

# PR-Journal-Newsletter

## Nr. 76 / 31. + 32. Woche '06

Nach der Umstellung unseres CMS (Content Management Systems) von Mambo auf Joomla! und wegen starker Serverbeanspruchung (Visits) bei 1&1 haben wir dort u.q. den Arbeitsspeicher auf 2 GB verdoppelt. Somit dürfte die Performance wieder besser sein. Der nächste Newsletter erscheint in 14 Tagen am 22. August.

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

### **GPRA und "Spiegel": verdrehte Verdrehungen**

Im Nachrichtenmagazin "Der Spiegel" hatte Nils Klawitter am 31. Juli einen Beitrag "Public Relations: Meister der Verdrehung" geschrieben. Nach wochenlanger Recherche nicht unbedingt ein Meisterwerk journalistischer Arbeit: Altbackenes wurde vorurteilsbestärkend aufgewärmt - sachliche, auch berechtigte Kritik sieht anders aus (siehe dazu auch den PRR-Kommentar weiter unten). Der Präsident des PR-Wirtschaftsverbandes GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Dieter Schulze van Loon, schrieb am 4. August an Klawitter - wir zitieren:

"Es ist eine unter Journalisten beliebte Übung, Public Relations in die Nähe von „Verdrehung“ und einseitiger Beeinflussung von Meinungen in Gesellschaft zu stellen. Ihr Beitrag bemüht dafür bekannte Beispiele, vorwiegend aus dem US-amerikanischen Raum. Auch in Deutschland gibt es solche Fälle. Leider verschweigen Sie den eigentlichen Zweck von Public Relations:  
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

### **Blogs, Flickr & Co: Wie Amateurmedien klassische Medien und PR-Arbeit verändern**

von Cornelia Kunze, Geschäftsführerin, [Edelman Deutschland](#), Hamburg



Das Internet und die neuen so genannten Amateurmedien verändern die PR-Arbeit und die Nutzung klassischer Medien dramatisch.

Früher war es die Aufgabe von uns PR-Managern, schlechte Nachrichten von Journalisten abzuschirmen und gute Nachrichten in den redaktionellen Inhalten der Massenmedien zu lancieren. Wir waren eine Art Broker, der gute Kontakte zu Gatekeepern, sprich Journalisten, pflegen musste, diesen einen Informationsvorsprung lieferte bzw. einigen von ihnen die Arbeit abnahm - und dafür im Gegenzug Platzierungen erwartete. Deshalb heißt noch heute eine ganze Berufssparte "Pressesprecher".

Heute bewegen wir PR-Experten uns theoretisch auf einem viel größeren Spielfeld als früher. Tatsächlich kreieren wir Musikvideos, zeichnen Cartoons, gründen Bilderaustauschbörsen im Internet, schaffen Datingplattformen für Hundehalter, bringen Videospiele auf den Markt und vernetzen Millionen von Usern weltweit. Wir drehen Filme für Marken, machen Podcasts und Videocasts, organisieren Partys, Fußballspiele und Flugtage.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.



## Personalien

### **1&1 organisiert Unternehmenskommunikation neu**

Die 1&1-Gruppe, Montabaur/Karlsruhe hat die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit unter dem Bereichsleiter Unternehmenskommunikation **Michael Frenzel** neu strukturiert. Die Produktkommunikation von 1&1 und Schlund + Partner verantworten in Zukunft die drei Pressesprecher Michael d'Aguiar, Andreas Maurer und Ingrun Senft.

**Andreas Maurer** ist Pressesprecher für 1&1 Business-Produkte, WebHosting und Windows-Produkte sowie technologische Themen von 1&1 und Schlund + Partner. **Ingrun Senft**, neue Pressesprecherin 1&1 Consumer Produkte, übernahm am 1. August einen erweiterten Aufgabenbereich. Zusätzlich zu dem bisher von ihr betreuten Produkt "Pocket Web" verantwortet sie künftig die Pressebetreuung des Produktbereiches DSL mit Telefonie und Entertainment.

Pressesprecher **Michael d'Aguiar** betreut die neu gelaunchte Preisvergleichs- & Shopping-Plattform von 1&1, "SmartShopping.de". Zusätzlich ist er für die Produkt-PR von Schlund + Partner, für Fachhandels- und Reseller-Medien sowie für die lokale Presse am Standort Karlsruhe verantwortlich.

### **Wolf und Eisenblätter steuern GfK- Unternehmenskommunikation**

Bernhard Wolf (47), löst Ulrike Schöneberg an der Spitze der GfK-Unternehmenskommunikation in Nürnberg ab. Schöneberg verabschiedet sich aus dem operativen Alltagsgeschäft, um künftig spezielle Projekte im Bereich Medienkommunikation/Kommunikationsgestaltung zu begleiten. Wolf, bislang Leiter der GfK-Abteilung Investor Relations, übernimmt die

Gesamtverantwortung als Global Head of Corporate Communications. Den Bereich Corporate Public Relations leitet ab 1. Oktober Marion Eisenblätter (45). Sie ist derzeit noch Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Alno in Pfullendorf.

### **Cornelia Müller neu bei Klenk & Hoursch**

Mit Cornelia Müller (39) als Senior Consultant hat die PR-Agentur Klenk & Hoursch in Frankfurt am Main ihr Team weiter ausgebaut. Die PR-Expertin verfügt über langjährige Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation inklusive CEO- und Krisenkommunikation. Müller kommt von der internationalen Agentur Hill & Knowlton Communications, bei der sie mehr als sechs Jahre tätig war und zuletzt ein Team im Bereich Corporate Communications leitete.

### **Personalien compact (30) (31.KW-06)**

01: **Katja Marx** und **Katrin Rettig-Nesemann** arbeiten jetzt als PR-Seniorberaterinnen im Frankfurter Büro der A&B One Kommunikationsagentur. Marx war zuletzt bei der Brunswick Group tätig, Rettig-Nesemann kommt von der ortsansässigen PR-Agentur Burson-Marsteller.

02: Bei Fleishman-Hillard hat die internationale Spitze gewechselt: Auf **John D. Graham** (68) folgt nun **Dave Senay** als neuer CEO und President. Graham bleibt der internationalen PR-Agentur als Chairman erhalten.

03: **Carolin Rottländer** (44) übernimmt die neu geschaffene Funktion als Leiterin Markenkommunikation beim Focus Magazin Verlag in München. Ihre bisherige Position als Werbeleiterin übernimmt ihre Stellvertreterin **Sandi Dufner** (32).

04: Neu bei Burson-Marsteller in Frankfurt am Main sind **Sunbul Dubuni** im Healthcare-Team und

## MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

[www.kommunikationsanalysen.de](http://www.kommunikationsanalysen.de) / [analysen@faz-institut.de](mailto:analysen@faz-institut.de)

Das F.A.Z.-Institut / PRIME research  
erstellt für Sie:

- > Medienresonanzanalysen
- > Zielgruppenanalysen
- > Kommunikationsstrategien

F.A.Z.-INSTITUT

PRIME RESEARCH

**Deike Haase** im Technology-Team.

05: **Gabriele Kellerer** (34) und **Murat Mermer** (34) arbeiten jetzt als Account-Manager in der Agentur Harvard Public Relations in München. Kellerer kommt vom Multimedia-Publisher Unit Soft Media, Mermer sammelte zuvor bei den ortsansässigen Agenturen Avantgarde und Worx Public Relations PR-Erfahrungen.

06: **Peter Steinke** (47) (beim FAZ-Institut ausgeschieden - wie auch bei uns gemeldet), soll nach Brancheninformationen zur Unternehmensberatung Droege & Comp in Düsseldorf wechseln. Als neuer Partner soll er dort die Leitung von Unternehmenskommunikation und Marketing übernehmen.

07: **Andrea Munz** (29) wurde im Gruner+Jahr-Verlag, Hamburg neue Pressereferentin für die G+J-Titel "Gala", "Frau im Spiegel" und "Healthy Living". Sie arbeitet zuvor beim Branchendienst "text intern".

08: **Gregor Timmer** (45) wird am 1. Oktober nach mehreren Jahren als Redakteur im Lokalbereich der "Kölnischen Rundschau" nun zur Stadt Köln wechseln - als Leiter des Amtes für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (und Nachfolger von **Ulrich Höver**). Dort wird er zugleich Pressesprecher für Oberbürgermeister Fritz Schramma (CDU).

09: **Christoph Neuhaus** (40) wird Kommunikationsverantwortlicher für die UEFA EURO 2008 (die Fußball-EM findet dann in der Schweiz und in Österreich statt).

10: **Brigitte Rinscheid** (46) leitet ab sofort die PR-Abteilung der Vok Dams Gruppe in Wuppertal. Sie wird auch Agenturkunden beraten und kann auf 18 Jahre Kommunikationserfahrung zurück blicken.

11: **Johanna Weber** (39) und **Michael Able** (40) unterstützen das Team im Bereich Presse der Münchener Rück-Versicherungsgruppe. Weber folgt auf **Irmgard Joas** und kommt von der Düsseldorfer Ergo-Versicherungsgruppe. Able war zuletzt Leiter des Reuters-Büros in München und löst **Stefan Peschel** ab.

12: **Silvija Varga** (30) wird ab 1. August für PR-Aufgabe, die Organisation des Messeauftritte und die DMSB-Meisterfeier des Deutschen Motor

Sport Bundes in Frankfurt am Main zuständig sein. Sie folgt auf die im Mutterschutz befindliche **Angela Hof**.

13: **Melanie Wölwer** (29) arbeitet jetzt im Team "Essen, Trinken & Genuss" von achtung! kommunikation in Hamburg. Sie kommt von der PR-Agentur MS&L in Frankfurt am Main.

14: **Sibylle Thali** (39) wechselt vom Schweizer Pharmaunternehmen Novartis als PR-Seniorberaterin zu Communication Harmonists nach Heidelberg.

15: **Jürgen Scheurer** (40) leitet jetzt die Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation von EnBW Regional in Stuttgart. Er kommt von der ortsansässigen Landeskreditbank Baden-Württemberg und folgt auf **Axel Pfrommer**.

16: **Martin Wehrle** (37) ist neuer Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Personalwesen der Hamburger Privatbank MM Warburg & Co. Der bisherige Pressesprecher **Michael Clasen** konzentriert sich auf seinen Job als Leiter des Inhaberbüros. Wehrle kommt vom Sportrechtvermarkter Sportfive.

17: **Simone Reiner** verstärkt die Consumer-Tech-Kompetenzen des Münchener Büros von HWP Hiller, Wüst & Partner, Aschaffenburg. Sie kommt von Harvard PR, München.

18: **Andreas Trösch** (38) übernimmt am 1. September die Aufgabe des Head of Investor Relations der Heidelberger Druckmaschinen in Heidelberg. Er folgt auf **Dirk Kaliebe** (40), der CFO des Unternehmens wurde.

19: Hier nun die seinerzeit noch nicht bekannte Nachfolgeregelung für den ausgeschiedenen Ruhrgas-Hauptbereichsleiter Unternehmenskommunikation **Andreas Reichel**: der Bereich wird in Essen mit dem Zentralen Vorstandsbüro zusammengelegt, dessen bisheriger Leiter **Dirk Hachmann** nun beide Bereiche verantwortet. **Astrid Zimmermann** bleibt für die externe Kommunikation zuständig und wird zusätzlich Unternehmenssprecherin. **Dieter Krause** bleibt zuständig für interne Kommunikation.

20: **Aleksandra Krneta** als PR-Juniorberaterin und **Alice Klink** als PR-Trainee arbeitet jetzt bei Marchsreiter Communications in München.

21: **Justus Schneider** scheidet als Leiter Marketing-Kommunikation für Mercedes (so nennt sich dort die Werbung) bei DaimlerChrysler in Stuttgart aus und macht sich im Bereich Neue Medien selbstständig.

22: **Boris Bolwin** (37) ist jetzt Direktor Finanzkommunikation bei der JP:PR PR-Beratung in Düsseldorf/Frankfurt am Main. Er kommt von GolinHarris.

23: **Heike Baumann** (41) wechselte von Reuters zu vwd in Eschborn und verantwortet dort Marketing, Investor Relations, interne und externe Kommunikation.

24: **Ulrike Grünrock-Kern** ist jetzt als Nachfolgerin von **Ulrike Dautzenberg** (37) neue Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesvereinigung Logistik BVL in Bremen.

25: **Stephanie Flugs** (31) als Teamleiterin und **Martina Reinhardt** (26) als PR-Juniorberaterin arbeiten jetzt bei Krauts PR in München.

26: **Egbert Meyer-Lovis** (51) wechselte als Leiter PR-Konzepte der Deutschen Bahn von Berlin nach Mainz und übernahm kommissarisch die Unternehmenskommunikation der DB-Tochter Raillon Deutschland (Schienengüter). Er vertritt die im Erziehungsurlaub befindliche **Tatjana Luther-Engelmann**. Ab September verantwortet er zusätzlich die interne Kommunikation von DB Logistics.

27: **Gunnar Bender** (35) macht bei AOL Karriere und leitet jetzt als Vice President Corporate Communications den Bereich Unternehmenskommunikation und Politik von AOL Deutschland (und bekommt gleich viel zutun wegen Umstrukturierung und Stellenabbau).

28: **Hans Hotter** (65), Pressesprecher des Deutschen Bundestages in Berlin, hat sich in den Ruhestand verabschiedet - die Nachfolge wird nach den Parlamentsferien geregelt.

29: **Martin Issershagen** (32) ist jetzt als Nachfolger von **Frank Hönerbach** neuer Pressesprecher des Umweltbundesamtes (UBA) in Dessau.

30: **Oliver Thelen** (40) heißt der neue Pressesprecher der Schubert Unternehmensgruppe in Düsseldorf - und ist

weiterhin auch für die Rechtsangelegenheiten zuständig.

## Etats

---

### **Etats compact (31) (31.KW-06)**

01: Staatskanzlei Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf (Internetseite nrw-kulturen.de)  
an: **F&H Porter Novelli**, Düsseldorf

02: Isländisches Fremdenverkehrsamt, Berlin  
an: **Lydia Com**, Berlin

03: Bauknecht/Whirlpool, Stuttgart/Comerio/Italien  
an: **Ketchum**, München

04: Readsoft (Softwareanbieter), Helsingborg/Schweden (jetzt: gesamte DACH-Region)  
an: **Walter Visuelle PR**, Wiesbaden

05: Quest Software, Berlin  
an: **index PR-** und Werbeagentur, Berlin

06: SoftSolutions, Augsburg (Analyse-Software TraceRunner)  
an: **Maisberger Whiteoaks**, München

07: Spanisches Generalkonsulat, Düsseldorf (PR und Promotion für Sherry)  
an: **Integra Communication**, Hamburg

08: Kyocera Deutschland, Neuss (Kyoto-Preis)  
an: **Weber Shandwick Deutschland**, Köln

09: Kellogg, Bremen (100 Jahre Corn Flakes)  
an: **:relations Gesellschaft für Kommunikation**, Frankfurt am Main

10: EU-Generaldirektion Wirtschaft und Finanzen, Brüssel/Belgien  
an: **Media Consulta**, Berlin

11: ars Parfum, Köln (Damenduft "Stile Donna" + Herrenduft "Active Water" von Sergio Tacchini)  
an: **Jeschenko MedienAgentur Köln**, Köln



12: Internationale Funkausstellung IFA, Berlin  
an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller  
Pressepartner)

13: Sprachschule Arenalingua, Eschborn  
an: **Kleber PR Network**, Frankfurt am Main

14: Automobilzulieferer Visteon Corporation,  
Kerpen  
an: **Change Communication**, Frankfurt am Main

15: Zentrum für internationale Lichtkunst, Unna  
an: **neu pr.kommunikation**, Köln

16: schwedische Wodkamarke Absolut,  
Ahus/Schweden  
an: **Kamps Markenbetreuung** (PR-Agentur),  
Magdeburg

17: Vanco (britischer  
Telekommunikationsanbieter), Neu-Isenburg  
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

18: Unilever (Lipton Ice Tea Balance), Hamburg  
an: **Worx Public Relations**, München

19: Tourismusverband Stubai Tirol/Österreich  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**,  
München

20: 3U Telecom (Investor Relations), Marburg  
an: **trio-financial relations**, Frankfurt am Main

21: Hörspiel-Label Lausch, Hamburg  
an: **Eyecansee Communications**, Hamburg

22: Bio-Brotbox Berlin-Brandenburg  
an: **PR-Agentur Feig**, Berlin

23: clicksnack.de (Food Lieferservice-Portal,  
Herne  
an: **OneLouder Communication**, Bochum

24: Venture Capital Gesellschaft SHS, Tübingen  
an: **Ira Wülfing Kommunikation**, München

25: Europäischer Gastroenterologogen-Kongress  
im Okt. in Berlin + Deutscher Interdisziplinärer  
Kongress für Intensiv- und Notfallmedizin im Nov.  
in Hamburg  
an: **Impressum Publikationen und PR**,  
Hamburg

26: (Publisher) dtp entertainment, Hamburg + Sony  
Online Entertainment (Games Convention Leipzig)  
an: **Marchsreiter Communications**, München

27: Arbeitskreis Interim Management Provider,  
München  
an: **GBS - Große Business Service**, Essen

28: e.Cross Gesellschaft für digitale Lösungen +  
AtelPlus Kommunikationssysteme + Babyausstatter  
Novatex (Baby-Nova) + Games-Publisher Like  
Dynamite  
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst +  
Hamburg

29: Xplain Studio für interaktive Medien, Hamburg  
an: **Weissenbach PR**, München

30: Lacoste - Yello Sport, Köln (Boutique-Eröffnung  
in Berlin)  
an: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA),  
Berlin

31: Weinhaus Henninger, Kallstadt +  
Beratungsunternehmen Real Hotel Controlling, Köln  
an: **max.PR**, Bad Homburg

## Branche

---

### ***Branche compact (8) (31.KW-06)***

01: Als Reaktion auf die zunehmende internationale Kritik an ihrer Libanon- Offensive **hat die israelische Regierung eine PR-Kampagne gestartet**, um ihren eigenen Standpunkt wieder stärker in die Öffentlichkeit zu rücken. Ministerpräsident Ehud Olmert habe am 23. Juli seine Kabinettsmitglieder aufgefordert, sich mehr für Interviews mit den mehreren hundert Fernsehsendern aus aller Welt anzubieten, die derzeit im Land sind, berichteten Mitarbeiter. Um verbale Ausrutscher zu vermeiden, hätten alle Minister bereits ein Kommunikationstraining durchlaufen, um auch auf englisch, russisch oder arabisch Rede und Antwort stehen zu können. Der Regierungschef habe zudem seinen Stellvertreter Schimon Peres um eine Europa-Tour gebeten, um vor Ort den israelischen Standpunkt und die Ziele des Landes vertreten zu können.

02: Mehr als nur PR: Die PR-Agentur **Between Us!** aus Haar bei München wird auf dem MGM Networks Gemeinschaftsstand auf der **Games Convention** in Leipzig vertreten sein. Es werden verschiedene erstklassige Titel von verschiedenen Publishern betreut. Zudem sind die Games-Experten auch wieder auf der Suche nach geeigneten Vertriebspartnern, diesmal für die deutschen Entwickler Snowstep Development und OG-Soft Development sowie für Formosoft aus Südkorea.

03: Während die Werbeaufwendungen in den klassischen Medien im ersten Halbjahr um fast sechs Prozent gestiegen sind, ist der **Umsatz mit Werbung im Internet sogar um über 60 Prozent angewachsen**. Insgesamt wurden von Januar bis Juni 380 Millionen Euro für klassische Onlinewerbung, also beispielsweise Banner oder Sponsoring, ausgegeben. Diese Zahlen hat der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) bekannt gegeben. Zum deutlichen Plus trug vor allem Werbung für Telekommunikation, Finanzdienstleistungen und Onlinedienstleistungen bei.

04: Die **Werbeagentur object a** in Frankfurt am Main baut eine **PR-Unit** auf, die von der PR-Beraterin Anja Heß (38) geleitet wird. Sie kommt von KunkelDesign.

05: Die Werbeagentur Grabarz & Partner, die Branding- und Design-Agentur Solutions sowie die **PR-Agentur achtung! kommunikation** fordern eine Vereinfachung der Kommunikation und versprechen mehr Erfolg durch Selbstbeschränkung. Im Rahmen einer **Roadshow** durch Deutschland präsentieren die Partner ihre Thesen zum **Thema „Erfolg durch Verzicht“**. Den Auftakt dieser „Breakfast Club“-Reihe bildet eine Morgenveranstaltung am 14. September im Literaturhaus München. Zu den exklusiven Frühstücksrunden laden die Agenturen hochrangige Marketing- und Kommunikationsentscheider ein. Bei achtung! kommunikation in Hamburg wurde im 1. Halbjahr 2006 ein um 49 Prozent gesteigener Honorarumsatz erzielt und zehn neue Mitarbeiter eingestellt.

06: Die eigenständige PR-Unit von Serviceplan, München (**Brand PR**) hat nun unter der Leitung von Britta Tronke ein Büro in **Hamburg** gegründet.

07: Auch **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA) hat in der Hansestadt nun ein eigenes Büro. Derzeit arbeiten 25 Berater an den nun drei Standorten Berlin, Frankfurt am Main und Hamburg.

08: Aller guten Dinge sind drei: Die PR-Agentur **PRint** mit Hauptsitz in Unterhaching hat ein **Büro in Hamburg** eröffnet. Die Werbeschwester Heye & Partner ist bereits vor Ort.

- 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

### DJV sieht Leserreporter kritisch

Der Deutsche Journalisten-Verband warnt vor einer Aufweichung journalistischer Standards durch die so genannten Leserreporter. "Es entwertet die Arbeit von Redaktionen", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken, "wenn ambitionierte Amateure die Aufgaben professioneller Journalisten übernehmen. Der Mitmachjournalismus schadet auf Dauer dem Qualitätsprodukt Zeitung."

*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### Zahl der Internetnutzer steigt auf 58 Prozent

Insbesondere die steigenden Zahlen weiblicher, älterer und ostdeutscher Internetnutzer haben dazu geführt, dass mittlerweile rund 58 Prozent aller Deutschen regelmäßig im Internet unterwegs sind. Im vergangenen Jahr waren es 55 Prozent, zwei Millionen Menschen gingen 2005 erstmals ins Netz. Die Zahlen stammen aus dem (N)Onliner-Atlas 2006 von TNS Infratest. Der Unterschied zwischen

Männern, von denen rund zwei Drittel im Internet surfen, und Frauen, bei denen es rund 50 Prozent sind, ist zwar immer noch groß, nimmt aber kontinuierlich ab. Die Internetführung unter den Bundesländern hat weiterhin Berlin mit knapp 65 Prozent Usern inne. Inzwischen gehen 48 Prozent der Internetnutzer über einen Breitbandanschluss (DSL) online - analog sind's noch 20 Prozent.

### **Medien compact (7) (31.KW-06)**

01: Mehr als 57 Prozent, d.h. **37,10 Mio. der Deutschen ab 14 Jahren sind im Netz**. Dabei haben unverändert die Männer die Nase vorn (55,8 Prozent Männer, 44,2 Prozent Frauen), wobei in den jüngeren Altersklassen (14 bis 39 Jahre) beide Geschlechter nahezu gleich stark vertreten sind. Das ist Ergebnis der Markt-Media-Studie Internet facts 2005-IV der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF). Mit einer Reichweite von 14,18 Mio. Unique Usern pro Monat (39,5 Prozent) liegt **T-Online** bei den Angeboten **an erster Stelle**, gefolgt von Web.de (11,15 Mio. bzw. 31,1 Prozent) und Yahoo Deutschland (10,87 Mio. bzw. 30,3 Prozent).

02: Der Deutsche Journalisten-Verband (**DJV**), Bonn/Berlin appelliert an Verlage und Sender, **Praktikanten nicht als vollwertige Arbeitskräfte zum Nulltarif zu missbrauchen**. "Praktikanten dürfen kein Ersatz für Volontäre oder gar Redakteure sein", forderte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. Ein Praktikum diene der beruflichen Orientierung und solle junge Leute auf den späteren Beruf vorbereiten. "Der Trend geht zum Praktikum als Beruf - eine verheerende Entwicklung", sagte Konken.

03: **Angela Merkel und ihr Videoblog** - Das ist ein bemerkenswertes Paar und ein Vorzeigegespann. Seit Anfang Juni erklärt die Kanzlerin immer samstags den Bürgern per Videokurzbotschaft im Internet die Innenpolitik. Damit greift die 52-Jährige als weltweit erste Regierungschefin ein sehr junges Medium auf. Und bei aller Kritik wegen hoher Kosten und zunächst wenig transparenter Auftragsvergabe erntet Merkel dafür auch Lob: In der Nutzung neuer Medien ist sie nicht nur der Opposition eine Nasenlänge voraus, sondern lässt auch deutsche Unternehmen alt aussehen. Videoblog ist eine dieser typischen Vokabeln im

Fachchinesisch der Internetgemeinde. Sie steht als Kürzel für Videoweblog - also ein Internettagebuch (Weblog oder Blog) mit bewegten Bildern. Nach den Radiosendungen zum Herunterladen (Podcast) sei dies der neueste Trend, sagt Kommunikationswissenschaftler Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig.

04: Die **Wochenzeitungen sind die Auflagengewinner des zweiten Quartals 2006**. Mit 2,04 Millionen Exemplaren verkauften sie sich um fast 5,2 Prozent besser als im Vorjahreszeitraum. Dies geht aus den aktuellen Zahlen der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) hervor. Insgesamt verkauften alle Zeitungsverlage durchschnittlich knapp 27 Millionen Exemplare und damit 1,74 Prozent weniger als noch im zweiten Quartal 2005. Die Auflage der Tageszeitungen lag bei 21,19 Millionen (-2,16 Prozent), die der Sonntagszeitungen bei 3,72 Millionen (-2,89).

05: Dank der Fußballweltmeisterschaft und der Tour de France führten die öffentlich-rechtlichen **Fernseh-Sender im Juli die Quotenrangliste** an, tauschten gegenüber dem Vormonat aber die Plätze. Das ZDF erreichte einen Marktanteil von 15,7 Prozent und lag damit an der Quotenspitze. Das WM-Halbfinale Deutschland gegen Italien bescherte dem Sender mit 89 Prozent Marktanteil zudem den höchsten je gemessenen Wert. Auch die ARD profitierte von den Sportübertragungen und erreichte 14,2 Prozent. Auf den weiteren Plätzen folgten RTL mit 12,1 Prozent, Sat.1 mit 10,4 Prozent und ProSieben mit 6,2 Prozent.

06: Die **Redaktion der Drehscheibe** wertet täglich mehr als 150 Zeitungen aus mit dem Ziel, **Lokalredaktionen** Ideen und Best Practice Beispiele an die Hand zu geben. Seit Juli informiert die Drehscheibe mit neuem Layout, in Farbe und mit neuer Gliederung. Ohne den Werkstattcharakter des Heftes aufzugeben, bietet die neue Einteilung des Heftes in Dossier, Magazin und Prisma mehr Übersichtlichkeit und Benutzerfreundlichkeit. Infos: [www.drehscheibe.org](http://www.drehscheibe.org).

07: Die **IVW-Zahlen des 2. Quartals 2006** für die beiden gemeldeten **PR-Branchenmagazine** liegen vor (der "pressesprecher" ist nicht IVW-geprüft): **prmagazin** (Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck): Druckauflage - 4.736 (1. Quartal: 4.890); Verbreitung - 3.974 (3.698); Verkauf - 2.439 (2.413); Abonnement - 1.821 (1.779); Freistücke - 1.535 (1.285). **PR Report** (Haymarket-Verlag, Hamburg): Druckauflage - 6.750 (1. Quartal: 6.667); Verbreitung - 6.576 (6.380); Verkauf - 886 (889);

Abonnement - 863 (869); Freistücke - 5.690 (5.491).

## Stamm Medien-Newsletter August 2006

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Juli 2006 wurden 6.028 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 15.240 Medien.

Der neue monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Von den über 6.000 Medien, die das Essener Redaktionsteam im letzten Monat geändert hat, kann darin natürlich nur eine kleine Auswahl wiedergegeben werden:

- Matthias Onken folgt auf Josef Depenbrock als Chefredakteur der Hamburger Morgenpost.
- Im Juli übernahm Alexander Macheck die Chefredaktion der österreichischen Lifestyle-Zeitschrift Wiener von Peter Mosser.
- Die Verbraucherzeitschrift Mehr Wert aus Augsburg wird ab sofort eingestellt. Grund soll bei positiver Auflagenentwicklung ein zu geringes Anzeigenaufkommen sein.
- Siemens Medical Solutions, Erlangen, gibt für Kunden eine eigene Zeitschrift heraus: Magnetom Flash.
- Die Fraunhofer-Gesellschaft verlegt ein neues Wirtschaftsmagazin über IT-Innovationen: InnoVisions. Chefredakteur ist Alexander Gerber-Crawford.

Zur Fortsetzung der Meldungen/**zum kompletten Stamm-PDF-Newsletter**  [hier klicken](#).

## Service + Tipps

### Nutzungsrechte beim Bilderkauf klären

'Wer mit fremden Bildern umgeht, Bildautoren oder Agenturen, sollte sich unbedingt mit dem

Thema Bildrechte beschäftigen' empfiehlt Thomas Schmidt, der Geschäftsführer der medicalpicture, Köln. Alle wesentlichen Aspekte, wie Persönlichkeitsrechte, Urheberrecht, Copyright, Schutzfristen und die wichtigsten Paragraphen im Wortlaut sind recherchierbar. Grundsätzlich gilt gerade im Urheberrecht 'Unwissenheit schützt vor Strafe nicht'. Wer Bilder ohne Genehmigung verwendet muss ohne Ausnahme mit empfindlichen Strafen und Nachzahlungen rechnen.

#### Tipps:

- verwenden Sie keine Bilder, deren Quelle Sie nicht kennen
- veröffentlichen Sie keine Bilder ohne Copyrightvermerk
- kaufen Sie Bilder aus seriösen Quellen
- klären Sie immer die Nutzungsrechte beim Bilderkauf
- es gibt keine 'kostenlosen' Bilder, auch hier müssen Rechte beachtet werden.

Alle Informationen über Bildrechte mit <http://www.bildrechte.com>. Die wichtigsten Paragraphen im Wortlaut als PDF.

### Service compact (9) (31.KW-06)

01: Der Online-Markt boomt: in der Werbung, im Handel und auch in der Marktforschung. **Mehr als jedes fünfte Interview wurde im Jahr 2005 über das Web geführt** (2004: 16 Prozent) - Tendenz steigend: "Wenn das Wachstum anhält, kann sich Online in diesem Jahr der 30-Prozent-Marke nähern und den zweiten Platz nach der Telefonbefragung einnehmen. Diese Entwicklung geht vor allem zu Lasten von schriftlichen, teilweise auch persönlichen Interviews", analysiert Hans Reitmeier, Chefredakteur des Magazins "Research & Results" und einer der Verantwortlichen für die Marktforschungsmesse "Research & Results 2006". Auf der Basis aktueller Umfrageergebnisse des Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) resümiert Reitmeier: "Der Markt der Online-Befragung steht heute etwa dort, wo das Telefon zu Beginn der 90er Jahre war, und ein Ende des Wachstums ist momentan nicht in Sicht".

02: **Zum neuen Gründungszuschuss**, der am 1. August 2006 in Kraft tritt, **erklärt das Bundesministerium für Arbeit und Soziales**: Existenzgründung bleibt ein wichtiger Ansatz zur Schaffung von Beschäftigung und wirtschaftlicher Prosperität. Mit dem neuen Gründungszuschuss



wird die Förderung von Existenzgründungen aus der Arbeitslosigkeit heraus weiter unterstützt. Die bisherigen Instrumente Überbrückungsgeld und Existenzgründungszuschuss ("**Ich-AG**") werden in dem Gründungszuschuss zusammengefasst, der für mehr Transparenz und optimale Förderkonditionen sorgt. Mit dem Gründungszuschuss erhalten Gründerinnen und Gründer zur Sicherung des Lebensunterhaltes in der ersten Phase nach der Gründung einen Zuschuss in Höhe ihres individuellen Arbeitslosengeldes. Zur sozialen Absicherung wird in dieser Zeit zusätzlich eine Pauschale von monatlich 300 Euro gezahlt, die eine freiwillige Absicherung in den gesetzlichen Sozialversicherungen ermöglicht. In der zweiten Förderphase wird nur noch die Pauschale gezahlt.

03: Die Ergebnisse der in 19 Ländern durchgeführten Studie „**GfK-Vertrauensindex 2006**“ der GfK Custom Research Worldwide. Mit einem Durchschnittswert von 1,7 verbuchen Politiker über alle Länder hinweg den niedrigsten Wert im Vertrauensindex, der auf einer Skala von 1 „misstrau sehr“ bis 4 „vertraue sehr“ basiert. Danach folgen Topmanager und **Journalisten** mit einem Wert von jeweils 2,2. Die besten Werte erhalten Ärzte und Lehrer: Beide Berufsgruppen erzielen jeweils einen Vertrauensindex von 3,1. Der Grad des Vertrauens in das Militär liegt bei einem Wert von 2,9, in die Polizei bei 2,8, in Kirchenvertreter bei 2,7 und in Juristen bei 2,5.

04: Bei der UVK Verlagsgesellschaft ist soeben erschienen: "**PR für Fachmedien** - Professionell kommunizieren mit Experten" von Günter Bentele und dem Deutschen Fachjournalisten-Verband (Hsg.). ISBN: 3-89669-506-1 (34,90 Euro).

05: Wie das Statistische Bundesamt, Wiesbaden mitteilt wurde Mobiltelefonieren im Juli 2006 um 12,6 Prozent billiger als im Vorjahr. Auch die Internetnutzung verbilligte sich um 4,4 Prozent. Der Preisindex für **Telekommunikationsdienstleistungen** insgesamt lag um 3,5 Prozent niedriger als im Vergleichsmonat 2005.- Die **Verbraucherpreise** stiegen dagegen im Juli um 1,9 Prozent

06: Der **Ifo-Geschäftsklimaindex** fiel im Juli überraschend von 106,8 auf 105,6 Punkte.- Dagegen stieg der **GfK-Verbraucherindex** leicht von 8,0 auf 8,6 Punkte an.

07: Portal für Redaktions- und Medienarbeit: Welche Informationen gehören in eine Medienmitteilung? Wie muss ein Zeitungsartikel aufgebaut sein und wie werden Personen im Text korrekt betitelt? Das sind nur einige der Fragen, die auf [www.praesenz-effizienz.ch](http://www.praesenz-effizienz.ch) kostenlos beantwortet werden. Das **Portal für Redaktions- und Medienarbeit** wurde jetzt vollständig überarbeitet.

08: Als neues Servicepaket bietet **Retarus** eine Kombination seiner Kommunikationslösung "**Faxolution WebExpress**" mit dem umfangreichen Presseverteiler der KROLL-Verlagsgruppe. Der Service richtet sich an Pressestellen, Agenturen und Organisationen, die damit stets aktuelle Daten für ihren Faxversand verwenden können. Infos: [www.retarus.com](http://www.retarus.com).

09: Der **Verlag Dieter Zimpel**, Wiesbaden bietet PR-Schaffenden ab sofort **individuell recherchierte Presseverteiler** aus der Zimpel Mediendatenbank an. Der neue Zimpel Verteilerservice richtet sich an PR-Schaffende, die nur gelegentlich eine neue Zielgruppe bedienen oder die Kompetenz der Zimpel-Redaktion für die Recherche eines aktuellen Medienvertreilers nutzen möchten. Die Kunden haben die Möglichkeit, sich einmalig einen Verteiler mit qualifizierten Kontakten entsprechend ihren Anforderungskriterien erstellen zu lassen. Infos: [www.zimpel.de](http://www.zimpel.de).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

### **23. DAPR-Grundausbildung startet am 8. September**

Die 23. berufsbegleitende DAPR-Grundausbildung startet am 8. September in Frankfurt am Main. Im März 2007 finden dann die Prüfungen zu PR-Assistent/in (DAPR), PR-Juniorberater/in (DAPR) oder PR-Berater/in (DAPR) statt. Seit Aufnahme des Prüfungsbetriebs 1992 hat die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations bis einschließlich Juli 2006 über 3.800 Prüfungen erfolgreich abgenommen.

Im Vordergrund der Ausbildung stehen Verbreiterung, Vertiefung sowie methodisch durchdachte Handhabung von Fachwissen und

Berufsverständnis. Dadurch erlangen die Teilnehmer persönliche und fachliche Kompetenz im Bereich der PR. Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Mitwirkung bei der Erarbeitung von PR-Strategien wesentliche Zielsetzungen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Studieren auf Probe - Einladung zur depak-Schnupperwoche**

Ein paar Tage so tun als ob... um zu wissen, ob ein Fernstudium die richtige Weiterbildung wäre? Kein Problem. Die depak Deutsche Presseakademie in Berlin bietet für alle Neugierigen und Unentschlossenen eine kostenlose Schnupperwoche im Fernstudium an. Vom 14. bis 20. August haben Sie die Möglichkeit, in unserem passwortgeschützten Teilnehmerbereich einen von 52 Lehrbriefen herunterzuladen, die Übungsaufgaben zu lösen und an unseren Studienleiter zu schicken; Feedback garantiert - wie im richtigen Studienleben. Der nächste depak-Fernstudiengang "PR/Öffentlichkeitsarbeit" startet am 11. September. Infos: [www.depak.de](http://www.depak.de).

### **Termine compact (14) (31.KW-06)**

01: Die **hueggenberg gbr** in Starnberg, innovative Agentur für Unternehmenskommunikation und kompetenter Ansprechpartner für Schulungen, baut ihren **Geschäftsbereich der technischen Weiterbildung** mit ausgesuchten Seminaren weiter aus. Der Nachfrage nach Know-how begegnet hueggenberg mit europaweit stattfindenden entwicklungsorientierten Schulungsreihen. Kundenspezifische Elektronik-Seminare zu Themengebieten wie etwa DSPs, Wireless Communication oder FlexRay bietet die hueggenberg gbr auch als In-House Kurse bei interessierten Unternehmen an. Infos: [www.hueggenberg.com](http://www.hueggenberg.com).

02: Das Frankfurter **FAZ-Institut** hat neue Infolyer seiner mit ConVent Seminare für das 4. Quartal 2006 angebotenen **Seminare** veröffentlicht. Themenbereiche: Medientrainings

sowie Rhetorik und gewandter Auftritt in der Öffentlichkeit. Infos: [www.seminare.convent.de](http://www.seminare.convent.de).

03: **news aktuell** bietet im Herbst in Köln gleich drei **media workshops rund um das Thema Pressearbeit** an. Die dpa-Tochter reagiert damit auf die steigende Nachfrage in der Rhein-Main-Region. Die jeweils zweitägigen Fortbildungen setzen verschiedene Schwerpunkte. Die Reihe startet mit "PR im Mittelstand" am 18. und 19. September. Der media workshop richtet sich an Geschäftsleiter und PR-Mitarbeiter in mittelständischen Unternehmen und zeigt auf, wie viel effizienter Pressearbeit im Vergleich zur Werbung ist. Weitere Themen, Termine und Infos: [www.mediaworkshop.newsaktuell.de](http://www.mediaworkshop.newsaktuell.de).

04: Erst die Pflicht, dann die Kür. Nach diesem Prinzip bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. im September zwei aufeinander aufbauende **Schreibseminare** an. Vom 11. bis 15. September können PR-Fachleute die Grundlagen des journalistischen Schreibens lernen und ihre Schreibfertigkeiten trainieren. Veranstaltungsort des übungintensiven Seminars PR W7 - Journalistisches Schreibtraining ist Gummersbach. Aufmerksamkeitsstarke Textesteinige, kreative Überschriften und Techniken gegen Schreibblockaden liefert das Seminar PR W5 – Kreativ schreiben, so die AFK. Auf dem Programm stehen Kreativitätstechniken und darauf aufbauende Textübungen. Das eintägige Kreativtraining findet am 22. September in Frankfurt am Main statt. Weitere Seminarinhalte, den Seminar kalender und mehr Infos gibt es unter [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

05: Im September 2006 starten die berufsbegleitenden **Master-Programme "PR und Integrierte Kommunikation"** und "Communications MSc Kommunikation und Management" am Internationalen Journalismus Zentrum der **Donau-Universität Krems**. Gelegenheit zu persönlichen Beratungsgesprächen über Lehrgangsinhalte, Karrieremöglichkeiten und Aufnahmebedingungen erhalten Interessierte am 9. August im Café Traxlmayr in Linz. Nähere Informationen unter [www.donau-uni.ac.at/ijz](http://www.donau-uni.ac.at/ijz).

06: Die **staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM) Bielefeld** startet in Köln erstmalig zum Wintertrimester 2006/07 den **Bachelor-Studiengang „Medienkommunikation & Journalismus“** in Vollzeit und berufsbegleitend. Das von der FIBAA akkreditierte Studienangebot wird in Bielefeld bereits seit Oktober 2005

erfolgreich angeboten und wird am Standort Köln in Zusammenarbeit mit der bm – akademie für medienberufe durchgeführt. Gemeinsames Ziel dieser neuen Kooperation ist der Aufbau eines attraktiven Studiums im Bereich Medienkommunikation und Journalismus, das auch in Köln eine Lücke im bisherigen Angebot schließt. Infos: [www.fhm-mittelstand.de](http://www.fhm-mittelstand.de).

07: **Montua & Partner, Hamburg**, bietet im September wieder spezielle **Schulungen zum Thema interne Kommunikation** an: Am Donnerstag, den 14. September referiert Otto Sorg von der FU Berlin zum Thema Führungsinstrument interne Kommunikation. Üben, üben, üben heißt es am 15. September in der Halbtagesseminar „Schreiben für das Intranet“. Die Do`s und Dont`s der elektronischen Kommunikation stehen hier im Vordergrund. Weitere Informationen zum Schulungsprogramm für die interne Kommunikation 2006 unter [www.montua-partner.de/schulungen](http://www.montua-partner.de/schulungen).

08: **Brain-Coaching-Seminar** am 25. August von 09:00 bis 17:00 Uhr **auf dem "Erfolgsgut"**. Das Leben in einer Informationsgesellschaft erfordert in hohem Maße das sinnvolle Selektieren, schnelle Aufnahmen und sichere Ablegen von Informationen. Das Gehirn ist das zentrale Organ für all unser Denken und Handeln - dennoch trainieren wir häufiger unser Herz und unsere Beinmuskeln. Erkennen Sie, wie Ihr Gehirn arbeitet und wie Sie mit einigen wenigen Grundregeln und -techniken Ihre Leistung deutlich steigern können. Infos: [www.bentzien.net](http://www.bentzien.net) und [www.erfolgsgut.de](http://www.erfolgsgut.de).

09: Die **Burda Journalistenschule will verstärkt in Richtung Multimedia ausbilden**. Dadurch soll der Veränderung in der Medienlandschaft Rechnung getragen werden. Die Journalistenschüler sollen sich in Zukunft intensiver mit den Themen Neue Medien und Multimedia beschäftigen und in den Redaktionen auch umsetzen. Die Schule bildet derzeit über 60 Volontäre an den Standorten München und Offenburg aus.

10: Ab sofort ist der neue **DJV-Flyer „Checkliste Journalistische Ausbildung an Hochschulen“** erhältlich. Der im Rahmen der Kampagne Journalisten 21 aufgelegte Flyer soll angehenden Studenten die Wahl des Studiengangs erleichtern und eine Einschätzung journalistischer Studiengänge ermöglichen. Die 25 Fragen, anhand derer die Studiengänge abgeklöpft werden sollten, beziehen sich auf den

Studienaufbau, den Praxisbezug und die Berufschancen nach absolviertem Studium. Der Flyer ist über die DJV-Bundesgeschäftsstelle in Bonn ([ber@djv.de](mailto:ber@djv.de)) erhältlich.

11: Unter dem Motto **„com+plus on tour“** führt das Münsteraner PR-Weiterbildungsinstitut im September/Oktober in verschiedenen Städten fünf **Informationsveranstaltungen zum Thema „PR - ein Berufsfeld mit Zukunft!“** durch. Um PR-Interessierte individuell über Möglichkeiten und Chancen einer Zusatzqualifikation im Bereich PR zu informieren, stehen die com+plus Studienberater direkt vor Ort zu Gesprächen zur Verfügung. Die kostenlosen Informationsveranstaltungen finden in Hamburg (12.9.), Köln (15.9.), Frankfurt am Main (22.9.), Berlin (27.9.) und Münster (6.10.) statt. Infos: [www.complus-network.de](http://www.complus-network.de).

11: Neue **Mediaworkshops von news aktuell**: ab 27. September an fünf Terminen und Orten geht es in einem Workshop um die neue deutsche Rechtschreibung. Zwei Termine Ende August/Anfang September geht es dann um das Thema "PR-Konzepte" (nur wer eins hat, kommuniziert erfolgreich). Infos: [www.mediaworkshop.newsaktuell.de](http://www.mediaworkshop.newsaktuell.de).

12: Die **DAA Deutsche Angestellten-Akademie in Frankfurt am Main** startet 8. September den praxisorientierten **PR-Kurs "PR-Weiterbildung ist der Werbung ihren Tod"**. Infos bei Kursleiterin Bärbel Döhring ([www.dpr-online.de](http://www.dpr-online.de)) und unter [www.daa-bw.de](http://www.daa-bw.de).

13: Für die Bachelor-Studiengänge **"Kommunikationsmanagement"** und **"Wirtschaftspsychologie"** am der **UMC Potsdam (FH)** wurde die Bewerbungsfrist bis zum 28. August verlängert. Infos: [www.umc-potsdam.de](http://www.umc-potsdam.de).

14: Die **DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn** veranstaltet am 14. September in Düsseldorf den **"1. Kongress Finanzkommunikation"** (gemeinsam mit BdP, DVFA und DAI) - anlässlich der Internationalen Anlegermesse. Thema: "Zwischen Anlegerinteresse und Überregulierung - neue Chancen für Investor Relations und Public Relations". Infos: [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

## Kommentare

---

### Der PRR-Kommentar: PR-Bashing

**PRREPORT** Interviewtermine mit zwei Veteranen der US-Szene und ein beherzter Griff ins Archiv – fertig war der Aufreger. In Windeseile fraß sich die Kunde vom „Spiegel“-Artikel über Public Relations (Überschrift: „Meister der Verdrehung“) in dieser Woche durch die Branche. Wie immer, wenn PR zum Thema in Leitmedien wird, machte sich Empörung breit. Vor allem in der Agenturszene, der Journalisten besonders kritisch gegenüber stehen. Man werde diskreditiert, raunten sich Agenturchefs zu, in eine Ecke mit Manipulation, Propaganda, sogar Kriegstreiberei gestellt. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### Kerlikowskys Kommentar über... den Traum vom Ende des bezahlten Lobbyismus von Abgeordneten



Guten Tag! „Wie kann zum Beispiel ein Bundestagsabgeordneter für ein Gesetz stimmen, welches der Hauptgeschäftsführer des BDI vorher abgelehnt hat?“ Das fragten Hans-Olaf Henkel und Michael Rogowski in einem offenen Brief in BILD ihren Nachfolger im Amt des Präsidenten des Bundesverbandes der deutschen Industrie (BDI), Jürgen Thumann. Sie wandten sich damit gegen die Berufung des neuen Hauptgeschäftsführers des Verbandes, Norbert Röttgen. Dieser ist im Hauptberuf Erster Parlamentarischer Geschäftsführer der CDU/CSU-Fraktion im Bundestag. Er wollte beide Ämter ausfüllen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Pfeffer&Salz&Senf

---

### Handy-Kommunikation im Sommerschlaf

Das wäre ihre Chance gewesen. Mit mutiger unternehmerischer Entscheidung und

professioneller Öffentlichkeitsarbeit raus aus der Image-Schmuddelecke. Es geht um die Prepaid-Karten für Mobiltelefone. O<sub>2</sub> ließ sich als erstes Unternehmen verklagen, verlor und akzeptierte das Urteil des Münchener Oberlandesgerichtes: Guthaben von Prepaidkarten dürfen nicht verfallen, denn es ist ja von Käufern bezahltes Guthaben.

Aber statt nun diesen Vermögensdiebstahl ebenfalls einzustellen, ließ sich nun als nächster Großanbieter Vodafone verklagen (Thomas Ellerbeck – übernehmen Sie!). Und T-Mobile prüft noch, ob eine freiwillige Lösung gefunden werden kann. Dies ist schlicht eine unternehmerische Unverschämtheit und ganz schlechte PR. Aber was soll man von den Marktführern auch anderes erwarten: schlechter Service, schlechtes Image – egal, das Geschäft brummt ja sowieso.

Nur E-Plus (der andere "kleinere" Player) hat's begriffen. Die Geschäftsleitung hat verfügt, dass die bisherige Verfallsregelung beendet wird und Guthaben und Handynummer erhalten bleiben. Nur: aktive Pressearbeit zur Imageaufbesserung sucht man auch bei denen mit der grünen Karte vergebens. Sollte nur die Sommerhitze am PR-Schlaf der Handy-Kommunikateure schuld sein, könnte man ja noch auf Professionalität hoffen. -fff-

## Rezensionen

---

### Bernet: Medienarbeit im Netz

Marcel Bernet: **Medienarbeit im Netz. Von E-Mail bis Weblog: Mehr Erfolg mit Online-PR.** Orell Füssli Verlag AG, Zürich 2006. 192 Seiten. ISBN 3-280-05205-X. Preis: 32,- Euro

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

Online-PR - schneller, aktueller, gezielter: Es ist ein vielgenutztes Bonmot dieser Tage: Das Internet hat die gesamte Kommunikation verändert. Das betrifft natürlich auch und gerade die Öffentlichkeitsarbeiter - aufgrund des Tempos, mit der Botschaften aller Art über den Datenhighway sprinten und die Webbesucher innerhalb von Millisekunden auf einer Seite zur nächsten surfen, muss auch die PR schneller, aktueller und gezielter zur Verfügung stehen.



Nicht dass das PR-Leben jemals gemächlich gewesen wäre - auch in Vor-Internet-Zeiten galt es schließlich, alle Informationen möglichst schnell, punktgenau und in ansprechender Form zu den Medien zu transportieren, schließlich ist nichts schlimmer als eine veraltete Nachricht. Doch wie bringt es Marcel Bernet, seines Zeichens PR-Profi und Dozent am Medienbildungszentrum MAZ Luzern, gleich zu Beginn seines Buchs auf den Punkt? Medienarbeit ohne Netz-Instrumente ist keine Medienarbeit. Und daher zeigt er Schritt für Schritt und anhand von Checklisten, Studien sowie Interviews u.a. mit renommierten Unternehmern auf, was zu beachten ist, um in der neuen Informationsgesellschaft zu bestehen. Dabei sind jedem Kapitel treffende Zitate von mehr oder weniger berühmten Menschen vorangestellt, die augenzwinkernd das Folgende kommentieren.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Handbuch Kommunikationsmanagement\_\_

### Attraktivität als kommunikativer Werttreiber

Überall da, wo Überangebote oder kaum mehr unterscheidbare Angebote existieren, steigt die Bedeutung an sich irrationaler Entscheidungskriterien wie der Attraktivität von Angeboten. Es reicht also nicht, etwas anzubieten. Es kommt auf die attraktive Verpackung des Angebots an. Dies gilt auch für die Kommunikation. Exzellente Informationsangebote alleine reichen nicht mehr als Mehrwertargument: Auch Kommunikation braucht Sex-Appeal! Es lohnt sich also, in Attraktivität zu investieren.

Dabei stellt sich die Herstellung und der Erhalt von Attraktivität einer Organisation als unternehmerische Gesamtaufgabe dar. Die Steuerung der Attraktivitätswahrnehmung ist hingegen vor allem eine kommunikative Herausforderung, die alle Bereiche der Unternehmenskommunikation umfasst: Von CEO-Kommunikation (Prominenz des Vorstands), über Impression Management (Corporate Dresscode, Büroordnung, Gebäudearchitektur), Corporate Culture, Mitarbeiterkommunikation (Stil und Status der Mitarbeiter), usw. lässt sich Attraktivität durch Investitionen aufbauen und pflegen.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Themen der Zeit\_\_\_\_\_

### 2. Mail aus Manhattan: beim Deussen-Picknick im Central Park



von unserer PRJ-Korrespondentin Frauke Scheben, New York/USA

New York City ist eine Stadt wie keine andere, dank ihrer Geschichte und ihrer Lage. New York City war und ist die Stadt der Ein- und Zuwanderer. (Dies nicht nur angesichts des einen oder anderen PR-Trainees!) Ellis Island, die kleine Insel vor Manhattan, ist als historisches Nadelöhr bekannt. Hier kamen zwischen 1892 und 1924 geschlagene 22 Millionen Einwanderer an, viele von ihnen blieben in New York hängen. „Geschlagen“ zuweilen übrigens auch im wörtlichen Sinne, wie eine Aufschrift am Sockel der Freiheitsstatue verrät: „Give me your tired, your poor, your huddled masses yearning to breathe free.“ Frei atmen konnten die Einwanderer freilich erst nach dem Security- und Läuse Check auf Ellis Island. Was die aktuellen Kontrollprozeduren betrifft: Viel geändert hat sich für Amerikabesucher eigentlich nicht.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### Neu: Erfolgreiche Pressearbeit durch Redaktionspromotion



von Oliver Fischer, [ofischer communication](#), Köln

Der Journalist als König Kunde. In der Mediengesellschaft wird es zunehmend schwieriger, mit der eigenen Nachricht aus der Informationsflut hervorstechen. Für die Pressearbeit bedeutet das ständig wachsende Herausforderungen. Das Versenden von Presstexten oder PR-Fotos allein reicht längst nicht mehr aus, um prominente Veröffentlichungen zu erreichen. Die PR-Agentur ofischer communication in Köln hat deshalb eine neue Art der Redaktionsbesuche entwickelt, die Redaktionspromotion. Damit sprechen die Kölner Spezialisten für emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen bei den Journalisten nicht nur den Kopf, sondern auch den Bauch an. Inspirieren lassen die Kommunikationsexperten dabei durch aktuelle psychologische Studien, die beweisen, dass die Entscheidungsfähigkeit des Menschen nur gegeben ist, wenn Ratio und Emotio simultan angeregt werden.

Den kompletten Beitrag von Oliver Fischer, Köln können Sie  [hier als PDF herunterladen. 131.61 Kb.](#)

## PR-Jobs + Karriere \_\_\_\_\_

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

### Gesuche

Die 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

#### **Volontariat/Trainee/Praktikum**

Die 15 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 (15)**

Titel [Pleon Kohtes Klewes Frankfurt sucht Consultant \(m/w\) Bereich Consumer PR](#)

Titel [MS&L bei Frankfurt sucht PR-Berater/in, Senior-PR-Berater/in sowie Trainee](#)

Titel [Molthan van Loon sucht Junior Consultant \(w/m\) Corporate Communications](#)

Titel [dot.communications München sucht PR-Manager/-in und Junior-PR-Manager/-in](#)

Titel [Stockheim Media \(Frankfurt\) sucht Senior Berater/-in](#)

Titel [PR-Berater/in bei Communication Harmonists in Heidelberg](#)

Titel [PR-Berater\(in\) bei Münchner Full-Service-Agentur](#)

Titel [Akima Media in München sucht Junior- und PR-Berater](#)

Titel [Text 100 in München sucht 2 Account Manager PR \(m/w\)](#)

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

Titel [fischerAppelt Hamburg sucht PR-](#)

[Berater/Campaigner \(m/w\)](#)

Titel [Weber Shandwick München sucht PR-Berater \(w/m\) für den Bereich IT/Technology](#)

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

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

Titel [ad publica Hamburg sucht PR-Senior-Berater/in für den Bereich Food](#)

#### **In Unternehmen (4)**

Titel [Presse- und PR-Referent/in bei Hamburger Unternehmen](#)

Titel [External Publications & PR Specialist \(m/w\) bei Unternehmen in Stuttgart](#)

Titel [Münchner Unternehmen sucht PR-Referent \(w/m\)](#)

Titel [PR-Assistent/in bei der Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG](#)

#### **In Verbänden (1)**

Titel [Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Verband in Frankfurt](#)

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 07. August 2006 - 18:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **22.990 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)); Ursel Reineke, Heidelberg ([ursel@reineke-heidelberg.de](mailto:ursel@reineke-heidelberg.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)); Eric Metz, Hamburg ([e.metz@gemeinsam-werben.de](mailto:e.metz@gemeinsam-werben.de)); Stefan Munko, Berlin ([munko@dprg-berlin.de](mailto:munko@dprg-berlin.de))

**Autoren:** Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Stephan Fink, Wiesbaden; Oliver Fischer, Köln; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; 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; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenberg, Düsseldorf; 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; Gunnar Sohn, Bonn; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Ernst-Walter Wehner, Marktrechwitz.

**Rezensionen:** Andreas Becker, (ars publicandi), Rodalben; Katja Bickelhaupt, Frankfurt am Main; Franz M. Bogner, Wien; Daniel Florian (politik-digital), Berlin; Susanne Hartmann, Köln; Ines Hennig, Frankfurt am Main; Claudia Hilker, Düsseldorf; Christina Kahlert, München; Katharina Knieß, München; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg; Konstanze Pfeiffer, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; PR+plus, Heidelberg (Koordination: Iris Zimmermann [zimmermann@prplus.de](mailto:zimmermann@prplus.de)); Beate Quilitzsch-Schuchmann, Heidelberg; Regina Raab, Bad Wildungen; Lars Rademacher, Ludwigshafen/Wolfsburg; Wolfgang Reineke, Heidelberg; Guido Reining, Hamburg; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Andreas Schultheis, Bonn; Christoph Seydel, Berlin; Julia Sommerhäuser (politik-digital), Berlin; Sabine Sturm (ars publicandi), Rodalben; Dr. Stefan Wachtel,

Frankfurt am Main; 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).