

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 72 / 25. Woche 2006

Seite.1 _____

Kongress "Challenging Communications"

Am 3. Juli findet unter dem Titel „Challenging Communications – **Neue Chancen für die Unternehmenskommunikation**“ in Darmstadt der erste Kongress zum Einfluss des Internets auf die Kommunikationsarbeit der Zukunft statt. Breitband-Internet ist in aller Munde. Die Konvergenz der Medien – wie beispielsweise Fernsehen über den Internetanschluss nebst Internet-Telefone – verändern Wirtschaft und Gesellschaft. Menschen, Medien und Multiplikatoren vernetzen sich, neue Kommunikationskanäle entstehen und damit auch neue Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation. Der Kongress, der von T-Online und fischerAppelt, profiling gemeinsam veranstaltet wird, soll Denkanstöße und Lösungsansätze für die Kommunikationsarbeit der Zukunft liefern. Weitere Informationen zum Kongress und eine Anmeldemöglichkeit finden sich online im Internet unter www.challenging-communications.de. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Positiver Trend in der Informationswirtschaft

Die Zahl der Beschäftigten in der Informationswirtschaft ist nach Jahren der Stagnation nun wieder aufwärtsgerichtet. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Bericht von TNS Infratest zum Entwicklungsstand der deutschen Informationswirtschaft. Der 9. Faktenbericht zeigt, dass die deutsche Informationswirtschaft ihre Wettbewerbsfähigkeit

im Berichtszeitraum 2005/2006 halten und in wesentlichen Punkten sogar verbessern konnte:

- Die Informationswirtschaft entwickelt sich zu einem immer wichtigeren Sektor der deutschen Wirtschaft. Ihr Anteil am Bruttoinlandsprodukt stieg auf 6,2 Prozent.
- Die Zahl der Beschäftigten in der Informationswirtschaft nahm erstmals seit Jahren wieder zu (2005: + 0,5 %).
- Die Beliebtheit des Internets steigt kontinuierlich. 58 Prozent der Deutschen sind gegenwärtig online, das sind 3 %-Punkte mehr als im Vorjahr.
- Auch in Unternehmen wird der Einsatz des Internets immer selbstverständlicher. 72 % der Unternehmen in Deutschland verfügen mittlerweile über eine eigene Website.
- Das Breitband gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die Zahl breitbandiger Internetanschlüsse legte deutlich auf insgesamt 10,7 Millionen zu (2005: + 55 %).
- Deutschland ist mobil. 95 % der Deutschen verfügen über einen Mobilfunkanschluss (2005: + 8 %-Punkte).
- E-Government: 33 % der Privatpersonen und 44 % der Unternehmen in Deutschland nutzen mittlerweile die Dienstleistungen der öffentlichen Hand online.

Personalien _____

Personalien compact (9) (25.KW-06)

01: **Martina Scheer** (45) leitet jetzt die Unternehmenskommunikation der Compass Group Deutschland (Catering-Dienstleistungen) in Eschborn. Sie kommt von Pleon Kohtes Klewes.

02: **Ulrich Zimmermann**, Geschäftsführender Gesellschafter der Kommunikationsagentur Z Team Communications in Buckow wurde anlässlich seines 70. Geburtstages zum "Melvin Jones Fellow" ernannt (der weltweit höchsten Ehrung der Lions



Clubs International Foundation.

03: **Katharina Knieß** (Tipp Büro für Pressearbeit), München hat die Presseleitung beim Paul-Klinger-Künstlersozialwerk übernommen.

04: **Axel Rühl**, bisher Fachgebietsleiter Nutzfahrzeugkommunikation bei DaimlerChrysler in Stuttgart, ist ausgeschieden und hat sich mit einer eigenen Rechtsanwaltskanzlei selbstständig gemacht.

05: **Margit Stisi** (30) betreut die Pressearbeit des Schwabe Verlags in Basel/Schweiz. Sie kommt von der Agentur Buch Contact, Berlin/Freiburg.

06: **Tatjana Schosseck** (32) verstärkt nun als PR-Beraterin die Agentur ZPR in Hamburg. Sie kommt von Kom.unity. Von der ortsansässigen Agentur a+o kommt **Dagmar Ungnad** (27) als Junior-PR-Beraterin zu ZPR.

07: Mitte August wird **Tobias Häuser** (36) neuer Pressesprecher des hr Hessischen Rundfunks in Frankfurt am Main. Er war bisher im Berliner ARD-Hauptstadtstudio und löst **Michael Dartsch** (51) ab.

08: Rechtsanwalt **Michael Heckmann** wird peterka & rosenthal in Köln als Off Council unterstützen.

09: **Gabriela Knobel** verstärkt den Bereich Public Relations der BLU AG in Altdorf/Schweiz. Die eidgenössisch diplomierte PR-Beraterin sammelte Erfahrungen bei Farner und Wirz sowie bei der Caritas Schweiz.

- 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

markenzeichen macht Markenaufbau des Smartphone-Herstellers HTC

HTC aus Taiwan, bisher vor allem als Hersteller von OEM-Smartphones bekannt, will künftig seine Geräte unter der HTC-Marke an den Kunden bringen. Bisher wurden die HTC-Geräte über die Qtek-Marken vertrieben. Zudem werden HTC-Smartphones seit Jahren in Deutschland von den vier großen Mobilfunknetzbetreibern angeboten und heißen dort je nach Anbieter mda, xda, vpa oder etwas irreführend pda. Zum Deutschlandstart bringt HTC im Juli zwei Windows-Mobile-Smartphones in den Handel. Mit dem Launch der neuen Produkte sowie dem Markenaufbau im deutschsprachigen Raum wurden die PR-Agentur markenzeichen in München unter der Leitung von Stefanie Weckerle und Stefan Ehgartner betraut.

Etats compact (10) (25.KW-06)

01: Executive Networks International, Baar/Schweiz
an: **Osicom**, Düsseldorf

02: Bahnhofsbuchhändler Valora Retail Deutschland (k presse + buch), Bern/Schweiz
an: **Straub & Linardatos Kommunikation** - Medien - Licensing, Hamburg

03: Vita-Cola + Lichtenauer und Thüringer Waldquell (Produkt-PR) + Lichtenauer Mineralquellen (Unternehmenskommunikation), Lichtenauer
an: **Neuland PR Agentur**, Leipzig

04: Franchisekette Paketeria, Berlin
an: **MaysMedia**, Haan

05: Eicon Networks, Leonberg
an: **Communication Harmonists**, Heidelberg

06: Nordsee-Zeitung, Bremerhaven (JUgend- und Schulprojekte)
an: **Raufeld Medien**, Berlin

07: Bundesgartenschau 2007 (BuGa 07) in Gera und Ronneburg
an: **DWB Kommunikation**, Hamburg

08: Boursin Frischkäse (Unilever France), Hannover/Memmingen (M+V)
an: **symens + partner**, Wiesbaden

09: schoko pro (Dienstleister für Veranstaltungstechnik), Wiesbaden
an: **andrea ludwig pr**, Dornstadt

10: Travel in Trend Hotels, Kaarst
an: **Inex Communications**, Nidderau

Branche

38 Finalisten in der Endausscheidung für den Deutschen PR-Preis

Die 26 Mitglieder der Jury des Deutschen PR-Preises 2006 nominierten am 10. Juni in Stuttgart in geheimer Abstimmung die Finalisten des renommierten Branchenpreises. Erstmals bewarben sich die Kandidaten des inkom. Grand Prix für die besten Mitarbeiterzeitungen und -zeitschriften auch um den Deutschen PR-Preis. Die Bekanntgabe der Preisträger erfolgt anlässlich der Preisverleihung im Kurhaus Wiesbaden. Die Jury verständigte sich ebenfalls auf den „Kommunikator des Jahres“. „Unter den 38 Besten zu sein, das ist schon den Respekt und die Anerkennung der Branche wert. Aber Preisträger kann immer nur einer in jeder der 14 Kategorien sein. Und das erfahren diese erst am 8. September in Wiesbaden, wenn es heißt - The Winner is.....!“, so DPRG-Präsident Ulrich Nies.

Branche compact (6) (25.KW-06)

01: Seit August letzten Jahres gilt das **EU-weite Tabakwerbeverbot**. Deutschland wehrt sich vehement gegen die Regelung. Sie verstoße gegen die Werbefreiheit und damit die Gesetzgebungen des EU-Binnenmarktes. Der EU-Generalanwalt schlug dem Europäischen

Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg heute vor, die Klage abzuweisen. Damit müsste auch in Deutschland das EU-Tabakwerbeverbot in nationales Recht umgesetzt werden. Die Werbewirtschaft erwartet dadurch 118 Millionen Euro weniger Werbevolumen. ZAW sowie die Verlegerverbände BDZV und VDZ sehen zudem durch die Werbezensur die Pressefreiheit bedroht.

02: Die **Schweizer PR-Agenturen** melden in einer Umfrage des Bundes der Public Relations Agenturen höhere oder zumindest gleich hohe Budgets ihrer Kunden für 2006. Auch das Neugeschäft hat sich deutlich belebt. **Auch im Jahr 2005 belegt Farner den ersten Platz** in der Statistik über den Public Relations Markt Schweiz. Farner erarbeitete einen Netto-Honorarertrag von CHF 11.2 Millionen (plus 4.5 Prozent). Die Agentur beschäftigt an den Standorten Zürich, Bern, Lausanne und Genf insgesamt 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auf Platz zwei und drei rangieren Burson-Marsteller und Peter Bütikofer & Company.

03: Das **Leben auf einem Hausboot**, ein Leben abseits großstädtischer Hektik, aber inmitten unkonventioneller entspannter Atmosphäre – was könnte besser zur Marke Gauloises passen als das? Diese Frage beantwortet bis Ende September die „Gauloises“, die am 9. Juni im Hamburger Billehafen ihre Schiffstaufe erlebte und im Auftrag von British American Tobacco bis September jeweils einen Monat in Hamburg, Berlin und Dresden anlegen wird. **Verantwortlich für Konzeption und Umsetzung zeichnet die Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3**. Das Hausboot ist ein Folgeetat des u.a. mit einem bronzenen ADC Nagel ausgezeichneten letztjährigen „Théâtre en route“-Projekts. Lucs Hausboot ist gleichermaßen Plattform für PR, Event und Promotion.

04: **news aktuell** lobt einen neuen Branchen-Preis aus: Die "obs-Awards 2006". Dafür **sucht** die dpa-Tochter **die besten PR-Bilder** des Jahres und zeichnet insgesamt sechs Kategorien aus. Bis zum 23. August können Pressestellen und PR-Agenturen ihr Bildmaterial einreichen. Die Gewinner werden im November bekannt gegeben. Bewerbungen für die obs-Awards: www.newsaktuell.de/obs-awards.

05: "Wir machen Ihnen eine Szene!" - Mit diesem Slogan **feierte inszenio - agentur für szenische kommunikation im Mai Premiere**. inszenio entwickelt und produziert Theater-Formate, um sie als emotionales Kommunikationsinstrument im Kontext von Unternehmen und Organisationen

sowie im Rahmen von Events einzusetzen. Dabei werden Inhalte, Botschaften, (Konflikt)themen in szenische Darstellungsformen übersetzt, und zwar individuell auf die jeweiligen Zielgruppen und kommunikativen Ziele abgestimmt. Infos: www.inszenio.de.

06: Russlands Führung will vor dem G8-Gipfel im Juli ihr Image im Ausland aufpolieren.

Doch die Aufgabe der PR-Profis ist schwer.

Die russischen Behörden haben mit moderner Öffentlichkeitsarbeit nicht viel im Sinn. Peter Guilford zeigte sich voller Vorfreude. Als der Chef der Brüsseler PR-Agentur GPlus im Mai sein neues Projekt vorstellte, schwärmte er von einer "Prestigeaufgabe". GPlus und andere Agenturen sollen Russland unter der Führung des US-Unternehmens Ketchup vor dem Gipfeltreffen der führenden Industrienationen (G8) in St. Petersburg ein positives Image verpassen. Noch nie zuvor hatte der Kreml einen PR-Auftrag in dieser Größenordnung ans Ausland vergeben. Bitte hier den Artikel von Nils Kreimeier in der FTD Financial Times Deutschland vom 19. Juni [online weiterlesen](#).

- 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

WDR wehrt sich gegen Unterlassungsbeschwerde von Lukas Podolski

Der Westdeutsche Rundfunk weist Presseveröffentlichungen gegen den WDR und die Eins Live-Comedy "Lukas' Tagebuch" zurück. Die Serie wird trotz einer Unterlassungsbeschwerde des Fußball-Nationalspielers Lukas Podolski fortgesetzt, erklärte der WDR am Sonntag. Gerade bei einem

jugendlich orientierten Programm wie Eins Live finde "die karikierende und humoristische Ansprache Prominenter aus Sport und Politik hohe positive Resonanz", antworteten die WDR-Juristen dem Anwalt des Fußballstars. Dabei befinde sich Podolski "in prominenter Gesellschaft mit Angela Merkel, Ex-Bundeskanzler Gerhard Schröder oder Bundesgesundheitsministerin Ulla Schmidt, die der Hörfunksatire durchaus ihre popularitätssteigernde Wirkung abnehmen und souverän damit umgehen". (Quelle: Presseportal/ots)

Drei Ratschläge der Redaktion. Lieber Poldi: bessere Berater suchen, besser spielen und locker auf kölsche Art bleiben, dann regelt sich das auch ohne üppige Beraterprovisionen. -fff-

Kulturstaatsminister und DJV im Gespräch

Einvernehmen herrschte bei einem Gespräch von Kulturstaatsminister Bernd Neumann (CDU) mit Vertretern des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) am 15. Juni in Berlin zum Thema EU-Fernsehrichtlinie. Gemeinsam lehnen DJV und Bundesregierung die vorgeschlagene Legalisierung des Product Placements mit Verweis auf den Grundsatz der Trennung von Programm und Werbung ab. DJV und Bundesregierung fordern eine Erweiterung des Kurzberichterstattungsrechts, das den Programmveranstaltern freien Zugriff auf das Sendesignal des übertragenden Veranstalters vermitteln soll, um eine Regelung des Zutrittsrechts von Programmveranstaltern zum Ort der Veranstaltung.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Medien compact (2) (25.KW-06)

01: Die **Nutzungsdaten von IVW-Online** für Mai 2006: Gesamt-Platz eins belegt nach wie vor T-Online mit 227,1 Millionen Visits (1,94 Milliarden PageImpressions). Gegenüber dem Vormonat bedeutet das ein Plus von 2,2 Prozent. Auf den folgenden Rängen: MSN (189,4 Mio. Visits) und Yahoo (113,6 Mio. Visits). Bei den AV-Medien führt ProSieben mit 101,2 Millionen Visits; bei den Printmedien ist Spiegel-Online mit 60,8 Millionen Visits die Nummer eins.

02: Das bundesweite **Schülermagazin "häftmäg"** aus dem Häfft-Verlag, München erschien in diesen Tagen mit einer Sommerausgabe und neuem

Redaktionsleiter. Christian Fuchs (26) leitet jetzt die 15-köpfige Schülerredaktion. Er hat bisher u.a. als Journalist für Spiegel Online und die Süddeutsche Zeitung gearbeitet. Das Magazin erscheint viermal jährlich in einer Auflage von 200.000 für ca. 2.500 Schulen für die 12- bis 18-jährige Zielgruppe. Infos: www.haefft-media.de.

Service + Tipps

Ipsos-Umfrage: Vertrauenspotenzial in verschiedene Berufsgruppen

Das größte Vertrauen schenken die Deutschen den Aussagen ihrer Mitmenschen. Neun von zehn Befragten (86%) vertrauen dieser Gruppe. Dann folgen dicht auf Wissenschaftler (85%), Polizisten (83%) und Ärzte (81%). Dagegen setzen nur vergleichsweise wenige Vertrauen in die Aussagen von Politikern und Wirtschaftsmanagern (je 15%). Mehr als die Hälfte der Befragten (58%) vertraut auf die Angaben von Meinungsforschern. Zu diesem Ergebnis kommt eine internationale, repräsentative Telefonstudie, bei der Ipsos jeweils 1.000 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Spanien und den USA befragte. Im Gegensatz zu dem ausgeprägten Misstrauen gegen Wirtschaftsmanager (15% Vertrauen), vertrauen immerhin mehr als doppelt so viele Befragte der Aussagen von Gewerkschaftern (34%) und **Journalisten (40%)**. In TV-Nachrichtensprecher ist das Vertrauen mit 76 Prozent noch deutlich höher als in Journalisten. (Quelle: directnews)

Größte deutsche Messedatenbank noch informativer

Das Informationsangebot der größten deutschen Messedatenbank m+a ExpoDataBase wird durch die umfangreichen Unternehmens- und Produktinformationen des Virtual Market Place der Messe Berlin GmbH erweitert. Dazu haben der m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH (Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main) und die Berliner Messegesellschaft eine entsprechende Kooperation vereinbart. Der neue Service ist ab 7. Juni unter www.expodatabase.de online.

Service compact (6) (25.KW-06)

01: Die Bundesregierung hat am 14. Juni den Entwurf für das "Elektronische Geschäftsverkehrsvereinheitlichungsgesetz" (EIGVG) verabschiedet - mit dem Kernstück Telemediengesetz (TMG). Die **Flut unerwünschter Spam-Mails soll mit diesem neuen Gesetz bekämpft werden**. Jedoch: Die meisten Spam-Mails werden aus dem Ausland verschickt und fallen nicht unter deutsche Gesetzgebung. Für den Rest gilt: Charakter und Herkunft einer E-Mail-Werbung müssen sich künftig bereits aus Kopf- und Betreffzeile der Nachricht ergeben, heißt es in dem vom Bundeskabinett verabschiedeten Gesetzentwurf. 'Wer absichtlich den Absender oder den kommerziellen Charakter einer E-Mail verschleiert, kann mit einem Bußgeld bis zu 50.000 Euro belangt werden', sagte Verbraucherschutzminister Horst Seehofer (CSU).

02: **Open2Europe**, seit 2000 Spezialist für europäische Öffentlichkeitsarbeit, **weitet seine PR-Dienstleistungen auf den deutschen Markt aus**. Mit den pan-europäischen PR-Programme von Open2Europe haben deutsche Unternehmen nun die Möglichkeit, mit einer einzigen PR-Agentur in einem oder mehreren Ländern ihre Firmen- und Produktpräsenz auszubauen: 15 Agenturen für Öffentlichkeitsarbeit verwurzelt in 15 verschiedenen europäischen Ländern. Dank der Zusammenarbeit mit über 40.000 europäischen Journalisten ist Open2Europe in der Lage, deutschen Unternehmen eine effiziente Kommunikation mit Pressevertretern aus ganz Europa zu ermöglichen.

03: Der **Verbraucherpreisindex** in Deutschland ist lt. Statistischem Bundesamt in Wiesbaden für Mai 2006 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,9 Prozent gestiegen.

04: **Die deutschen Online-Händler vernachlässigen die Wünsche ihrer Kunden**. Trotz steigender Servicenachfrage will nur jeder vierte Anbieter das Dienstleistungsportfolio weiter ausbauen. Damit verschenken die Internet-Shops wichtige Wettbewerbsvorteile in einem wachsenden Markt: Die Zahl der Deutschen, die im Internet einkaufen gehen, stieg im vergangenen Jahr um sieben Prozent an. Das ist das Ergebnis der Studien E-Commerce-Trend und Kundenkompass Online-Shopping von novomind in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.

05: **The NewsMarket**, die führende Online-Plattform für Videonachrichten, gab am 12. Juni auf

der Konferenz des National Investor Relations Institute (NIRI) die Einführung des **neuen Produkts „Video Earnings Package“** bekannt. Das Video-Earnings-Paket richtet sich speziell an die Mitarbeiter von Investor-Relations-Abteilungen und bietet die Möglichkeit, Finanzberichte zusammen mit Videomaterial, Audiofiles und Bildern über www.thenewsmarket.com den Medien international aktiv anzubieten und Medienanfragen schneller zu bearbeiten. Journalisten aus über 7.500 Media Outlets in mehr als 140 Ländern beziehen bereits Videomaterial für die Berichterstattung von The NewsMarket.

06: Thomas Schaaf, Trainer von Werder Bremen in einem Interview mit der "Berliner Morgenpost" vom 18. Juni auf die Frage **welche Rolle die Vermarktung spielt**: "Der Fußball ist ein Riesenfaktor in den Medien. Die Öffentlichkeitsarbeit nimmt sehr viel Zeit in Anspruch. Also gehört zur Trainerausbildung selbstverständlich auch ein Medienseminar. Hier lernt man zum Beispiel, mit Interviewsituationen umzugehen."

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Wien: Master für Kommunikationsberufe

"Public Communications": Das Wiener Institut für Publizistik verbindet bisherige Einzelangebote und soll neue Maßstäbe am Bildungsmarkt setzen. Die Universität Wien startet mit kommendem Herbst einen neuen postgradualen Lehrgang namens "Public Communications". Abschließend mit einem Master of Arts (MA) baut das Angebot auf dem bewährten Universitätslehrgang für Öffentlichkeitsarbeit des Instituts für Publizistik auf, der um den PR-Spezialbereich Public Affairs erweitert wird. Zusätzlich sollen die Lehrgänge für Markt- und Meinungsforschung und für Journalismus sowie der Fachbereich Werbung integriert werden. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Im November: Gipfeltreffen der Politikbranche: Berliner Politiktage

Die Berliner Politiktage bringen vom 20. bis 22. November die wichtigsten Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Verbänden, Medien und Agenturen in Berlin zusammen. Das Fachmagazin "politik&kommunikation" präsentiert zum vierten Mal den etablierten Politikkongress und die Gala zur Verleihung des Politikaward. **Neue Elemente** der Veranstaltungsreihe sind ein Symposium und die Ausstellung kampagne06. Mehr als 100 Referenten und Akteure werden bei den Berliner Politiktagen die neuesten Trends in Public Affairs, Lobbying und politischer PR diskutieren. Informationen und Anmeldung: www.berliner-politiktage.de.

Termine compact (6) (25.KW-06)

01: Vom 30. August bis 9. September findet in Berlin und Potsdam die **Medienwoche Berlin-Brandenburg** statt. Thematischer Schwerpunkt: Der Umbruch im Medienmarkt. Infos: www.medienwoche.de.

02: Zwischen dem 19. und 27. September veranstaltet das **F.A.Z.-Institut** in Frankfurt am Main und Wiesbaden die Seminarreihe "**Interne Kommunikation**" durch (drei Termine). Dabei werden Praxisfragen der Mitarbeiterkommunikation diskutiert. Infos: www.seminare.convent.de.

03: Wie das Statistische Bundesamt mitteilt, waren im Wintersemester 2005/2006 an deutschen Hochschulen 38.400 **Gasthörerinnen und Gasthörer** gemeldet. Fast jeder zweite Gaststudierende (48 %) gehörte der „**Generation 60 plus**“ an. Die Zahl der über 60-jährigen Gasthörerinnen und Gasthörer hat sich in den letzten zehn Jahren auf 18.300 verdoppelt. Das Durchschnittsalter der Gaststudierenden stieg in diesem Zeitraum von 45 auf 52 Jahre.

04: Wer erfolgreich Public Relations betreiben will, muss wissen wie Journalisten arbeiten. Der **media workshop "So optimieren Sie Ihre Pressearbeit"** gibt intensive und praxisnahe Einblicke in die Arbeit von Redaktionen. Die dpa-Tochter news aktuell veranstaltet den zweitägigen Workshop am 10. und 11. Juli in Frankfurt am Main. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

05: Die Kölner **ofischer academy**, Anbieter für Maßgeschneiderte Seminare mit Return on

Education™, initiiert gemeinsam mit Psychologen **innerbetriebliche Aufklärungsseminare**. „Das **Burnout-Syndrom** entwickelt sich über eine ganze Reihe von Stadien und ist letztendlich nur der Schlusspunkt einer Kette von Werteverstärkungen und Verdrängungsmechanismen“, so Diplom-Psychologe Christian Henrichs, Experte für Mobbing und Burnout-Erkrankungen. Bei Leistungssportlern und in helfenden Berufen ist es bereits ein bekanntes Phänomen. Infos: www.ofischer-academy.com.

06: Eine **PR-Basisausbildung in zweimal neun Tagen bietet die AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. PR-Einsteigern in den kommenden Monaten. Im Seminar B1, das jeweils im September und November startet, erhalten die Teilnehmer während der ersten neun Tage einen umfassenden Überblick über die ganze Bandbreite der PR. Das B2 im Januar 2007 vertieft dann Themen wie Konzeptionstechnik, Unternehmenskommunikation und CI-Prozesse bis hin zum Krisenmanagement. Am Ende dieses Seminars steht eine Leistungsbewertung. Die Termine: B1, PR-Arbeitsmethodik, 1. Teil, 31. August bis 8. September und 9. bis 17. November 2006, Gummersbach. B2, PR-Arbeitsmethodik, 2. Teil, 25. Januar bis 2. Februar 2007, Lam, Bayerischer Wald. Weitere Infos unter: www.afk-online.com.

Kommentare

Kerlikowsky Kommentar über... Hartz-Murks in Wolfsburg und für (gegen) Deutschland



Guten Tag! Peter Hartz, über die Gewerkschaft und sein SPD-Parteibuch in den Vorstand von VW gekommen, Namensgeber für die Hartz-Gesetze, verwickelt in die Geldverschwendung für Lustreisen von VW-Betriebsräten, ist für mich die Symbolfigur für gesellschaftliche und wirtschaftliche Fehlentwicklungen in Deutschland. Sein verhängnisvolles Wirken war möglich, weil es keine klaren Linien zwischen Gewerkschaften, Parteien, Politikern und Managern gibt.

Aber an diesem System wird nicht gerührt; denn die Beteiligten profitieren zumeist davon – auf Kosten der Allgemeinheit, die über Steuern und Sozialabgaben letztlich die Zeche bezahlt, die von den verflochtenen

Interessengruppen gemacht wurde und wird. Bleiben wir bei Hartz und VW.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer&Salz&Senf

Senf: Benimm-Abend mit echter Lady

Manchmal schreibt das wirkliche Leben die besten Geschichten selbst. Mein Weib Margitta (und bessere Hälfte) fand in der Wochenendbeilage der "Kölnischen Rundschau" vom 17. Juni den folgenden Artikel, den ich Ihnen allen nicht vorenthalten wollte. Schön, wenn auch Sie beim Lesen schmunzeln! -fff-

Er hasst Anzüge und Krawatten. Doch als eine nette alte Dame in Las Vegas meinte, ihm eine neue Garderobe verpassen zu müssen, da sagte Jake Gyllenhaal nicht nein. Die 84-jährige sah den Jung-Star am Nachbartisch beim Abendessen im Luxus-Restaurant des Bellagio-Hotels. Allerdings erkannte sie ihn nicht. Der 25-jährige saß dort im T-Shirt, mit Schmutzel-Jeans und Turnschuhen. Er war unrasiert und legte keinen Wert auf Tischmanieren. Die Millionärswitwe ging zu Jakes Tisch und bat ihn, sich setzen zu dürfen.

Der Star war völlig überrascht, als sie ihm erklärte: "Wenn ich Sie in diesem Aufzug sehe, schmeckt mir mein Essen nicht. Darf ich Sie neu einkleiden?" Bevor er sich versah, fand er sich in der exklusiven Herren-Boutique des Hotels wieder. Die Dame kleidete ihn für über 5.000 Dollar ein. Dann bat sie den Film-Millionär an ihren Tisch. Jake erinnerte sich an seine gute Kinderstube, und die beiden unterhielten sich angeregt den ganzen Abend.

Erst als die Lady am nächsten Morgen ihre Zimmerrechnung zahlen wollte, erfuhr sie, wen sie da neu ausgestattet hatte. Jake hatte heimlich das Essen und die Übernachtung der Frau bezahlt und ihr zum Abschied einen Dankesbrief mit einer Einladung zu einer Wiederholung des Abends in Hollywood hinterlassen. (nos)

Rezensionen

Erber: Eventmarketing - Erlebnisstrategien für Marken

Rezension von Sabine Sturm, [ars publicandi](#), Rodalben

Nur ein kurzer Blick in Zeitungen und Zeitschriften genügt: Allerorten scheint es nur so zu wimmeln von Events. Wie viel Marketingaktivität aber steckt in der Fußball-WM als "Sport-Event", dem Eurovision Song Contest als "Kult-Event", der Ausstellung mit Bildern von

Caspar David Friedrich als "Kunst-Event" - genauso wie in Events von Unternehmen unterschiedlichster Größe und Ausrichtung?

Ganz allgemein beschreibt Eventmarketing die zielgerichtete und systematische Planung von Veranstaltungen aller Art unter Berücksichtigung der Kommunikationsziele des Unternehmens. Doch was genau es nun mit "zielgerichtet" und "systematisch" auf sich hat, wie viel Kreativität, Planung und Vorbereitung seitens des Marketings notwendig ist und wodurch sich ein gelungenes Event auszeichnet, hat die PR-erfahrene Kommunikationsexpertin Sigrun Erber in ihrem Buch zusammengetragen. In zahlreichen Beispielen spannt sie den Bogen von den mit viel Pomp inszenierten Triumphzügen römischer Feldherren nach gewonnenen Schlachten bis zur Coca-Cola-Weihnachtskampagne in jüngster Zeit. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Themen der Zeit

DRPR kritisiert Ad-hoc-Publizität



von Josef Leis, Finanzkommunikation, Düsseldorf. Berater des DRPR

Die von „Pfeffers PR-Newsletter“ ausgesprochene Bitte, das Problem so darzustellen, dass die Leser es verstehen können (und bitte nicht zu lang), macht diese Arbeit nicht leicht: 1. Zu erklären, warum der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) sich für ordnungsmäßige Ad-hoc-Publizität einsetzt und 2. warum er ausgerechnet Ad-hoc-Mitteilungen der Deutsche Telekom AG kritisiert – warum nicht erst andere?

Pfeffers Bitte zwingt zur Lücke und zur Vereinfachung in einem Thema, das gerade nicht einfach ist, weil es mit so vielen unklaren Rechtsbegriffen zu tun hat. Es geht um die Informationen über erheblich kursrelevante Umstände oder Ereignisse, die Aktiengesellschaften nach § 15 Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) unverzüglich veröffentlichen müssen (Ad-hoc-Publizität). Was daran so schwierig ist? Überlegen Sie nur, was „erheblich kursrelevant“ ist. Daran hat sich selbst mancher Insider schon kräftig die Finger verbrannt. Und welche Umstände müssen gemeldet werden? *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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (11)

Titel [PR-Berater/Campaigner Public Affairs \(m/w\) gesucht \(Standort Hamburg\)](#)

Titel [UGW AG in Wiesbaden sucht Junior PR-Berater \(w/m\)](#)

Titel [Ogilvy sucht PR-Berater/-in](#)

Titel [Stockheim Media sucht PR-Berater\(in\)](#)

Titel [Text 100 in München sucht Account Executive PR B2B \(m/w\)](#)

Titel [Account Director PR \(m/w\) bei Text 100 \(München\)](#)

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

Titel [WORX PR München sucht Kundenberater/in](#)

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

Titel [PR-Redakteur \(w/m\) in Hamburg gesucht](#)

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

Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de)

In Medien (1)

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

In Unternehmen (2)

Titel [Berliner Unternehmen sucht PR-Referent/in](#)

Titel [Mitarbeiter/-in Kommunikation bei Zimmer in Wiesbaden](#)

In Verbänden (1)

Titel [Pressereferent für Pharma-Verband gesucht](#)

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; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Thomas Mavrides, Unteruhldingen; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberger, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Regina Raab, Bad Wildungen; 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; Sabina Wachtel, Frankfurt am Main; 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.

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 19. Juni 2006 - 17:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.929 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