding. Neu im Team sind außerdem **Frank Blum** (31) als PR-Manager für "Rockstar Games" und **Jochen Färber** sowie **Jan Sturm** (29) für 2K Games und 2K Sports.

12: **Jochen Stemmler** (36) wird im Juni neuer Pressesprecher beim Verband der Forschenden Arzneimittelhersteller in Berlin. Er war zuvor bei fischerAppelt Kommunikation (GPRA) Teamleiter Health-Care.

13: **Holger Werner** (34) wurde vom der Mitgliederversammlung in den Vorstand des Deutschen Pressevereins, Hamburg gewählt. Er

übernimmt von **Jan Aslak Stannies** den Bereich Kommunikation.

14: **Diana Schardt** (35) hat den Bereich Kommunikation/PR und Business Development beim privaten Fernsehsender kabel eins in Unterföhring übernommen. Vorgängerin **Petra Fink** tauschte mit ihr den Job und macht nun bei ProSieben die Kommunikationsarbeit.

15: **Oliver Fahlbusch** (32) wird im September Vice President Corporate Communications der RTL Group in Luxemburg. Er ist seit 2000 in der Unternehmenskommunikation von Bertelsmann in Gütersloh beschäftigt. **Sandra Schumacher** (27) wechselt innerhalb der RTL Group und übernimmt den Posten als Online Publications & Internal Communications Executive.

16: **Gottfried Marckhgott** (59) wird neuer Leiter der 80-köpfigen Dienststelle Information und Öffentlichkeit des österreichischen Parlaments in Wien. Er war 13 Jahre (bis 2003) Leiter der Kommunikationsabteilung der Wirtschaftskammer Österreichs.

17: **Christiane Schwarte** (39) wurde neue Pressesprecherin der CDU/CSU-Bundestagsfraktion in Berlin. Verstärkt wird die Presseabteilung durch **Alexander Görlach** (29) und **Verena Kerkenhoff** (31). Schwarte war bisher Stellvertreterin der Merkel-Vertrauten (und Pressesprecherin) **Eva Christiansen** (36), die sich im Mutterschaftsurlaub befindet.

18: Der UMPR-Erfolgskurs bringt auch neue Mitarbeiter: **Margitta Kley** (46) arbeitet jetzt als Seniorberaterin im Finanzteam von UMPR Ute Middelman Public Relations in Hamburg. Außerdem sind neu dabei: **Julia Middelman** (26) und **Kristian Heidenreich** (32).

19: **Cristian Antes** (25) unterstützt das Team von HWP Hiller, Wüst & Partner in Aschaffenburg als PR-Beraterin. **Doris Loster** (35) ist bereits seit März als Seniorberaterin mit dabei - für den B2B-Bereich und das Consumer-Tech-Segment.

- 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>

Etats

Kommunikationsetat von Würth an wbpr München

Die Adolf Würth GmbH & Co. KG, Weltmarktführer im Handel mit Montage- und Befestigungsmaterial, setzt auf das Kommunikations-Know-how von wbpr Public Relations (GPRA), Unterföhring. Aufbauend auf die bereits seit Herbst 2003 bestehende projektbezogene Zusammenarbeit, vertraut die in Künzelsau beheimatete Würth-Gruppe in der gesamten Unternehmenskommunikation dem gesamten wbpr-Team. Aufgabenschwerpunkte sind die strategische Beratung sowie die Unterstützung in der Medienarbeit. Der weltweit tätige Handelskonzern, der im vergangenen Jahr 60-jähriges Firmenjubiläum feierte, beschäftigt gegenwärtig rund 51.000 Mitarbeiter in insgesamt 81 Ländern.

Etats compact (19) (20.KW-06)

01: Pons (Sprachlernmaterialien und Wörterbücher), Stuttgart
an: **Storymaker**, Tübingen

02: Grundig Business Systems (Diktiersysteme), München
an: **HWP Hiller, Wüst & Partner**, Aschaffenburg

03: econet (, Unternehmenssoftware, IT-Dienste), München
an: **Lewis - Global Public Relations**, München

04: Sysgo (Embedded Spezialisten), Mainz
an: **Hotwire**, Frankfurt am Main

05: Deutsche Zentralbibliothek für Medizin, Köln
an: **[kapete] Kommunikation** . Public Relations . Training, Köln

06: Neumann Leadership Deutschland, München
an: **Sander Public Relations**, Hamburg

07: Q-Med (Inkontinenzmittel "Zuidex"), Uppsala/Schweden (in Deutschland: Bensheim)
an: **Dörfer/Partner Kommunikations-Gesellschaft**, Düsseldorf

08: GlaxoSmithKline Consumer Healthcare (Dr. Best Forschung), Brühl
an: **Dorothea Küsters Life Science Communications**, Frankfurt am Main

09: Versandshop.de Internetkaufhaus, Bremen
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

10: Nici (Plüschifiguren), Altenkunstadt
an: **PRint**, Unterhaching

11: update Software (CRM-Lösungen), Wien
an: **Profil Marketing Public Relations**, Braunschweig

12: Funkwerk Enterprise Communications, München
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**, München

13: BenQ Mobile Schweiz, Zürich
an: **Flowcube Communications**, Zürich

14: medienforum.nrw. Düsseldorf (21. bis 24. Mai in der KoelnMesse)
an: **news aktuell, Hamburg** (Medienpartner)

15: DLR Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Galileo-Messkampagne "Girasole"), Köln-Porz
an: **Harvard Public Relations**, München

16: Pfizer Deutschland, Karlsruhe (Varenicilin/Nikotin-Entwöhnungs-Wirkstoff)
an: **Edelman**, Frankfurt am Main

17: airline direct (Travel Viva), Aschaffenburg
an: **Kleber PR Network**, Frankfurt am Main

18: Unternehmensgruppe Deutscher Ring, Hamburg (Schwimmwettbewerb "Aquatics")
an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

19: TA Triumph-Adler, Nürnberg
an: **trio-group**, Mannheim (trio-market relations + trio-financial relations)

- Anzeige -

kommunikationsmanager

>kommunikationsmanager

Das Forum für Entscheider

Kommunikationsmanagement ist eine strategische Aufgabe, deren Stellenwert in den Unternehmen stetig steigt. Der >kommunikationsmanager bildet die Leistungsfähigkeit der Profession ab und dokumentiert den vielfältigen Anteil von Kommunikation an der Wertschöpfung.

Das redaktionelle Profil ist dabei von **vier Essentials** geprägt:

- Integrative Perspektive
- Communication Excellence
- Wissenschaft und Praxis
- Internationale Plattform.

Sichern Sie sich Ihr **kostenloses Probeexemplar** unter www.kommunikationsmanager.com. Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter verlag@kommunikationsmanager.com stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

Branche

Rankinghausen III: Merten versus Hackforth + GPRA

Wie bereits in diesem Medium berichtet, gibt es für 2005/2006 zwei konkurrierende PR-Qualitätsrankings: Bis letztes Jahr gab es nur das von Klaus Merten, emeritierter Kommunikationsprofessor der Uni Münster, das im Auftrag des Magazins der Kommunikationsbranche "prmagazin" erstellt und dortselbst veröffentlicht wurde. Merten hat 2006 nun sein eigenes Qualitätsranking abgefragt und im Maiheft des Fachmagazins "pressesprecher" veröffentlicht. Und das "prmagazin" hat diesmal Josef Hackforth, Professor für Sport, Medien und Kommunikation an der TU München erstmals beauftragt, ein

Qualitätsranking zu erheben und zu analysieren. Unterstützt wurde die Aktion vom PR-Wirtschaftsverband GPRA. Die Ergebnisse sind nun sehr unterschiedlich ausgefallen.

Merten, der Erfahrenere, hat nun **beide Rankings verglichen**. Seine Auswertung ist höchst interessant, was die Validität des Hackforth-Rankings und die Rolle des PR-Wirtschaftsverbandes GPRA betrifft. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Deutscher PR-Rat rügt Schleichwerber

Der Deutsche Rat für Public Relations hat die ersten Fälle von Schleichwerbung in ARD-Sendungen der letzten Jahre zum Abschluss gebracht. Nach sorgfältigen Recherchen werden gegen zwei Agenturen und vier Auftraggeber öffentliche Rügen ausgesprochen. In einem Fall entschied sich der Rat gegen eine Rüge. Bei den Gerügten handelt es sich um die Agenturen Ludger Bunten TV Relations in Köln und Kultur + Werbung (K+W)/H.+S. Unternehmensberatung in München sowie um die Auftraggeber Deutsche Klassenlotterie Berlin, L'TUR, World Vision und die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Der Beschwerdekammer III für Schleichwerbung in TV-Medien liegen weitere Fälle aus anderen Sendeanstalten vor. Über ihre Ermittlungen wird der PR-Rat zu gegebener Zeit informieren.

Kirchliche Öffentlichkeitsarbeiter fordern Transparenz

Die Leitungen von Kirchen und kirchlichen Einrichtungen sollten nach Ansicht von Experten mehr Wert auf ihre interne Kommunikation legen. Eine gute Öffentlichkeitsarbeit nach außen brauche auch einen guten Informationsfluss innerhalb der Einrichtung, sagte der Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Öffentlichkeitsarbeit im Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Wolf Clüver (Heide), am 9. Mai in Emden auf der Jahrestagung der Arbeitsgemeinschaft. *(Bitte weiterlesen [hier im epd](#))*

Branche compact (5) (20.KW-06)

01: Am 3. Mai hat ein Kreis von Studierenden des Instituts für Kommunikations-Management der Fachhochschule Osnabrück am Standort Lingen (Ems) den **Weblog www.prethik.de** ins Leben gerufen. Man wolle damit die Diskussionen zum Thema PR und Ethik nachhaltig beleben.

02: Die Kölner **Kommunikationsagentur muehlhaus & moers** ist ab sofort mit einer **neuen Homepage** im Netz. Unter www.muehlhausmoers.de können sich interessierte Nutzer mit wenigen Klicks ein umfassendes Bild über die Agentur und ihre Leistungen machen. Der griffige Claim der neuen Homepage lautet: „Kommunikation kann ganz einfach sein. Wenn man weiß, wie.“ Verantwortlich für die Programmierung der frisch renovierten Webpräsenz ist die muehlhaus & moers-Tochteragentur uscreen mit Sitz in Wuppertal.

03: Die europäische **IT-PR-Agentur AxiCom** hat im ersten Quartal 2006 den **Honorarumsatz** um gut 25 Prozent auf 1,81 Millionen Euro **gesteigert** (Vorjahr 1,44). Der Gesamtumsatz wuchs um 23 Prozent auf 2,11 Millionen Euro. Mit acht zusätzlich geschaffenen Arbeitsplätzen beschäftigte das Unternehmen zum Quartalsende an den Standorten München, Paris, London, Stockholm, Amsterdam und Mailand 59 Mitarbeiter. Mit dieser Entwicklung konnte die Agentur einmal mehr ihre führende Marktposition in der europaweiten Kommunikation von ITK-Unternehmen ausbauen.

04: Die **Brutto-Werbeinvestitionen** sind bis Ende April um 5,3 Prozent gestiegen - hat Media Nielsen Research ermittelt. Besonders stark zugenommen haben die Werbegelder beim Fernsehen.

05: „**Die Finanzen im Griff**“ ist der zweite Titel aus der **Trilogie „Praxis der Existenzgründung“** von Werner Lippert, einem der erfahrensten Experten für Existenzgründungsfragen in Deutschland. Eine der wichtigsten unternehmerischen Aufgaben ist die Sicherung der Liquidität. Während große Unternehmen über geeignete Software verfügen, müssen Existenzgründer und Kleinunternehmer sich ein einfach zu handhabendes Finanzplanungs- und Kontrollsystem „entwickeln“ um etwaige Engpässe frühzeitig zu erkennen und geeignet gegensteuern zu können. **BusinessVillage Verlag** 2006 Edition PRAXIS.WISSEN - ISBN 3-938358-20-3. Weitere Bücher der Trilogie "Praxis der Existenzgründung": Marketing mit kleinem Budget – Kunden gewinnen und Kunden binden (ISBN 3-

938358-19-x) Erfolgsfaktoren für den Start – Von der Geschäftsidee zur beruflichen Selbstständigkeit (ISBN 3-938358-18-1).

- 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.

Medien

Fachpresse-Statistik 2005: nach vier Jahren wieder Wachstum

Erstmals seit 2001 ist der Gesamtumsatz der deutschen Fachzeitschriften wieder merklich gestiegen und hat sich um 3,2 Prozent auf 1,84 Milliarden Euro erhöht. Dies ergab die alljährliche Mitgliederbefragung der Deutschen Fachpresse, die jetzt veröffentlicht wurde. Damit haben sich die positiven Erwartungen zur Entwicklung des Marktes bestätigt, die sich bereits in der im Herbst veröffentlichten Trendumfrage abzeichneten. Der Anzeigenumsatz der deutschen Fachverlage stieg in 2005 um 4,3 Prozent. Auch der Vertrieb schreibt nach drei Jahren der Stagnation wieder ein Plus von 1,7 Prozent. Mit einem Umsatzanteil von rd. drei Vierteln bleiben die Fachzeitschriften in 2005 weiterhin Kerngeschäft der Fachverlage. Ein Viertel des Umsatzes wurde mit Fachbüchern, Loseblattwerken und CD-ROMS erzielt, zwei Prozent mit Online-Diensten. Alle Ergebnisse der Fachpresse-Statistik 2005 stehen unter www.deutsche-fachpresse.de zum Download bereit.

Presseausweis-Oligopol fällt: Innenministerkonferenz trifft erste Entscheidung

Die Innenministerkonferenz hat auf ihrer Sitzung vom 3. bis 5. Mai beschlossen, dass der Kreis der Verbände, die bundeseinheitliche Presseausweise ausstellen dürfen, ausgeweitet wird. In der Vergangenheit verwiesen der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in der (DGB-Gewerkschaft - d.Red.) ver.di (dju), der Verband der Zeitschriftenverleger (VDZ) und der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) darauf, dass nur sie einen von der Innenministerkonferenz "amtlich" bzw. "behördlich anerkannten" Presseausweis ausstellen dürften.

Schon im September 2004 hat das Verwaltungsgericht Düsseldorf auf Antrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV) dieser Regelung eine Absage erteilt (Aktenzeichen 1 K 1651/01). DFJV-Vorsitzende Manuela D. Fabro: "Die Innenministerkonferenz hat ihren Arbeitskreis I nun beauftragt, mit uns und den anderen Verbänden Verhandlungen aufzunehmen, um zur Herbstsitzung der Innenminister eine neue einheitliche Regelung verabschieden zu können."

Medien compact (2) (20.KW-06)

01: Der Präsident des Bundeskartellamtes, Ulf Böge, hat die **Ablehnung der Übernahme** von ProSiebenSat.1 durch die Axel Springer AG verteidigt. „Wir mussten bei dieser geplanten Übernahme **crossmediale Effekte** mit einbeziehen, denn durch die Verbindung verschiedener Medien wäre eine marktbeherrschende Stellung entstanden“, sagte Böge am 10. Mai bei einem Meet-The-Press-Interview auf dem **Medientreffpunkt Mitteldeutschland**. Das Kartellrecht verbiete aber eine solche Stellung ausdrücklich. Zugleich wies Böge Vorwürfe zurück, bei der genehmigten Übernahme von n-tv durch die RTL-Gruppe seien andere Kriterien zugrunde gelegt worden. Der Nachrichtensender hätte als solcher nicht weiter bestehen können. Vehement verteidigte der oberste Wettbewerbshüter in diesem Zusammenhang auch die **Pressefusionskontrolle**. Böge: „Wir sind Schiedsrichter, nicht Spielverderber“. (Quelle: ots)

02: Die neuen **IVW-Quartalszahlen der PR-Fachzeitschriften** liegen vor. Bei Verkauf und Abos geht es leider weiter bergab (in Klammer die Zahlen für IV/2005):

- **prmagazin** (Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck): Druckauflage 4.890 Exemplare (4.677), Verbreitung 3.698 (3.986), Verkauf 2.413 (2.588), Abonnements 1.779 (1.981), Freistücke 1.285 (1.398).

- **PR Report** (Haymarket Verlag, Hamburg): Druckauflage 6.667 Exemplare (9.425), Verbreitung 6.380 (7.957), Verkauf 889 (904), Abonnements 869 (882), Freistücke 5.491 (7.053).

Das dritte Branchenmagazin "**pressesprecher**" aus dem Verlag Helios Media, Berlin meldet leider nicht bei der IVW in Berlin. Nach eigenen Angaben werden 10.000 Exemplare gedruckt, die Abos dürften monatlich bei ca. 2.700 Heften liegen (incl. der Lieferung an die Mitglieder des BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher).

Service + Tipps

Zur Pressefreiheit gehört auch die Einhaltung von Gesetzen

Zur Pressefreiheit gehört auch, dass die allgemeinen Gesetze eingehalten werden. Verlage, Herausgeber, Redakteure, Inserenten und andere Interessenten dürfen nicht unter dem Deckmantel der Pressefreiheit Werbung als Redaktion darstellen und sich dadurch Vorteile verschaffen, während Leser, Verbraucher, Kunden oder Aktionäre Nachteile erleiden können. Gekaufter (werblicher) redaktioneller Text muss klar und deutlich mit dem Wort "Anzeige" gekennzeichnet sein. Wer dagegen verstößt, will Leser, Verbraucher, Kunden oder Aktionäre vermutlich täuschen. (Weitere Informationen und Auszüge aus einschlägigen Gesetzen [hier bei medienwatch.com](http://hier.bei.medienwatch.com))

Service compact (7) (20.KW-06)

01: Der Freiburger Verlag creativ collection hat seinen nützlichen **Etat-Kalkulator 2006**

veröffentlicht - mit (fast) allen Informationen und Preisen zur Medienproduktion und Kommunikationsarbeit. Infos: www.ccvision.de.

02: X-RAY, ein Unternehmen von Scholz & Friends und Wichmann Communications bietet einen neuen Service: den Personal Media Digest "**PMD first**" **bereits am Vorabend**. Ab 21 Uhr gibt es einen fertigen Pressespiegel mit Meldungen aus FAZ, Süddeutsche Zeitung und Frankfurter Rundschau. Infos: www.x-ray-pmd.de.

03: Die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) und GfK Fernsehforschung ergänzen den Forschungsvertrag mit neuen Messtechniken für die **Fernsehzuschauer-Forschung**. Damit wird dem technologischen Fortschritt Rechnung getragen, z.B. was die Messung bei DBV-Empfang und die Nutzung von DVD-Recordern betrifft.

04: **Maisberger Whiteoaks**, München unterstützt Unternehmen mit einer **Checkliste** für professionelles **Kommunikationsmanagement in Krisenfällen**. Infos zu den Dos & Don'ts gibt es über die Website www.maisberger.de/leistungen/publicrelations.

05: Das österreichische **Business-Magazin "Advisory"** launcht ein Service-Portal für Unternehmer und Berater. Infos zu Networking, Coaching und Pressearbeit sowie die anderen Tools gibt es hier: www.advisory.at.

06: Das Statistische Bundesamt, Wiesbaden hat für das 1. Quartal 2006 eine **Steigerung** der deutschen Wirtschaftsleistung (BIP **Bruttoinlandsprodukt**) von 0,4 Prozent gemeldet (im Vergleich zum Vorjahresquartal). Wachstumsimpulse kämen diesmal auch aus dem Inland.

07: Auch das noch: **Google Earth** ermöglicht ja bekanntlich inzwischen den Blick auch in deutsche "Hinterhöfe". Dies macht sich nun Bernd Hopfengärtner, Student in Weimar zunutze (Achtung: **neue Werbemöglichkeit?!?**): Auf einer 170 x 170 Meter großen Fläche hat er den Code "Hello world!" **in die Landschaft "gemäht"**.



**Take your communications career to the next level
Executive Master of Science in Communications
Management**

The Executive Master of Science in Communications Management is a part-time, postgraduate program for experienced communications professionals organized by the University of Lugano, Switzerland. Courses are conducted in English over a 21-month period. Participants meet from January 2007 to September 2008 for eight one-week blocks every other month. MScom cooperates with Copenhagen Business School on program content and joint sessions, including the summer session at the UCLA Anderson School of Management. An international faculty of more than 30 professors from renowned institutions around the world ensures the program's academic excellence and its multinational orientation.

Orientation sessions in Germany
Berlin: June 8, 2006 at 18:00 hrs + September 28, 2006 at 14:00 hrs c/o Kommunikationskongress
Frankfurt am Main: June 7, 2006 at 18:00 hrs

Sign up at www.mscom.unisi.ch

03: Erste Infos vom **3. Kommunikationskongress** am 28. und 29. September in Berlin: der britische Medienmogul David Montgomery und der schweizer Verleger Michael Ringier werden als Keynotespeaker auftreten. Informationen zum Kongress (Themen, Referenten u.a.m.) sowie Anmeldung hier: www.kommunikationskongress.de.

04: Am 8. September findet in Berlin erstmals der **Deutsche Fachjournalisten-Kongress** statt. Veranstalter ist der DFJV. Infos zu Themen und Referenten: www.fachjournalistenkongress.de.

05: Am 20. Mai veranstaltet die WAK **Westdeutsche Akademie für Kommunikation** in Köln einen Tag der offenen Tür unter dem Motto: "Schnuppern am Wissen". Infos: www.wak-koeln.de.

06: **Montua & Partner** lädt zu zwei **Seminaren zur internen Kommunikation** in Hamburg ein: "Gestaltung von Unternehmenspublikationen" (15. Juni) und "Mitarbeiterzeitschriften für Fortgeschrittene" (22. Juni). Infos: www.montua-partner.de.

07: Am 13. Juni findet in der IHK Konstanz eine Informationsveranstaltung zum Fortbildungslehrgang "**Fachwirt(in) Public Relations**" statt. Veranstalter ist die **PR School Konstanz/St. Gallen**. Infos: www.pr-school.com.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Termine compact (7) (20.KW-05)

01: Die dpa-Tochter news aktuell, Hamburg bietet bis August in München drei **media workshops rund ums Thema Pressearbeit** an: "Digitalfotografie für Fortgeschrittene" (29./30. Mai); "Die digitale Pressemappe" (31. Mai); "Schreib- und Redigierwerkstatt" (17./18. August). Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

02: **directnews**, Leipzig veranstaltet am 23. Juni bei Dow Jones in Frankfurt am Main das Seminar "**Investor Relations auf nationaler und internationaler Ebene**". Im Juni gibt es außerdem in Düsseldorf die Seminare "PR für kleine und mittelständische Unternehmen"; "Public Affairs" und "Schreiben von Pressemitteilungen". Infos: www.directnews.de.

Kommentare

Der PRR-Kommentar: Stichwortgeber

PRREPORT Da kriegen auserwählte Journalisten vor Aufregung rote Punkte im Gesicht: Der Präsident der Vereinigten Staaten George W. Bush lässt sich von Talkmasterin Sabine Christiansen und „Bild“-Chef Kai Dieckmann interviewen. Nahezu eine Sensation, denn Deutschland genießt nicht die größten Sympathien des Präsidenten. Doch Merkel steht am Ruder. Bushs Umfragewerte im eigenen Land sind katastrophal, sein Lieblings-Europäer Tony Blair hat seine besten Zeiten hinter sich, genauso Bush-Freund Silvio Berlusconi. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Pfeffer&Salz&Senf

Ausrede: dumm, dümmer, NRW-Pressesprecher

Dümmer geht's wohl kaum. "Bild" hatte die Landesregierung von NRW nach einem Jahr bewertet und in die Texte integriert auch Richtungspfeile eingebaut. Ministerpräsident Jürgen Rüttgers (CDU) wies leicht nach oben, immerhin noch gut. Landesarbeitsminister Karl-Josef Laumann (CDU) erhielt jedoch Note 5 (Pfeil schräg nach unten). In der täglichen Regierungspresseschau vom 8. Mai hatten beide jedoch einen Pfeil nach oben (Note 1).

Klebefehler oder gezielte Manipulation – fragte "Bild" (und die SPD-Opposition in Düsseldorf). Saudumm die Erklärung des stellv. Regierungssprechers Holger Schlienkamp (FDP): Der Fälschervorwurf sei absurd. Ein Mitarbeiter des Landespresseamtes (Leitung: Thomas Kemper (CDU)) hätte beim Auswerten versehentlich zwei Pfeile (von zehn) abgeschnitten. Man habe andere Pfeile kopiert und aufgeklebt.

Da muss der Ausschneider aber ganz schön kurvig geschnitten haben – besser als sein Chef, der mit dieser blöden Erklärung wohl aus dieser Pressesprecher-Kurve rausgeflogen ist: Note 6.

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Rezensionen

Bentele/Fröhlich/Szyszk: Handbuch der Public Relations

Rezension von Franz M. Bogner, Autor des Buches „Das neue PR-Denken“ und u. a. fachlicher Berater und Beiratsmitglied von [PR+plus Fernstudium](#) Public Relations, Heidelberg

Endlich wieder ein deutschsprachiges PR-Fachbuch, das die wissenschaftlichen Grundlagen, die Komplexität, die Problembereiche fortschrittlicher Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit anschaulich, wenngleich in Fachsprache, darlegt. Wer sich umfassend für den Stand des wissenschaftlichen Diskurses, aber auch über die widersprüchliche

Situation im aktuellen Berufsfeld informieren möchte, dem sei dieses Handbuch ans Herz gelegt. Ganz besonders jenen, die Nachholbedarf an fundierter PR-Theorie haben, speziell aber den PR-Dissidenten aus der Public Affairs-, der Investor Relations-, der Internen Kommunikations- oder irgendeiner anderen Ecke, die zwecks Eigenprofilierung das gemeinsame Haus der PR zeitweilig verlassen oder gar meiden.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Handbuch "Kommunikationsmanagement"

Veränderte Anforderungen an die Kommunikation durch Basel II

Die neue Eigenkapitalrichtlinie Basel II stellt Unternehmen vor neue Herausforderungen, um sich ausreichend und möglichst kostengünstig zu finanzieren. Denn Kreditinstitute sind künftig gefordert, ihr Eigenkapital an die Risikosituation des Kreditnehmers anzupassen. Basis dafür ist ein Rating, das Bonität sowie Unternehmenssituation und -perspektive beurteilt. Die Kreditaufnahme gestaltet sich daher schwieriger. Zugleich steigt die Bedeutung alternativer Finanzierungsmöglichkeiten wie Unternehmensanleihen, für deren erfolgreiche Platzierung jedoch ebenfalls ein Rating notwendig ist.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 21 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 26 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (17)

Titel [Agentur im Rhein-Main-Gebiet sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [Berliner Agentur sucht PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Senior-PR-Manager/-in gesucht \(München\)](#)

Titel [crossrelations sucht PR-Consultants](#)

Titel [PR-Senior-Berater Wirtschaft/Finanzen \(m/w\) bei public imaging in Hamburg](#)

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

Titel [ad publica sucht \(Senior-\)PR-Berater\(in\) sowie Assistenz](#)

Titel [KOOB® \(Mülheim/Ruhr\) sucht PR-Consultant \(w/m\) auf dem Sprung zum Senior](#)

Titel [Scholz & Volkmer sucht PR-Professional](#)

Titel [Häberlein & Mauerer sucht Kundenberater für den Bereich Consumer Electronics](#)

Titel [ergo in Köln sucht PPT-Layouter/Programmierer \(m/w\) freiberuflich](#)

Titel [Mode-PR-Agentur aus München sucht PR-Assistenz / Junior PR-Berater](#)

Titel [PR-Junior-Berater/in in Rhein-Main](#)

Titel [Kommunikationsagentur in Stuttgart sucht PR-Assistenz](#)

Titel [Grafiker/DTP-Layouter \(m/w\) freiberuflich für ergo in Köln](#)

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

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

In Medien (1)

Titel [Uni Leipzig sucht Wiss. Mitarbeiter/in Kommunikationsmanagement mit halber Stelle](#)

In Unternehmen (1)

Titel [Referent UK \(m/w\) bei WARSTEINER](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. Mai 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.890 Empfänger** versandt.

Impressum: _____

© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV) (pfeffer@pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, 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)

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 Kahler, 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, 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.

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 (Suchmaschinen-Marketing/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

URL: www.pr-journal.de, www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.prjournal.de; www.prjournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.