

# Pfeffers PR-Newsletter

## Nr. 68 / 21. Woche 2006

Seite.1 \_\_\_\_\_

### "Journalisten nehmen keinen Presserabatt in Anspruch"

**Netzwerk Recherche kritisiert Vermengung von Journalismus und PR.** Das klingt nach Bildersturm: Das Netzwerk Recherche verlangt von Zeitungen, auf Sonderseiten und Sonderbeilagen zu verzichten, Hochschulen sollen ganze Studiengänge reformieren, die Journalisten-Verbände müssten ihre Mitglieder sortieren, und Journalisten besser bezahlt werden. Hinter den Forderungen der Journalistenvereinigung steht ein vernichtender Befund: Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit verschwimmen in der redaktionellen Praxis zunehmend, warnte das Netzwerk in einer Studie, die am 18. Mai in Hamburg vorgestellt wurde.

"Die PR-Industrie kolonialisiert den Journalismus zunehmend", befand Netzwerk- Vorsitzender Thomas Leif. Unternehmen versuchten, mit ihren Botschaften in den redaktionellen Teil von Zeitungen, Magazinen und Sendungen zu gelangen, um von der Glaubwürdigkeit der journalistischen Produkte zu profitieren.

Deshalb habe das Netzwerk in seinen Medienkodex auch den Satz "Journalisten machen keine PR" aufgenommen. Drei Jahre arbeitete der Verband an den im Februar vorgestellten zehn Punkten. Der Kodex soll ein journalistisches Leitbild unter dem Eindruck neuer Technologien und einem wachsenden ökonomischen Druck beschreiben. Dass der Satz provozieren würde, hatte Leif erwartet. "Über das Ausmaß und die Heftigkeit der Debatte sind wir selbst überrascht", sagt er. (Quelle: newsroom.de)

*Anm.d.Red.: Über das Thema PR und Journalismus wird sicher noch weiter diskutiert (werden müssen). Wie wäre es aber z.B. mit einer zusätzlichen Forderung vom Netzwerk recherche (an die eigene Zunft): **Journalisten nehmen keinen Presserabatt in Anspruch.** Man könnte ja auch alle Rabattgewährer auffordern, darauf zu verzichten. Denn: wozu braucht es solche Rabatte - wochenlang oder länger genutzte "Testobjekte" reichen doch auch - oder? Der Verzicht auf diese Pfründe würde die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit der Journalisten enorm steigern! - fff-*

### Überbetriebliche (Kommunikations)Ausbildung

Ein ausbildungsbegleitendes Nachwuchstraining in Sachen Kommunikationsarbeit könnte den Ausbildungsbetrieben demnächst die Entscheidung pro Ausbildung wie auch die Unterweisung der gut 3.000 Azubis nach dem neu geordneten Berufsbild „Kaufmann/-frau für Marketingkommunikation“ erleichtern. Die notwendigen Vorarbeiten für das Projekt, das gelegentlich der Marketing Services Hamburg vorgestellt wurde und das bereits im Januar 2007 online gehen soll, hat das **BIK Bildungsinstitut der Kommunikationswirtschaft** e. V. zwischenzeitlich abgeschlossen. Für die finanzielle Absicherung des Vorhabens werden jetzt Bildungspartner, Förderer und Projektsponsoren gesucht, die sich für die Weiterentwicklung der überbetrieblichen Maßnahme engagieren. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### Mickeleit wird Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Microsoft Deutschland

**Thomas Mickeleit** (48) übernimmt zum 1. Juli die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Microsoft Deutschland in München und verantwortet damit die Bereiche Unternehmens- und Produktkommunikation. Mickeleit ist derzeit noch zweiter Mann in der Konzernkommunikation



bei Volkswagen in Wolfsburg und leitet dort die Unternehmenskommunikation.

Er verfügt über einschlägige Branchenerfahrung. Von 1998 bis 2003 leitete er die Kommunikation von IBM in Deutschland. Davor war er unter anderem Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Grundig in Fürth. Besonders engagiert hat er sich für die Professionalisierung der Kommunikation, unter anderem durch Programme für die Nachwuchsausbildung und einen Lehrauftrag für "Online-Relations" an der Universität Stuttgart-Hohenheim. Mickleit folgt auf **Hans-Jürgen Croissant** (41) der im Herbst 2005 zu Pleon München gewechselt war.

- Anzeige -

## Bentzien Kommunikation

Wir gründen Regionalbüros in Deutschland, Österreich und in der Schweiz!

Sind Sie  
**PR-Berater oder Trainer/Coach**

und wollen als freier Partner  
eines unserer Büros in Berlin, Hamburg, Köln, Stuttgart, Wien  
und Zürich führen?

Ihr Vorteil: Leistungsnetz von Experten, innovatives  
Leistungsangebot (v.a. Change-Prozess-Kommunikation) für  
Ihre Kunden, besserer Zugang zu Großkunden,  
hervorragende Referenzliste, Markendach, größeres  
Leistungsversprechen für die regionalen Kunden und  
Interessenten.

Wir freuen uns auf die Gespräche mit Ihnen.

Bentzien Kommunikation  
Hajo Bentzien  
Lölsberg 30, 51491 Overath  
Tel: +49 2206 952510  
Fax: +49 2206 952595  
mailto:hbentzien@bentzien.net

## Personalien

### **Beese übernimmt zusätzlich die o2-Kommunikation**

Dietrich Beese (46) leitet in Zukunft als Geschäftsführer Corporate Affairs & Communications die gesamte Unternehmenskommunikation von O<sub>2</sub> Germany in München. Dieser Bereich ergänzt seine bisherigen Arbeitsschwerpunkte, zu denen (seit

2001) unter anderem Recht, Regulierung, die Unternehmensrepräsentanz in Berlin sowie die Koordination der Interessen der O<sub>2</sub> Gruppe in Brüssel zählen. Neben der Pressearbeit und der Mitarbeiterkommunikation verantwortet er in Zukunft auch das Thema Corporate Culture.

### **Becker-Hussong wird neuer Leiter Kommunikation der HypoVereinsbank**

Christian Becker-Hussong (40) wird zum 1. Juni neuer Leiter Kommunikation der HypoVereinsbank in München. Er wird in dieser Funktion sämtliche Kommunikationsaktivitäten der Bank verantworten. Diese umfassen die Bereiche Presse, Interne Kommunikation, Event Management, Public Relations und Markenführung. Becker-Hussong hat nach ersten beruflichen Stationen bei der BfG Bank und der BHF Bank in Frankfurt am Main kam der Diplom-Kaufmann 1999 zur HypoVereinsbank in den Bereich „Group Investor Relations“, den er seit 2003 als Managing Director leitete.

### **Personalien compact (23) (21.KW-06)**

01: Chefredakteurswechsel: **Uwe Vorkötter** (52) scheidet bei der "Berliner Zeitung" aus und wird spätestens am 1. Juli neuer Chefredakteur der "Frankfurter Rundschau" - als Nachfolger von **Wolfgang Storz** (51). Hintergrund ist die Übernahme des Berliner Verlages durch den britischen Finanzier/Verleger **David Montgomery**. Aber auch bei der FR steht ein Wechsel an: die sozialdemokratische DDVG will 50 Prozent ihrer Anteile verkaufen (im Interesse von Vorkötter hoffentlich nicht an Montgomery).- Schwieriger Start für den künftigen FR-Chef Vorkötter: Die Redaktion der "Frankfurter Rundschau" hat sich am 17. Mai öffentlich von der Abberufung des bisherigen Chefredakteurs Wolfgang Storz distanziert.

02: **Martin T. Roth** wechselt von seinem Job als Kommunikationschef der HypoVereinsbank in München in gleicher Funktion an den Main zur Frankfurter Raiffeisen-Volksbanken-Gruppe.

03: Den Job von Thomas Mickleit (Leiter Unternehmenskommunikation) bei Volkswagen in Wolfsburg soll **Cord Dreyer** (43) übernehmen. Er wechselte bereits zum Jahresbeginn vom dpa-Landesbüro Niedersachsen-Bremen in die von **Dirk**

**Große-Leege** (41) geleitete Konzernkommunikation (als Leiter der Abteilung Presse und Information).

04: **Michael Rüd**, der bei der IP Deutschland seit 2003 für den Bereich Sportvermarktung verantwortlich ist, wird ab 1. Juli als Kommunikationsleiter für Gambelino in Köln tätig sein. Dort übernimmt er die Führung in den Bereichen Media, Sportsponsoring und Promotion. Gambelino ist die Vertriebs- & Marketingdienstleistungsagentur der Starbet Gaming Entertainment in Deutschland.

05: **Christian Senft** (41) wurde Leiter Marketing & PR von SevenSenses, Tochterfirma von ProSiebenSat.1 in Unterföhring. Er war zuvor bei SevenOne Intermedia.

06: **Marcus Prosch** (36) wurde als Nachfolger von Christian Senft Leiter der Unternehmenskommunikation von SevenOne Intermedia, Unterföhring. Er war bisher stellv. Pressesprecher.

07: **Oliver Struckmeier** (37) und **Barbara Meyer** (30) arbeiten jetzt im Hamburger Büro von Cohn & Wolfe. Associate Director Struckmeier kommt von Weber Shandwick. Consultin Meyer war bei der ortsansässigen Agentur Network Public Relations.

08: **Andrea Weinert** verantwortet als neue zweite Geschäftsführerin der Deutschen Energie-Agentur (dena) in Berlin u.a. den Bereich Öffentlichkeitsarbeit. Sie kommt aus dem Bundeswirtschaftsministerium und war zuletzt Pressesprecherin von Minister Wolfgang Clement.

09: **Oliver Sturz** (36) arbeitet jetzt als Account Director bei Harvard Public Relations in München. Er kommt von Avantgarde Gesellschaft für Kommunikation.

10: **Nils Repke** ist neuer Ansprechpartner für Markenkommunikation im Team Business Development der Wiesbadener Technologieagentur Fink & Fuchs Public Relations.

11: **Bernd Eilitz** (37) gibt seinen Job als Pressereferent bei mobilcom, Büdelsdorf auf und arbeitet wieder als freier Journalist und Autor. Die Produkt-PR des Telekomunternehmens haben **Kirsten Jäger** und **Jens Beeskow** übernommen.

12: **Tina Zumbühl** (27) und **André Schmincke** (31) verstärken das Team der Kommunikationsberatung HW-Consulting in München.

13: **Erik Walner** (44) wird am 1. Juni Abteilungsleiter Presse des Edelstahlproduzenten ThyssenKrupp Stainless in Duisburg. Er verantwortete zuvor die Unternehmenskommunikation der Ford-Werke in Köln.

14: **Ingo Klett** (36) arbeitet seit Anfang Mai in der neuen Position Referatsleiter Presse beim Medienkommunikationsunternehmen rmh new media in Köln. Er kommt von der Systemsvertriebsgesellschaft für Apotheken Avie.

15: **Dirk von Manikowsky** (34) wird ab Juli Pressesprecher der Privatbankgruppe Sal. Oppenheim jr.&Cie. in Köln. Leiter Unternehmenskommunikation ist Bernd Bauer.

16: **Jens Köster** (31) und **Kai Donau** (29) bilden das Team "Logistics & Mobility" von Plato Kommunikation, Berlin (gehört zu Scholz & Friends).

17: **Raoul Fischer** (41), bisher Etatdirektor bei dot.communications in München wird neuer Chefredakteur der Fachzeitschrift "acquisa" - deren Redaktion von Würzburg an den Hauptsitz der Haufe Mediengruppe nach Freiburg i.Br. verlegt wird.

18: **Jens Allerdissen** (20) und **Julia Christophers** (22) sind die neuen Ansprechpartner für die eSports-Presse im Community-PR-Team der Electronic Sports League (ESL) in Köln. Allerdissen war zuvor Chefredakteur von counterstrike.de.

19: **Lars Kreyenhagen** (29) ist ab sofort für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Designagentur Ligalux in Hamburg (gehört zum Kompetenz-Netzwerk der Agenturgruppe fischerAppelt Kommunikation (GPRA)).

20: **Julia Schössler** (34), bisher PR-Managerin beim Online-Marketing-Dienstleister DoubleClick wechselt zur Unternehmenszentrale nach Dublin/Irland und wird International Marketing Director.

21: **Samira Jordan** (32) ist ab sofort als Pressereferentin mit dabei in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Berliner

Kommunikationsspezialisten AVM - Hersteller der FRITZ!Box. Sie unterstützt den Leiter der Öffentlichkeitsarbeit **Urban Bastert** (40) und war zuvor vier Jahre bei der Agentur MasterMedia als PR-Beraterin tätig.

22: **Simone Wastl** (33) übernimmt am 1. Juli die Leitung Marketing und Kommunikation der SEB Bank in Frankfurt am Main. Sie kommt von BDO Consulting, Düsseldorf.

23: **Rolf Haberich** (29) wird als Nachfolger von **Ulrike Ziegler** neuer Marketingleiter bei Nedstat (europäischer Marktführer von Website Analytics) in Frankfurt am Main. Ziegler geht ins holländische Headquarter.

- 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

### wissen.de vergibt PR an Wilde & Partner

Europas größtes Wissensportal im Internet startet im zweiten Halbjahr voll durch: Nach dem großen Relaunch im Februar 2006 beauftragt wissen.de ab Juni 2006 die Kommunikationsagentur Wilde & Partner Public Relations, München für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Die Erweiterung des

Content-Angebots der Informationsplattform, der Ausbau des Lizenzgeschäfts und die wissen.de Akademie, unter der rund hundert Fernlehrgänge angeboten werden, sollen durch gezielte PR-Aktivitäten begleitet werden. wissen.de ist eine etablierte Informationsplattform für geprüftes und vernetztes Hintergrundwissen und zählt mit 1,8 Millionen Nutzern pro Woche zu den reichweitenstärksten Angeboten unter den reinen Content-Portalen. Das größte kostenfreie Wissensportal im deutschsprachigen Raum ist ein Unternehmen der DirectGroup Bertelsmann.

### Etats compact (11) (21.KW-06)

01: Brand Implementation Group (gehört zur Peter Schmidt Group), Frankfurt am Main  
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

02: Hamburger Akademie für Fernstudien (Klett Gruppe), Hamburg  
an: **Mann beißt Hund** - Agentur für Kommunikation, Hamburg

03: Procter & Gamble (PR für Charmin), Schwalbach a.T.  
an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

04: Victoria Racing Club, Melbourne/Australien  
an: **Freudl & Friends public relations . events**, Karlsruhe

05: Kinderfußball-Event "Jetix Kids Cup" + Fußball-Nationalmannschaft von Togo (Sponsor italienische Winzerei Astoria Vini) + Online-Dating-Plattform Match.com  
an: **consense public relations**, München

06: bebit Informationstechnik (gehört zur Bilfinger Berger Gruppe), Mannheim  
an: **Storymaker**, Tübingen

07: Frankfurter Rundschau (Jugend- und Schulprojekte), Frankfurt am Main  
an: **Raufeld Medien**, Berlin

08: Telepool (Film- und Lizenzhandel), München  
an: **BrunoMedia Communication**, Köln

09: Bregenzer Festspiele, Bregenz/Österreich  
an: **feldmann05**, Hemhofen + **PRzwei.Pressearbeit**, Bregenz

10: TC TrustCenter (IT-Sicherheit), Hamburg  
an: **Lewis - Global Public Relations**, München

11: Valentins (Blumenversender), Frankfurt am Main  
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

- 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](http://www.kommunikationsmanager.com). Sie möchten mehr über den >kommunikationsmanager wissen? Unter [verlag@kommunikationsmanager.com](mailto:verlag@kommunikationsmanager.com) stehen wir Ihnen gern Rede und Antwort.

## Branche

### **Budget für Bildungs- /Wissenschaftssponsoring fast verdoppelt**

Als Shooting-Star des Sponsorings hat sich in den vergangenen zwei Jahren das Bildungs-/Wissenschaftssponsoring erwiesen. "Die Budgets für Bildungs-/Wissenschaftssponsoring sind in Deutschland von 27 auf knapp 50 Prozent gestiegen und die Entscheider sind sich einig, dass in diesem Bereich das größte Wachstumspotenzial liegt", kommentiert Dino Büscher, Managing Partner Pleon Event + Sponsoring, die Ergebnisse der "Sponsoring Trends 2006". Bereits zum fünften Mal in Folge geben die Budgetentscheider der befragten 4.090 umsatzstärksten Unternehmen Sportsponsoring als die am häufigsten eingesetzte Sponsoringart mit den größten Budgets an. Die Studie kann unter

[www.pleon.de/sponsoring-trends.html](http://www.pleon.de/sponsoring-trends.html) vollständig heruntergeladen werden.

### **Bentzien Kommunikation entwickelt Marke "Erfolgsgut"**

Wie eine Agentur sich wandelt, wenn sie den Menschen absolut in den Mittelpunkt stellt: Wo von „Innovation“ die Rede ist, denken die meisten Menschen an Hightech und technische Errungenschaften. Dass nachhaltiger Erfolg auch mit einer ganz andere Ressource zu erreichen ist, zeigt das "Erfolgsgut" in Overath bei Köln: Auf der Basis von 30 Jahren Erfahrung der Bentzien Kommunikation, gepaart mit junger Kreativität, entwickelte das "Erfolgsgut"-Team innovativ neue Ansätze zur Umsetzung von Change-Prozessen.

Die Bentzien Kommunikation, die sich seit 1987 mit Change-Prozess-Kommunikation, unter anderem für AXA, DyStar, Kabel Deutschland, Lufthansa, Mercedes und VW beschäftigt, fokussiert unter dem Markennamen "Erfolgsgut" jetzt noch deutlicher die Eckpfeiler eines erfolgreichen Change-Prozesses mit Kommunikationskonzepten, Coaching und Training. Das Erfolgsrezept heißt: den Menschen konsequent in den Mittelpunkt stellen und die rationale, emotionale und vitale Ebene gleichermaßen ansprechen (R.E.V.-Prinzip). Mehr unter [www.erfolgsgut.com](http://www.erfolgsgut.com).

### **Branche compact (8) (21.KW-06)**

01: Nun hat auch die deutsche Ogilvy-Gruppe, Frankfurt am Main (gehört zu WPP) eine PR-Partnerschaft gefunden: sie hat die cp&z Kommunikationsberatung von Ulrike Zimmermann in Mülheim a.d.R. übernommen. Diese bleibt Geschäftsführende Gesellschafterin der nun **cpz Ogilvy Public Relations** firmierenden Beratungsgesellschaft.

02: **Innerhalb der nächsten zwölf Monate werden die Geschäfte anziehen.** Das meinen rund 60 Prozent der Selbstständigen und mittelständischen Unternehmer in einer jetzt vorgestellten Umfrage von „**Mutmacher der Nation**“, der Mittelstandsinitiative von „DasÖrtliche“, den Bürgschaftsbanken und dem Magazin "impulse". Für 28 Prozent der Befragten ist keine wirtschaftliche Veränderung in Sicht, lediglich 13

Prozent beurteilen ihre Geschäftsaussichten negativ. Ein Drittel der Unternehmer will 2006 neue Mitarbeiter einstellen. So optimistisch die Befragten ihre eigenen Firmen einschätzen, so zurückhaltend sehen sie den Standort Deutschland. Nur 20 Prozent finden in der Bundesrepublik alle Voraussetzungen für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit.

03: Die „**Mutmacher der Nation**“ sind auf großer **Deutschland-Tournee**. Eine **Fotoausstellung** portraitiert zwölf krisenfeste Unternehmerinnen und Unternehmer, die als Vorbilder für ganz Deutschland taugen. Zum Auftakt ist die Schau zur bundesweit erfolgreichsten Mittelstands-Initiative vom 17. Mai bis zum 1. Juni im Technik- und Ökologiezentrum Eckernförde zu sehen. Weitere Stationen von Juni bis September sind Kiel, Flensburg, Dresden, Lübeck, Saarbrücken, Stuttgart und Dortmund. Infos: [www.mutmacher-der-nation.de](http://www.mutmacher-der-nation.de).

04: Die „**Lokalen Bündnisse für Familie**“ sind „Ausgewählter Ort 2006“ im Land der Ideen. Im Rahmen des „Ersten Deutschen Familientages“, der am 15. Mai auf der Museumsinsel in Berlin stattfand, erhielten Ursula von der Leyen, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, und Silvia Kaut, als Vertreter der Lokalen Bündnisse, Urkunde und Pokal aus den Händen von Bundespräsident Horst Köhler. Für die Initiative „**Deutschland – Land der Ideen**“ würdigte Mike de Vries, Geschäftsführer der FC Deutschland, den Preisträger ausführlich für sein Engagement: „Die rasch wachsende Zahl der ‚Lokalen Bündnisse für Familie‘ mache den großen Bedarf auf diesem Gebiet deutlich.“

05: **Mangelnde Kreativität und Unzuverlässigkeit** sind die häufigsten Gründe, aus denen sich ein Unternehmen **von seiner Agentur trennt**. Durchschnittlich halten Firmen ihrer Agentur nur anderthalb Jahre die Treue. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Befragung, die das Verzeichnis deutscher Werbeagenturen (VdWA) unter 528 Auftraggebern durchgeführt hat. Weitere Informationen im Branchenmedium **"w&v"** Nr. 20/06 vom 18. Mai.

06: 29 Gold-Awards verliehen die drei Fachjuries beim 14. „**COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication**“. Die Preise wurden vor über 600 Festgästen am 12. Mai in Köln (Theater am Tanzbrunnen) verliehen. Insgesamt hatten die drei Fachjuries 397 Wettbewerbsbeiträge (2005: 362) aus Deutschland (355), Österreich (28) und der

Schweiz (14) zu bewerten. BBDO und Ogilvy Healthworld schnitten beim Kreativ-Wettbewerb der Pharma-Werber am besten ab. Infos: [www.comprix.com](http://www.comprix.com).

07: Die **Stockholmer PR-Agentur Informedia** bietet seit neuestem ein umfassendes Paket von PR-Dienstleistungen an, die speziell auf Public Relations für Tourismusanbieter zugeschnitten sind. Das Paketangebot richtet sich an internationale und regionale Hotelgruppen, Reiseveranstalter und Touristenbüros, die neue Kunden auf dem skandinavischen Markt erreichen möchten. Infos: [www.informedia.se](http://www.informedia.se).

08: Die **Berliner** Kommunikations- und Informationsspezialisten von **index sind Partner des Informatikjahres**. Mit der Verwendung des Labels „Besser kommunizieren – dank Informatik“ unterstreicht index die Nutzung IT-basierter, im eigenen Haus entwickelter Anwendungen für seine Dienstleistungen. Das Engagement betont darüber hinaus das Know-how von index bei der Vermittlung komplexer Inhalte der Informationstechnologie.

- 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](http://www.aktion-mensch.de/lotterie).

## Medien

### netzwerk recherche-Tage: Ein Kodex für JournalistInnen?

In den über vierzig Veranstaltungen für über 600 Journalisten des diesjährigen netzwerk-recherche-Treffens am 19. und 20. Mai in Hamburg war natürlich die permanente Diskussion über den Medienkodex, das berühmte Haustier, das durch das Dorf getrieben wurde, diesmal nicht als Spanferkel oder schon zu Koteletts verarbeitet, sondern quietschlebig und mit der Bespitzelungsarie als Vor- und Nachspeise.

Aus den qualitativ unterschiedlichen Beiträgen der Podiumsdiskutanten konnten die jungen Teilnehmer und "alten Hasen" Hinweise und Fakten zu neuen Entwicklungen mitnehmen, Dabei machte Eva Kohlrusch, die Vorsitzende des Journalistinnenbundes, mit ihren Statements und Fragen zum netzwerk-Medienkodex nicht nur Eindruck, sondern stellte auch den Entwurf für ein JournalistInnen-Leitbild vor:

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **BND-Bericht über Journalisten-Bespitzelung soll veröffentlicht werden**

Der eigentlich als geheim eingestufte Bericht über die Bespitzelung und den Einsatz von Journalisten durch den Bundesnachrichtendienst soll veröffentlicht werden. Dies hat das Parlamentarische Kontrollgremium (PKG) des Deutschen Bundestages laut seinem Vorsitzenden Norbert Röttgen (CDU) am 16. Mai bei einer Enthaltung einstimmig beschlossen. Die endgültige Entscheidung soll in der nächsten Sitzung des PKG am 24. Mai in Berlin fallen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Medien compact (3) (21.KW-06)**

01: Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (**BdP**), Berlin hat die neue **Fachgruppe "Medienforschung"** gegründet. Sie soll über verschiedenen Gattungen hinweg die Entwicklung des Medienkonsums in der Bevölkerung kontinuierlich beobachten und Rückschlüsse auf künftige Trends ziehen.

02: Der Auslandsrundfunk der **Deutschen Welle**, Bonn bietet zur **Fußball-WM 2006** in Deutschland (9. Juni bis 9. Juli) **in 30 Sprachen** (statt bisher sieben) das weltweit umfangreichste Informationsangebot für das mobile Internet (<http://mobile.dw-world.de>).

03: Auch **news aktuell**, dpa-Tochter in Hamburg, bietet einen **WM-Service**: unter [www.presseportal.de/wm-portal](http://www.presseportal.de/wm-portal) gibt es Service rund um die Uhr für Journalisten und PR-Profis.

## **Service + Tipps**

### **Jeder dritte deutsche Newsletter ist zu groß**

Während bei Briefen aufs Porto geschaut wird, scheint das bei E-Mails keinen zu interessieren. 1,3 Megabyte groß war der größte der 40.421 E-Mail-Serienbriefe, welche die Analysten von Absolut untersuchten. Datenquelle war das Archiv deutschsprachiger Newsletter, das mit dem automatischen Auswertesystem WebWatch der Firma etone intermedia untersucht wurde.

Die Ergebnisse waren alarmierend: Insgesamt lagen 29 Prozent der HTML-Newsletter bei einer Gesamtgröße über einhundert Kilobyte. "Eine HTML-Serien-E-Mail sollte nie 70 Kilobyte Gesamtgröße überschreiten" lautet die Standard-Empfehlung des E-Mail-Experten Torsten Schwarz. Nicht alle Newsletter sind jedoch so aufwändig. 27 Prozent der deutschsprachigen Versender nutzen das einfache Textformat, fünf Prozent versenden einfach formatierte HTML-Mails ohne Bilder. Die meisten Newsletter (64 Prozent) kommen jedoch im HTML-Format mit Bildern. Vier Prozent der Unternehmen entscheiden sich für das PDF-Format. Dabei ist der Newsletter eine eigene PDF-Datei, die an eine E-Mail angehängt wird. Diese sind im Schnitt aber gleich 214 kB groß. (*Quelle: ots/Presseportal*)

### **Service compact (7) (21.KW-06)**

01: Die Bundesregierung hat am 17. Mai einen vom Bundesminister für Wirtschaft und Technologie vorgelegten Entwurf eines **Gesetzes zur Änderung telekommunikationsrechtlicher Vorschriften** beschlossen. Inhaltliche Schwerpunkte des Gesetzentwurfs sind insbesondere in Umsetzung der Koalitionsvereinbarung eine Bestimmung über die "Regulierung neuer Märkte", die darauf abzielt, Innovationen und Investitionen in moderne breitbandige Telekommunikationsnetze zu fördern sowie verbraucherpolitische Regelungen. Infos: [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de).

02: Ebenfalls am 17. Mai beschloss das Bundeskabinett den Entwurf für ein **Gesetz über die Weiterverwendung von Informationen öffentlicher Stellen** (Informationsweiterverwendungsgesetz, IWG). Der Gesetzentwurf dient der 1:1 Umsetzung der

europäischen Richtlinie 2003/98/EG über die Weiterverwendung von Informationen des öffentlichen Sektors. Öffentliche Stellen sind die größten Informationsproduzenten in Europa, ihre Informationsbestände bergen ein bedeutendes Wirtschaftspotential. Der wirtschaftliche Wert dieser Informationen in der Europäischen Union wird auf 68 Milliarden Euro geschätzt. Infos: [www.bmwi.de](http://www.bmwi.de).

03: **Firmenwelten** bietet ab sofort Freiberuflern wie Ärzten, Rechtsanwälten, Steuerberatern, Architekten, Fotografen, Grafikern, Designern, Redakteuren oder Filmemachern die **Gründung einer LLP** an. Bislang wurde diese nur von großen Rechtsanwaltskanzleien, Wirtschaftsprüfungsunternehmen und Unternehmensberatern genutzt. Es ist die Limited Liability Partnership. Diese Unternehmensform bietet alle Vorteile einer Personengesellschaft mit den Vorteilen einer Limited. Infos: [www.firmenwelten.de](http://www.firmenwelten.de). (Quelle: ots)

04: Unter dem Namen "**Yahoo Clever**" startet das Internetunternehmen Yahoo im Sommer einen neuen **Suchservice**. Dann können Nutzer Fragen an die Yahoo-Community stellen und Antworten erhalten. Außerdem kann man nach Fragen und Antworten suchen.

05: Die **Bedeutung der Dienstleistungsbereiche** für das Wirtschaftsleben in Deutschland nahm erneut zu. 72,5 Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland waren im ersten Quartal 2006 in den Dienstleistungsbereichen tätig. Gegenüber dem Vorjahr erhöhte sich der Anteil um 0,5 Prozentpunkte. Vor 10 Jahren betrug der Anteil der Beschäftigten in den Dienstleistungsbereichen an der Gesamtwirtschaft lediglich 65,7 Prozent. Insgesamt konnten im ersten Quartal 2006 die Zuwächse an selbstständiger Tätigkeit (+ 56 000 Personen gegenüber dem ersten Quartal 2005) die Arbeitsplatzverluste bei den Arbeitnehmern (- 111 000 Personen) nicht kompensieren. Die Verringerung bei den Arbeitnehmerzahlen ist weiter durch anhaltende Rückgänge an sozialversicherungspflichtiger Beschäftigung bestimmt.

06: **Neue Nachschlagewerke:**

- Die NDV Neue Darmstädter Verlagsanstalt, Rheinbreitbach veröffentlichte eine Neuauflage des Standardwerks "So arbeitet der Deutsche Bundestag" (ISBN: 3-87576-524-9).
- Im Festland-Verlag, Bonn ist der neue Europa-

Oeckl erschienen (20.200 Personen und über 9.000 europäische und internationale Organisationen) (ISBN: 3-87224-076-5).

- 07: **Neue Fachbücher** (auch für PR-Menschen):
- Verlag businessvillage, Göttingen: "Zukunftstrend Mitarbeiterloyalität - Endlich erfolgreich - durch loyale Mitarbeiter" von Anne M. Schüller - ISBN: 3-934424-70-8.
- Verlag businessvillage, Göttingen: "Krisen-PR - Alles eine Frage der Taktik: Die besten Tricks für eine wirksame Offensive" von Frank Wilmes - ISBN: 3-938358-30-0.
- Graco Verlag Berlin: Die Imagefalle - Identitätsmarketing für Städte und Regionen im Zeichen der soziodemographischen Zeitenwende" von Volker Remy - ISBN: 3-00-018462-7.
- Verlag managerSeminare, Bonn: "Fette Beute für Trainer und Berater - Wie Sie Noch-nicht-Kunden Ihre Leistungen schmackhaft machen" von Bernhard Kuntz - ISBN: 3-936075-43-3.

- Anzeige -



**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. MScCom 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](http://www.mscom.unisi.ch)



## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **Von Mäusen, Hobbing und unendlichen Geschichten...**

„Brisant“-Podium der DPRG Bayern: Kontroverse Diskussion über Rolle der Aus- und Weiterbildung für die Professionalisierung der PR. Wie stellt sich die PR-Branche auf Medienwandel und Wissensgesellschaft ein? Wie wird Brain zu Working Capital? Was bringt die Wissensarbeiter nach vorn? Diese Fragen diskutierten das Podium der Veranstaltungsreihe „Brisant“ der DPRG Bayern „Aus, Weiter oder Bildung – Professionalisierung der PR“ am 8. Mai an der Bayerischen Akademie für Marketing und Werbung in München.

„Auf dem Weg zu einer Fata Morgana?“ oder die „Unendliche Geschichte?“ – mit diesen Zitaten aus dem pmagazin eröffnete Moderator Michael Bürker, stellvertretender Vorsitzender der DPRG-Landesgruppe Bayern, die Diskussion. In einem Beitrag aus dem Jahr 1995 (!) hatten die Professoren Bentele und Szyszka, den „Wildwuchs“ im Bildungsmarkt gebrandmarkt als das Resultat des Widerspruchs von gestiegenen Anforderungen und freiem Berufszugang. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Termine compact (7) (21.KW-06)**

01: Am 1. Juni findet im Berliner ewerk die Preisverleihung des **Deutschen Preises für Wirtschaftskommunikation** statt. In den sieben Kategorien gibt es 35 Finalisten. Vor der Preisverleihung gibt es noch die Fachtagung "Zielgruppe: Zukunft". Infos: [www.dpwk.de](http://www.dpwk.de).

02: Um Public Relations, Werbung und Unternehmenskommunikation geht es beim zweiten **SummerSchool-Seminar an der Hochschule der Medien (HdM)** in Stuttgart. Ein Dozenten-Team des Studiengangs Werbung und Marktkommunikation bietet das zweitägige Seminar vom 13. bis zum 14. Juli 2006 für externe Interessenten an. Infos: [www.hdm-stuttgart.de](http://www.hdm-stuttgart.de).

03: Die **DPRG-Regionalgruppe Ruhr + Westfalen** startet am 30. Mai in Bochum mit der neuen Veranstaltungsreihe "**PR-Lounge**" -

Special Guest ist das PR-Urgestein Jürg W. Leipziger, Agenturinhaber, Buchautor, Hochschullehrer und DAPR-Präsident aus Frankfurt am Main. Infos: [regine@hellwig-raub.de](mailto:regine@hellwig-raub.de).

04: Der nächste **news aktuell media workshop** zum Thema "Rhetorisch sicher verhandeln - Techniken des Überzeugens" findet am 29./30. Juni in Frankfurt am Main und am 23./24. November in Hamburg statt. Infos: [www.mediaworkshop.newsaktuell.de](http://www.mediaworkshop.newsaktuell.de).

05: Vom 5. bis 7. Juli veranstaltet die Akademie der Bayerischen Presse - Weiterbildung für Journalisten in München das **Fachseminar "Verbraucherjournalismus"**. Infos: [www.a-b-p.de](http://www.a-b-p.de).

06: Das Zentrum Technik und Gesellschaft der TU Berlin veranstaltet vom 26. bis 28. Mai die Jahrestagung von GTG und GWTF zum Thema "**Verhältnis von Technik und Öffentlichkeit**". Infos: [www.ztg.tu-berlin.de](http://www.ztg.tu-berlin.de).

07: Der **DJV** Deutscher Journalistenverband veranstaltet am 27. Mai in Berlin die Tagung "**BesserOnline 2006**". Motto: Fastfood oder Vollwertkost? Infos: [www.djv.de](http://www.djv.de).

## Kommentare

---

### **Kerlikowskys Kommentar über... über ostdeutschen Nicht-Aufschwung und persönliche Erfahrungen**

Guten Tag! Es dürften inzwischen ungefähr fast soviel Gelder in die frühere DDR geflossen sein wie die Bundesrepublik Schulden hat: 1,5 Billionen Euro. Aber eine wirtschaftliche Dynamik, ein sich selbst tragender Aufschwung, sie sind nicht sichtbar. Die neuen Bundesländer fallen in der Entwicklung gegenüber Westdeutschland wieder zurück.



Ich maße mir ein Urteilsvermögen an, weil ich, geborener Berliner, noch teilweise in der DDR zur Schule gegangen bin. Nach der Enteignung meines Vaters in der Niederlausitz bin ich mit der Familie wieder nach West-Berlin gekommen. 1984 fuhr ich das erste Mal von München aus zur Leipziger Messe, und seitdem zu jeder

weiteren. Ich nutzte die Möglichkeit, die jeder mit einem westdeutschen Pass hatte, mir meine alte, zweite Heimat anzusehen. In der Vorwendezeit habe ich die ersten Vorträge von Ostdeutschen über Technologie-Transfer Ost- West und die erste Reise von westdeutschen Unternehmern in die DDR organisiert.

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Themen der Zeit

### **Wie mache ich meinen CEO glücklich und behalte meinen Job?**

*Abstract aus "Public Relations: Die besten Tricks der Medienprofis" von Hajo Neu / Jochen Breitwieser; Businessvillage-Verlag, September 2005*

### **7. PR-Verantwortlicher im Unternehmen oder: Wie mache ich meinen CEO glücklich und behalte meinen Job?**

Eines der erstaunlichsten Kennzeichen vom Öffentlichkeitsarbeit im Unternehmen ist deren schwammige Definition. Verglichen mit anderen Führungspositionen – General Counsel oder CFO zum Beispiel, wo die Rollen sehr genau definiert sind – ändert sich die Aufgabe des Kommunikators von Unternehmen zu Unternehmen. In einigen Firmen ist PR für alle Formen der inneren und äußeren Kommunikation verantwortlich. Doch schon eine Hausnummer weiter werden diese Aufgaben unter einer Vielzahl verschiedener „Kommunikatoren“ aufgeteilt und entweder von den Investor Relations, vom Personalwesen oder der Internen Kommunikation wahrgenommen. Zu diesem Mangel an Definition gesellt sich schlimmstenfalls noch die fehlende Abstimmung über die Kommunikationsaufgaben zwischen dem CEO und seinem PR-Manager.

*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 23 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobgesuche.html](http://www.pr-journal.de/jobgesuche.html)

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 25 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/](http://www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/)

Die weiteren Angebote:

#### In Agenturen (17)

Titel [Berater bei der Neuland PR Agentur Leipzig](#)

Titel [APCO Deutschland sucht Project Associate für Berliner Büro](#)

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

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](#)

## In Medien (2)

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

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, 22. Mai 2006 - 19:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **22.896 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](mailto:pfeffer@pr-journal.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg ([reineke@pr-journal.de](mailto:reineke@pr-journal.de)); Mathias Scheben ([mathias.scheben@t-online.de](mailto:mathias.scheben@t-online.de)), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts.

**Ständige Kommentatoren:** Dr. Stephan Hoursch, Frankfurt am Main ([stephan.hoursch@klenkhorsch.de](mailto:stephan.hoursch@klenkhorsch.de)); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin ([mediaselection@t-online.de](mailto:mediaselection@t-online.de)); Wolfgang Reineke, Heidelberg

**Korrespondenten:** Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich ([bernd-oliver\\_buehler@web.de](mailto:bernd-oliver_buehler@web.de)); Michael Bürker, München ([michael.buerker@commendo.de](mailto:michael.buerker@commendo.de)); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn ([daniel.fazekas@mmdcee.com](mailto:daniel.fazekas@mmdcee.com)); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada ([frank\\_hupke@gmx.de](mailto:frank_hupke@gmx.de)); Stefan Munko, Berlin ([munko@dprg-berlin.de](mailto: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 Pfannenber, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Lars Rademacher, Wolfsburg; Peter Radunski, Berlin; Jana Räsche, 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](mailto: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](mailto: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](mailto:redaktion@pfeffer.de), [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de), [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com); [www.pr-journal.info](http://www.pr-journal.info); [www.pr-journal.net](http://www.pr-journal.net); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.prjournal.eu](http://www.prjournal.eu), [www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de), [www.przentrum.de](http://www.przentrum.de), [www.pr-nussknacker.de](http://www.pr-nussknacker.de).