

PR-Journal-Newsletter

Nr. 79 / 36. Woche 2006

Seite.1

Publicis: Lobbyisten spüren wirtschaftspolitische Veränderungen

Für eine deutliche Mehrheit der Public-Affairs-Entscheider (68 Prozent) der in Deutschland tätigen Unternehmen hat der Regierungswechsel zur Großen Koalition Veränderungen in den für ihr Unternehmen wichtigen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen gebracht. Die im Jahr 2005 in Erwartung einer schwarz-gelben Koalition geäußerten Hoffnungen auf positive Veränderungen im Sinne der Unternehmen haben sich allerdings nicht erfüllt. Dabei wurde die Kritik besonders in zentralen Bereichen wie der Arbeitsmarkt-, Sozial- und Gesundheitspolitik deutlich.

Zufrieden zeigten sich die Public-Affairs-Verantwortlichen jedoch mit der Schwerpunktsetzung der neuen Regierung in den Bereichen Steuer-, Wirtschafts- sowie Wissenschafts- und Technologiepolitik. Dies ergab die jährliche Umfrage der Agentur Publicis Consultants | Deutschland (GPRA) unter den Public-Affairs-Fachleuten großer, in Deutschland ansässiger Unternehmen.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Güttler folgt auf Klewes als komm.passion-CEO

Im Rahmen der lange geplanten Nachfolgeregelung bei der Kommunikationsagentur komm.passion, hat der bisherige CEO **Joachim Klewes** (52) seine Aufgaben und seine Anteile an den Mitgründer des Unternehmens, **Alexander Güttler** (46) übertragen. Klewes und Güttler hatten die

Agentur im Jahr 2000 gegründet. Seit Anfang des Jahres hatte sich Klewes bereits auf einige persönlich betreute Beratungs-Mandate konzentriert - und wird das auch weiterhin tun. Die Managementaufgaben liegen seit Jahren bei der unverändert tätigen Geschäftsführung (Alexander Güttler, Düsseldorf; **Claudia Schumacher**, München; **Sabine Kuhnert**, Frankfurt am Main; und **Klaus Boenig**, Hamburg). Die Agentur beschäftigt 80 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Frankfurt am Main, München und Düsseldorf.

Personalien

Glücksmann für Sandrock bei E-Plus

Catrin Glücksmann (40) wird beim Düsseldorfer Mobilfunkkonzern E-Plus nun Director Corporate Communications. Sie folgt in dieser Position auf **Claas Sandrock**, der das Unternehmen wie gemeldet verlassen hat. Glücksmann arbeitet seit fünf Jahren als Leiterin Media Relations (externe PR) bei E-Plus, zuvor wirkte sie u.a. als Pressesprecherin für den Nachrichtensender n-tv. Sie ist jetzt zusätzlich auch für interne Kommunikation, Sponsoring und Events zuständig.

Stettinski verlässt Jahreszeiten Verlag

Rüdiger Stettinski (41), Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Hamburger Jahreszeiten Verlag, verlässt das Unternehmen zum 1. September im freundschaftlichen Einvernehmen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Stettinski übernahm am 1. April 2004 die Position des Pressechefs im Jahreszeiten Verlag, davor war er Chefredakteur der Branchenmedien "text intern" und "MarkenMarketing". Die Verantwortung für die Öffentlichkeitsarbeit der Zeitschriften im Jahreszeiten Verlag wird zukünftig bei den jeweiligen Objektgeschäftsführungen und Verlagsleitungen liegen. **Mona Burmester**, Assistentin in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, bleibt Ansprechpartnerin für Anfragen.



Personalien compact (16) (36.KW-06)

01: **Karsten Broockmann** (43) leitet künftig die interne und externe Unternehmenskommunikation der Hamburger Messe und Congress (HMC). Er kommt vom "Hamburger Abendblatt". **Angelika Schennen** (54) bleibt Leiterin der HMC-Pressearbeit. Die Abteilung Gastveranstaltungen übernimmt **Heike Schlimbach** (40).

02: **Nicolas Stiller** wurde von Hotwire in Frankfurt am Main als neuer Practice Head Consumer Electronics & Digital Media Practices in Deutschland verpflichtet. ER kommt von Harley-Davidson Germany/Austria.

03: **Thomas Winkelmann** (46) wechselt von Lufthansa zu Germanwings als Sprecher der Geschäftsführung - dazu gehört auch der Bereich Unternehmenskommunikation.

04: **Jo Dawes** (46) wechselt von der PR-Leitung des britischen Generalkonsulats in Hamburg zur ortsansässigen Kommunikationsberatung Laurich & Partner.

05: **Rainer Strang**, PR-Chef beim TÜV Süd in München verstärkt seine Abteilung: **Bettina Mayer** (35) verantwortet jetzt die Medienarbeit für das Geschäftsfeld Mobilität. **Mareike Lehnhardt** (29) übernimmt die PR für das Geschäftsfeld Mensch.

06: **Maren Arndt** (31) arbeitet jetzt im Hamburger Büro von sc-communications. Sie war nach ihrem Studium als freie Nachrichtenredakteurin für Radio Schleswig-Holstein und delta Radio in Kiel tätig.

07: **Wolfgang Ehemann** (44) wird Anfang 2007 neuer Chefredakteur der "hamburger wirtschaft" (Handelskammer Hamburg). Er folgt auf **Georg Dahm** (35). Ehemann wird zusätzlich stellvertretender Leiter Öffentlichkeitsarbeit der

Kammer.

08: **Felicitas von Aretin** (44) ist neues Redaktionsmitglied der PR-Agentur Sympra (GPRA), Stuttgart und verstärkt den Bereich Wissenschafts-PR. Sie kommt von der TU Berlin.

09: **Marcus Prosch** (36) ist ab sofort neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei SevenOne Intermedia, dem Multimediaunternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe in München. Zugleich übernimmt er die Unternehmenskommunikation von MM MerchandisingMedia. Er ist Nachfolger von **Christian Senft**, der seit Mai 2006 als Leiter Marketing und PR des neu gegründeten ProSiebenSat.1-Unternehmens SevenSenses tätig ist.

10: Das Team der Neuland PR in Leipzig wird seit 1. September durch **Nora Menzel** (28) verstärkt. Sie unterstützt die Kundenbetreuung und wird darüber hinaus Aufgaben als Texterin übernehmen. Menzel hat an der Universität Leipzig Kommunikations- und Medienwissenschaften mit dem Schwerpunkt PR studiert. Praktische Erfahrungen bringt sie aus Tätigkeiten für die Mitteldeutsche Zeitung, den MDR sowie aus verschiedenen PR-Agenturen mit.

11: **Sarah Fischer** (25) arbeitet jetzt als Junior-PR-Beraterin im Team von BartheCommunications, Hamburg.

12: **Stefan von der Heiden** übernahm die Leitung der Hauptstadtrepräsentanz von BAT British American Tobacco in Berlin. Er war bis Ende 2005 bei Pleon in Berlin und Düsseldorf.

13: **Claus C. Hommer** (55) ist der neue Direktor Government Affairs & Policy beim Gesundheitskonzern Johnson&Johnson MD&D Germany.

14: Auch bei der BayernLB in München wird jetzt politische kommuniziert. **Matthias Priwitzer** (38) wurde Teamleiter Presse, Öffentlichkeitsarbeit und Politik. **Dominik Lamminger** (25) ist jetzt

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

www.kommunikationsanalysen.de / analysen@faz-institut.de

> Medienresonanzanalysen
> Zielgruppenanalysen
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Beauftragter für politische Fragen.

15: **Sandra Murphy** (32) ist jetzt Leiterin Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen in Bonn. Sie kommt von der CMA und folgt auf **Heike Bölk**.

16: **Richard Backhaus** (35) wechselt aus der Bosch-Presseabteilung zum Wettbewerber Siemens VDO in Schwalbach/Ts. und übernimmt am 1. Januar 2007 die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Backhaus folgt auf **Johannes Winterhagen** (36), der zum 1. Oktober die Chefredaktion der Fachzeitschriften ATZ und MTZ übernimmt.

Etats

Etats compact (11) (36.KW-06)

01: Sibiu, Europäische Kulturhauptstadt 2007 in Rumänien
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin

02: Macromedia Fachhochschule der Medien (MFM), München/Hamburg/Köln/Stuttgart
an: **ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation**, München

03: Otto Aulbach, Miltenberg (französisches Modelabel "Daniel Hechter")
an: **Publicis Consultants** (GPRA), Berlin

04: Fitnesskette United Leisure Clubs, ???
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

05: BMC Software, Houston (Texas)/USA
an: **Maisberger Whiteoaks**, München

06: Müller Möbelfabrikation, Augsburg + Inspiring Rooms, Bremen
an: **Thalau PR**, Bremen

07: Pranda & Kroll, Pforzheim (Schmuckmarke CAI)
an: **ab.solution**, München

08: Tourismusverband Südtirols Süden + Kitzbüheler Alpen Marketing
an: **HPR Hansmann PR und Kommunikationsberatung**, München

09: Retarus (spezialisiert auf elektronische Unternehmenskommunikation), München
an: **PR-Com**, München

10: Televersa Online (Südostbayerische Telefongesellschaft), Töging
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**, München

11: opodo corporate (Internetplattform für Geschäftsreisen), London
an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

Branche

Mitarbeiter bewerten ihre PR-Agentur - Umfrage 2006 des Holmes Report

Hering Schuppener auch 2006 wieder auf Platz eins, fischerAppelt auf Platz drei. Unangefochten bester Arbeitgeber bei der vom Holmes Report durchgeführten Umfrage unter den Mitarbeitern ausgewählter PR-Beratungen in Kontinentaleuropa war auch 2006 – zum zweiten Mal in Folge - die deutsche Agenturgruppe Hering Schuppener (Hauptsitz in Düsseldorf). Auf Platz zwei folgt Winkelmann en Van Hessen aus den Niederlanden, und auf Platz drei steht mit fischerAppelt Kommunikation (GPRA) (Hauptsitz in Hamburg) wieder eine Kommunikationsberatung aus Deutschland.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

WPP-Gruppe mit gesundem Ertragszuwachs im PR-Geschäft

Die Kommunikationsholding WPP Group, Muttergesellschaft der international tätigen PR-Agenturen Burson-Marsteller, Cohn & Wolfe, GCI Group, Hill & Knowlton und Ogilvy Public Relations Worldwide, gab für das erste Halbjahr 2006 Rekordergebnisse bekannt. Damit setzte sich der Anstieg vom vergangenen Jahr fort, wobei das Segment Public Relations/Public Affairs einen gesunden Zuwachs von 15,3 Prozent verbuchen konnte und damit schneller wuchs als Werbung/Media Management (+ 14.2%) oder der Bereich Information/Aufklärung/Beratung (+ 13,3 %). Der Beitrag des PR-Bereichs zum Gruppenergebnis liegt nun bei über zehn Prozent.

Laut WPP scheinen vor allem Public Relations und Public Affairs vom Wachstum bei den neuen Technologien zu profitieren. Hier seien redaktionelle Beiträge äußerst effektiv und wahrscheinlich viel wirksamer als bezahlte Werbung. Die zunehmende Vernetzung der Gesellschaft über elektronische Kommunikationsmittel öffne dabei Wege zur Verbreitung von Werbebotschaften über eine neuartige, hochwirksame Art von „Mundpropaganda“. Insgesamt stieg der Honorarumsatz bei WPP im ersten Halbjahr um über 27% auf 25,8 Mrd. Dollar. (Quelle: Holmes Report, 28.08.2006, vol. 5 no. 33, S. 13)

Umfrage: Mit welchen Instrumenten haben Sie den größten Erfolg?

Für fast alle Unternehmen sind Werbung und Marketing unverzichtbar, wenn sie ihre Produkte und Leistungen erfolgreich anbieten und verkaufen wollen. Doch welche Instrumente sind wirklich erfolgreich? Eine Antwort und Hilfestellung bietet eine repräsentative Umfrage bei Unternehmen und Hochschulen, die vom Messe-Institut in Laubenheim mit Unterstützung des Münchener Ifo-Instituts durchgeführt wurde.

Praktiker und Professoren sehen Messen und Ausstellungen sowie den persönlichen Verkauf als die beiden Top-Marketing-Instrumente an. Doch dann gehen die Meinungen der beiden befragten Gruppen mehr oder weniger stark auseinander. Während die Praktiker in den Unternehmen Public-Relations, Internet und Direktmarketing auf den Plätzen drei bis fünf sehen, vergeben die Professoren folgende Reihenfolge für die Plätze drei bis fünf: Direktmarketing, Events und klassische Werbung. Die Verfasser der Studie glauben, dass die Unterschiede dadurch zu Stande kommen, dass die Wissenschaftler sich eher an den theoretischen Kriterien orientieren, während die Praktiker die selbst gemachten Erfahrungen als Maßstab für die Bewertung anlegen. (Infos: www.messe-institut.de)

Branche compact (7) (36.KW-06)

01: 62 Prozent der Unternehmer sagten selbst (in einer Umfrage von Claudia Mast, Universität

Hohenheim), dass **Großunternehmen ethisch und moralisch fragwürdig agierten**. Bei einer Veranstaltung der IHK Köln ergänzte der frühere Obi-Chef Manfred Maus, dass Mittelständler zwar deutlich positiver beurteilt würden, das Bild in der Öffentlichkeit würde aber von Großunternehmen geprägt.

02: **HBI Helga Bailey**, München hat auf ihrer **Website** das Informationsangebot der **WorldCom PR Group**, zu der HBI gehört, deutlich erweitert. Ein Porträt der europäischen Sektion, News und Hyperlinks gehören nun zum Inhalt.

03: Die Frankfurter PR-Agentur **Klenk & Hoursch** bietet ihren Kunden ab sofort **einen webbasierten Ideenspeicher**. In dem passwortgeschützten Bereich findet der Kunde mit einem Klick alle Ideen, die im Laufe der Zusammenarbeit von der Agentur für ihn entwickelt wurden. Eine Statusangabe informiert über den aktuellen Fortschritt der jeweiligen Projekte. „Die Ansprechpartner auf Kundenseite wechseln im Schnitt nach zwei bis drei Jahren. Der Ideenspeicher aber bleibt und sichert Konstanz und Wissenstransfer in der Zusammenarbeit“, sagt Volker Klenk, Managing Partner bei Klenk & Hoursch.

04: Zum fünften Mal werden im kommenden Jahr die erfolgreichsten Menschen und die besten Projekte aus der deutschsprachigen PR-Wirtschaft mit den **PR Report Awards** in Berlin ausgezeichnet. Die Bewerbungsfrist für den Preis, den das Branchenmagazin PR Report in jedem Frühjahr verleiht, hat begonnen. Bis zum 17. November 2006 können sich Unternehmen und PR-Agenturen in 19 Kategorien bewerben (www.prreport.de). Die Trophäen werden im Rahmen einer festlichen Gala am 19. April 2007 im InterContinental Berlin vergeben.

05: Alexander Demuth ist als Geschäftsführender Gesellschafter von Citigate Demuth ausgeschieden und hat sich mit seiner **neuen Beratung Demuth Corporate** in Sachen Unternehmensberatung in Frankfurt am Main selbstständig gemacht.

06: **maassen+partner**, Neuss hat jetzt auch offiziell eine Kooperation mit dem Essener **Stamm-Verlag** geschlossen. Die Zusammenarbeit umfasst die Lieferung und die Aktualisierung der Daten des **"Stamm Impressum" für Convento-Anwender**. Damit wurde eine bereits seit vielen Jahren bestehende Zusammenarbeit durch ein Vertragswerk konkretisiert und abgesichert. Für die Anwender ergibt sich dadurch eine noch größere

Qualitätssicherheit bei der Integration der Stamm-Daten sowie für die Selektionsmöglichkeiten in Convento. "Stamm Impressum" bietet regelmäßige Updates sowie umfangreiche Verwaltungsmöglichkeiten von Redaktions- und Mediendaten für den professionellen Einsatz im PR-Business.

07: Seit dem 1. September ist **Faktum Marketing** - Kommunikation - Public Relations (Heidelberg) und Golden Public Relations (Beijing/China) mit www.pressoffice.cn online. Die WebSite wendet sich an chinesische Journalisten, die in die Lage versetzt werden Firmeninformationen, Presstexte und Bildmaterial der Kunden von Faktum in China herunter zu laden. Faktum ist seit 1995 in China tätig und bietet seinen deutschen Kunden vielfältige kommunikative Unterstützung in China.

- 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

Medienbranche fordert neue Medienordnung für digitale Zukunft

Einvernehmlich forderten am 30. August Vertreter der Medienbranche in der Auftaktveranstaltung der Medienwoche Berlin-Brandenburg 2006 in Berlin, die unter dem Motto "Die digitale Marktordnung" stand, eine neue Medienordnung, die die Spielregeln für die digitale Zukunft und die Rolle der Akteure im Markt klarer definiert. Die Politik müsste das Thema mit mehr Nachdruck vorantreiben. Die Teilnehmer betonten die vielfältigen Chancen und neuen Möglichkeiten, die die Digitalisierung für Zuschauer und die Branche bieten. Der

"Umbruch der Medienökonomie" war das Leitthema des Branchentreffpunkts, bei dem erstmals eine Ordnung für das digitale Medienzeitalter diskutiert wurde.

Medien compact (4) (36.KW-06)

01: Eine regelmäßige Pressearbeit zahlt sich aus. Gewerkschaften, die dieses Instrument gezielt einsetzten, verbesserten ihre Imagewerte im Schnitt um zehn Prozent. **Insgesamt erhielt die Pressearbeit der Gewerkschaften jedoch nur die Durchschnittsnote 3,6.** Jeder dritte Redakteure gab in der Umfrage an, nur sporadisch von den Gewerkschaften kontaktiert zu werden. Lediglich ein Drittel fühlte sich regelmäßig informiert. Dies sind die Ergebnisse einer Online-Umfrage, die die Arbeitsgemeinschaft Bernhard Feger Öffentlichkeitsarbeit und Norbert Glaser-Flechsenhar (Pressebüro Eine Welt) im Mai/Juni 2006 durchgeführt hat. Dabei waren 350 Redakteure in sechs Bundesländern befragt worden.

02: Die **Deutsche Welle** startete jetzt zum dritten Mal den **Internationalen Weblog-Award** - The BOBs (Best of the Blogs). Vorschläge können in zehn Sprachen für 15 Kategorien eingereicht werden (www.thebobs.com).

03: Der **DJV** appelliert an die Verantwortlichen des Springer-Konzerns, **so genannten Leserreportern keine eigenen Presseausweise auszustellen.** Damit würde die bereits heftig kritisierte Form einer auf Honorarzahlen basierenden Leserbeteiligung einen weiteren unhaltbaren Zustand erreichen. Der Deutsche Journalisten-Verband bekräftigte seine grundsätzliche Kritik an den so genannten Leserreportern der Bild-Zeitung.

04: Im ersten Halbjahr 2006 konnte die **Kinobranche** gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres ein deutliches **Besucher- und Umsatzplus** verbuchen. Insgesamt wurden in den deutschen Kinos 65,1 Millionen Besucher gezählt und 384,1 Millionen Euro umgesetzt - ein Anstieg von jeweils 7,8 Prozent bzw. 8,9 Prozent. Auf dieser Basis steht die Branche nach dem ambivalenten Kinojahr 2005 wieder auf solidem Boden.

Stamm Medien-Newsletter September 2006

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im August 2006 wurden 4.812 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 12.887 Medien.

Der neue monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Von den über 4.000 Medien, die das Essener Redaktionsteam im letzten Monat geändert hat, kann darin natürlich nur eine kleine Auswahl wiedergegeben werden:

- Neue Chefredakteurin von vital (Jahreszeiten Verlag) wurde im August Joy Jensen. Ihre Vorgängerin, Katja Burghardt, übernimmt die Chefredaktion der Gruner + Jahr-Titel Essen & Trinken und Viva.
- Der Wirtschaftsjournalist und gelernte Bankkaufmann Peter Rensch ist neuer Chefredakteur beim Bankmagazin.
- Alexandra O'Mullan wechselt von der Bunten zur Bauer Verlagsgruppe. Sie übernimmt dort die Chefredaktion von mach mal Pause. Ihre Vorgängerin, Nicola Hahn, verlässt den Verlag.
- Rudolf Bögel ist neuer Chefredakteur bei der in der Ippen-Verlagsgruppe erscheinenden tz.
- Neuer Chefredakteur des Magazins Technology Review ist Sascha Mattke. Er löst Thomas Vasek in dieser Position ab.
- Wein-TV, der überregionale Sender für Weinliebhaber, befindet sich in Liquidation.

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

Service + Tipps

Service compact (10) (36.KW-06)

01: Seit Anfang August hat der "**Gründungszuschuss**" frühere Fördermöglichkeiten wie das **Überbrückungsgeld** und die **Ich-AG** ersetzt. Das neue Förderinstrument für Gründer bietet einerseits eine deutlich flexiblere Förderung als die alte Ich-AG. Andererseits sind die Anspruchsvoraussetzungen strenger. Insbesondere soll ausgeschlossen werden, dass Arbeitslose nach Ablauf ihres Anspruchs auf Arbeitslosengeld I allein deswegen zu staatlich geförderten Gründern werden, weil sie Hartz IV entgegen wollen. Den Gründungszuschuss gibt es daher nur dann, wenn sich der Gründer aus der Arbeitslosigkeit heraus selbstständig macht.

02: **kressköpfe 2006** ist jetzt im Heidelberger kressverlag erschienen (ISBN: 3-936989-03-6 - 55 Euro). Darin stehen die Kontaktdaten der wichtigsten Menschen aus Medien und Werbung. Das Standard-Nachschlagewerk bietet außerdem die Daten der Medienbranche. Ebenso sind die Presse- und Kommunikationsverantwortlichen der 300 wichtigsten deutschen Industrieunternehmen zu finden.

03: Mit 19.000 Exemplaren hat die aktuelle Ausgabe der **KrollSelect-Booklets** "Top-Wirtschaftsmagazine, -zeitungen und Publikumsmagazine" einen neuen Auflagenrekord erzielt. krollselect wird u.a. mit dem renommierten Branchendienst "kressreport" verbreitet.

04: Zum Start der IFA sieht die **Unterhaltungselektronik-Branche** dem Jahresende **optimistisch** entgegen: 57 Prozent der Hersteller rechnen damit, dass das Weihnachtsgeschäft aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung zum wichtigsten Absatzimpuls des Jahres 2006 wird. Das ist das Ergebnis des aktuellen „fischerAppelt technologyTrends“, für den die Kommunikationsagentur **fischerAppelt Kommunikation** (GPRA), Hamburg in Zusammenarbeit mit dem Spezialisten für Online-Umfragesoftware Globalpark Hersteller von Unterhaltungselektronik nach Trends und Themen rund um die Internationale Funkausstellung (IFA) befragt hat. Auch die IFA selbst wird von den Herstellern als wichtiger Impuls im Markt gesehen.

05: Der komplett erneuerte **Breitbandatlas** ging am 1. September online. Der Atlas zeigt, inwieweit in den einzelnen Kommunen Zugang zu schnellen

Datenverbindungen verfügbar ist, welche Anbieter aktiv sind und über welche Netztechnologien der Anschluss erfolgt. Noch gibt es weiße Flecken auf der Deutschland-Karte und auch der Wettbewerb zwischen den Breitband-Technologien ist bisher schwach entwickelt. Weitere Informationen finden Sie unter: www.breitbandatlas.de. Die Bundesregierung hat weiterhin ehrgeizige Pläne für Deutschland im Netz. Bis 2008 sollen 98 Prozent aller Haushalte Zugang zu Breitbandanschlüssen bekommen.

06: Der **GfK-Konsumklimaindex** hat sich auf hohem Niveau stabilisiert: nach 8,5 Punkten im August sind es für den September 8,6 Punkte.

07: Nun haben sich auch der Bundesverband der Freien Berufe (**BFB**) und seine Mitgliedsorganisationen gegen die geplante **PC-Rundfunkgebühren** gewehrt.

08: Um den Online-Einkauf für seine User besonders sicher zu gestalten, hat der Preisvergleich **guentiger.de** die gängigsten Bezahlverfahren nach Kriterien wie Sicherheit, Vielseitigkeit und Komfort unter die Lupe genommen und bewertet. Insbesondere in puncto Sicherheit weisen diese zum Teil erhebliche Unterschiede auf. Die Ergebnisse sind in einer übersichtlichen Tabelle unter www.guentiger.de/sicherheit zu finden. Am besten schnitten die Zahlungsmöglichkeiten Rechnung, Nachnahme und Kreditkarte ab - die weit verbreitete **Zahlung per Vorkasse bietet am wenigsten Sicherheit**.

09: Ein **neues Buch** von Elsevier Publishing untersucht „**Travel and Tourism Public Relations**“. Das Handbuch von Dennis E. Deuschl weist Manager des Tourismus in die hohe Kunst der erfolgreichen PR ein. Das 192 Seiten umfassende Taschenbuch kostet 24,90 Euro.

10: **Schlechte Noten für die Versicherungen:** Noch niemals hätten sich so viele Verbraucher über ihre Versicherer beschwert wie in diesem Jahr, sagte der Ombudsmann für Versicherungen, Wolfgang Römer. Normal wären 10.000 Beschwerden im Jahr, "in diesem Jahr werden wir wohl auf 15.000 Fälle kommen", sagte er am 3. August dem Berliner "Tagesspiegel".

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Neue Ausbildungswege zur PR-Fachfrau/zum PR-Fachmann in der Schweiz

Im nächsten Jahr kommt es in der Schweiz zu einer wichtigen Prüfungsnovellierung in der Kommunikationsausbildung. Der Grund liegt auf der Hand: Berufstätige, die in der PR, dem Marketing, dem Verkauf oder der Werbung tätig sind, haben alle eins gemeinsam: Sie sind Dienstleister, arbeiten für die Öffentlichkeit, entwickeln Strategien und setzen Ideen und Pläne durch Kommunikationsarbeit um.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (9) (36.KW-06)

01: Die nächste Fachtagung der **depak** Deutsche Presseakademie findet am 5. und 6. Oktober zum Thema "**Strategische Medienarbeit** - Wie komme ich in die Medien?" in Berlin statt. Infos: www.depak.de/fachtagungen.

02: Im Magdeburger Rathaus laufen derzeit die Vorbereitungen für die **51. Konferenz städtischer Pressereferenten** auf Hochtouren. Der Anlass ist ein ganz besonderer: Magdeburg war vor genau 100 Jahren die erste Stadt in Deutschland, die eine kommunale Pressestelle zur Unterrichtung der Medien einrichtete. Zur 51. Konferenz städtischer Pressereferenten, die Magdeburg vom 27. bis 29. September gemeinsam mit dem Deutschen Städtetag ausrichtet, werden Stadtsprecher aus rund 100 deutschen Städten erwartet. Unter dem Motto "100 Jahre städtische Presseämter - Positionen und Perspektiven" werden die PR-Profis den Blick allerdings nicht nur in die Vergangenheit, sondern vor allem in die Zukunft richten. Moderne Bürgerinformation, das Verhältnis zwischen Presseamt und Medien und die Zukunft der lokalen Medien sind Themen der dreitägigen Beratung, die vor allem dem Erfahrungsaustausch und der Weiterbildung der Teilnehmer dient.

03: Bei der **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. gibt es jetzt die **Seminarübersicht** September bis November 2006. Infos: www.afk-online.com.

04: Die nächste **Euroforum-Konferenz** findet am 25. und 26. September in Berlin statt. **Thema: "Zukunft Radio"**. Infos: www.euroforum.com.

05: Am 6. Oktober startet der international anerkannte **Lehrgang zum „Fachwirt(in) Public Relations (IHK)“ der PR School in Konstanz**. Die staatliche Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer, Ende Juni 2007, ermöglicht es den Absolventen das Zertifikat des PR-Fachwirts zu erreichen, das einem kaufmännischen Meistertitel entspricht. Das Besondere an dieser Weiterbildungschance ist die grenzüberschreitenden Anerkennung. Infos: www.pr-school.com.

06: Am 19. Oktober findet in Frankfurt am Main das **Symposium "Geschäftsberichte 2006"** statt. Veranstalter: Fachverband Medienproduktions (f:mp). Infos: www.f-mp.de.

07: Die **WAK-Westdeutsche Akademie für Kommunikation** in Köln startet am 28. Oktober wieder mit ihrem Wochenendstudiengang „Fachwirt/in Public Relations“. Anmeldeschluss ist der 30. September. Die Absolventen werden in Theorie und Praxis in alle Bereiche der PR und Öffentlichkeitsarbeit eingeführt. Bei geeigneter Voraussetzung dient der Studiengang auch als Vorbereitung für die IHK-Prüfung Fachwirt/in Public Relations.

08: Am 23. September veranstaltet die **DPRG-Landesgruppe Berlin/Brandenburg ein Praxisseminar zum Thema "U.S.P. - Umgangsformen, Stil & Protokoll"**. Das Seminar vermittelt nützliche Strategien und Handlungsmöglichkeiten für den Umgang mit Geschäftspartnern, Kunden, Auftraggebern, Mitarbeitern und Kollegen. Infos: Christoph Blase cb@dprg-berlin.de.

09: Um Führungskräften neue Impulse zu vermitteln, lädt die **cmi Kommunikation und Medien, Berlin** am 20. und 21. Oktober 2006 lädt zu einem **Intensiv-Workshop „In der Chefrolle überzeugen – Wie ich meine Mitarbeiter erfolgreich führen kann“** ein. Im Mittelpunkt stehen Themen wie Überzeugungskraft und Glaubwürdigkeit als Chef, Motivation, Stressbewältigung und Konfliktmanagement. Infos www.cmi-berlin.de.

Pfeffer&Salz&Senf

Humor: Brief einer Tochter

Eine Mutter kommt ins Zimmer ihrer Tochter und findet dieses leer mit einem Brief auf dem Bett. Das Schlimmste ahnend, macht sie ihn auf und liest:

"Liebe Mami, es tut mir sehr leid, dir sagen zu müssen, dass ich mit meinem neuen Freund von zuhause weggegangen bin. Ich habe in ihm die wahre Liebe gefunden, du solltest ihn sehen, er ist ja sooooo süß mit seinen vielen Tattoos und den Piercings und vor allem seinem Megateil von Motorrad!

Aber das ist noch nicht alles, Mami, ich bin endlich schwanger, und Abdul sagt, wir werden ein schönes Leben haben in seinem Wohnwagen mitten im Wald! Er will noch viele Kinder mit mir, und das ist auch mein Traum. Und da ich draufgekommen bin, dass Marihuana eigentlich gut tut, werden wir das Gras auch für unsere Freunde anbauen, wenn denen einmal das Koks oder Heroin ausgeht, damit sie nicht so sehr leiden müssen.

In der Zwischenzeit hoffe ich, dass die Wissenschaft endlich ein Mittel gegen Aids findet, damit es Abdul bald besser geht, er verdient es sich wirklich! Du brauchst keine Angst zu haben, Mami, ich bin schon 13 und kann ganz gut auf mich selber aufpassen! Ich hoffe, ich kann dich bald besuchen kommen, damit du deine Enkel kennen lernst! Deine geliebte Tochter

PS: Alles Blödsinn, Mami, ich bin bei den Nachbarn! Wollt dir nur sagen, dass es schlimmere Dinge im Leben gibt als das Zeugnis, das auf dem Nachtkästchen liegt! Hab dich lieb!"

Rezensionen

Etrillard: Selbst-PR für Verkäufer

Rezension von Sabine Sturm, [ars publicandi](http://ars-publicandi.com), Rodalben

Stéphane Etrillard. Selbst-PR für Verkäufer. Wie Sie sich und Ihre Leistungen noch besser

positionieren. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2005. 167 Seiten. Preis: 26,90 Euro. ISBN 3-409-14284-3.

Marketing in eigener Sache: "Eigenlob stinkt" vs. "Mit den Qualitäten nicht hinterm Berg halten" - das ist ja schon so eine Sache mit der Selbst-PR. Andererseits gilt es in immer dynamischeren und schnelleren Zeiten natürlich für jeden, sich mit seinen Fähigkeiten nachhaltig zu positionieren und eine positive Wirkung nach außen zu vermitteln, um nicht in der Masse unterzugehen. Die Taktik: nichts dem Zufall überlassen und die eigene Leistung gezielt ins Blickfeld rücken. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Themen der Zeit _____

Call Center wollen raus aus der Schmutzlecke

von Gunnar Sohn, Bonn

Meist merken Verbraucher gar nicht, wie oft sie im Alltag mit Call Centern zu tun haben, berichtet die Saarbrücker Zeitung www.sol.de/sz/ und schreibt weiter: „Viele verbinden zudem diesen Begriff auch fälschlicherweise mit unseriösen Praktiken und schmutzigen Angeboten. Experten aus der Branche diskutierten in der Call Center-Bildungs-Akademie in Saarbrücken über die Frage, warum das Image dieser Branche in der Öffentlichkeit häufig noch so schlecht ist und was man dagegen tun kann“. Moderne Call Center erbrachten nach Meinung der Experten viele Serviceleistungen wie Kundenberatung, telemedizinische Dienstleistungen oder Hilfestellungen in komplexen technischen Fragen. *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 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 24 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (14)

Titel [PR-Berater \(m/w\) für IT-/TK-Agentur in München gesucht](#)

Titel [Kohl PR & Partner sucht für Bonner Büro engagierten PR-Berater](#)

Titel [Möller Horcher Public Relations sucht PR-Berater/in Nähe Frankfurt](#)

Titel [Junior PR-Berater/in bei schönknecht in Hamburg](#)

Titel [PR-Berater/Campaigner \(m/w\) Marke bei fischerAppelt München](#)

Titel [Kölner Agentur sucht Redakteur/in und Rechercheprofi](#)

Titel [Weber Shandwick Hamburg sucht PR-Berater \(w/m\) für Brand/Consumer oder Consumer/Technology-Bereich](#)

Titel [Dr. Haffa & Partner sucht PR-Berater für IT/Hightech](#)

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

Titel [Brandzeichen Düsseldorf sucht Kommunikationsberater Marken-PR](#)

Titel [PR Berater \(m/w\) Healthcare bei Circle Comm](#)

Titel [Mode- und Lifestyle Agentur in München sucht PR-Berater/in](#)

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](#)

In Unternehmen (2)

Titel [Uni Leipzig sucht Wiss. Mitarbeiter\(in\) Kommunikationsmanagement](#)

Titel [Bildungs-Marketing und Enrollment Management in Berlin](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 04. August 2006 - 17:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.094 Empfänger** versandt.

Impressum:



© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

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

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

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München (michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Eric Metz, Hamburg (e.metz@gemeinsam-werben.de); Stefan Munko, Berlin (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; Wolfgang Kreuter, Düsseldorf; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenber, 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, Marktredwitz.

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, Unterhildingen/Bamberg; Konstanze Pfeiffer, München; Manfred Piwinger, Wuppertal; PR+plus, Heidelberg (Koordination: Iris Zimmermann 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), 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.prijournal.de; www.prijournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.

Nur noch 4 Wochen:
Jetzt anmelden!



Kommunikations
Kongress

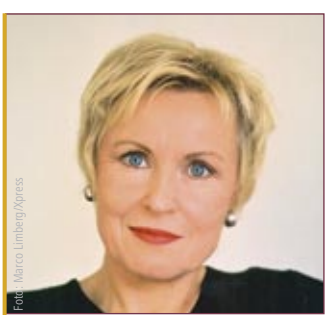
28. & 29. SEPTEMBER 2006, BERLINER CONGRESS CENTER

KOMMUNIKATIONS KONGRESS 2006

– EUROPAS GRÖSSTE FACHTAGUNG FÜR PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT –



Holger Jung,
Jung von Matt



Bascha Mika,
die tageszeitung



Dr. Thomas Middelhoff,
KarstadtQuelle



David Montgomery,
Mecom Group



Ralf Klein-Bölting,
Deutsche Bahn

ANMELDUNG UNTER:
www.kommunikationskongress.de



Roger Köppel, Die WELT



Michael Ringier, Verleger und Inhaber



Prof. Manfred Harnischfeger,
Deutsche Post World Net



Edda Fels,
Axel Springer



Nikolaus Brender,
ZDF