

# PR-Journal-Newsletter

## Nr. 80 / 37. Woche 2006

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

### **PR-Branche feierte Spitzenleistungen - DPRG verleiht den Deutschen PR-Preis**

Der Preis als "Kommunikator des Jahres" ging an das WM-Team um Franz Beckenbauer und Wolfgang Niersbach. Den Deutschen Image Award erhalten der Adidas-Vorstandsvorsitzende Herbert Hainer und sein Kommunikationschef Jan Runau. Diese und andere kommunikative Topleistungen belohnten DPRG und F.A.Z.-Institut am 8. September im Wiesbadener Kurhaus. Über 500 PR-Spezialisten sowie Spitzenvertreter aus Wirtschaft und Verbänden verfolgten gespannt die von ZDF-Moderator Stefan Schulze-Hausmann vorgestellten Entscheidungen um die 14 Deutschen PR-Preise sowie den Deutschen Image Award. Der Deutsche PR-Preis verzeichnete 2006 mit 278 Bewerbern eine Rekordbeteiligung.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Trendmonitor: PR-Branche erwartet in 2006 Gehaltssprung**

Die PR-Branche rechnet auch in diesem Jahr mit steigenden Gehältern. Das haben die dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor, beide in Hamburg, in ihrem jüngsten PR-Trendmonitor herausgefunden. Insgesamt erwarten über 90 Prozent der befragten Pressesprecher und PR-Agenturen höhere Einkommen. Bei den Agenturen rechnet fast jeder Dritte mit einer Steigerung seines Gehalts von mehr als fünf Prozent. Bei den Pressestellen hingegen erwarten einen derartigen Zuwachs nur elf Prozent. Auch Gehaltskürzungen werden eingeplant. Bei den Pressestellen rechnen über

neun Prozent der Befragten mit Kürzungen, bei den PR-Agenturen sind es knapp sieben Prozent.

Insgesamt haben im August 2.251 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen und PR-Agenturen am dritten PR-Trendmonitor dieses Jahres teilgenommen. Gefragt wurde auch nach dem Thema Qualifikation. Noch immer sind viele Quereinsteiger in der Branche ohne eine PR-Ausbildung aktiv. In den Pressestellen ist es fast jeder zweite Mitarbeiter. Bei den PR-Agenturen ist dagegen nur jeder Vierte ohne PR-Vorbildung zu seinem Job gekommen.

Außerdem im Fokus des aktuellen PR-Trendmonitors: Radio-PR, Effizienz von PR-Budgets und die Bedeutung von Presseabteilungen innerhalb eines Unternehmens. Alle Ergebnisse des PR-Trendmonitors 3/2006 unter: [www.pr-trendmonitor.de](http://www.pr-trendmonitor.de).

### Personalien \_\_\_\_\_

### **Treichel ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei ABB Deutschland**

Klaus Treichel (42) hat am 1. September in Mannheim die Leitung der Unternehmenskommunikation von ABB für Deutschland übernommen. Er war zuletzt für die weltweite Kommunikation der ABB-Divisionen Energietechnikprodukte und -systeme in Zürich verantwortlich. Treichel ist bereits seit 1997 für das Unternehmen tätig, zunächst in Mannheim und seit Anfang 2001 in der ABB-Konzernzentrale in Zürich. ABB in Deutschland erzielt mit rund 11.600 Beschäftigten einen Umsatz von 2,7 Milliarden Euro.



## **Oberbeck wechselt von Lycos zu Google**

Lycos-PR-Direktor **Kay Oberbeck** (39) wechselt von Gütersloh als Chef der Unternehmenskommunikation (Corporate Communications und Public Affairs) zu Google nach Hamburg. Oberbeck wird für die deutschsprachigen Länder sowie Skandinavien zuständig sein und an die europäische Kommunikationschefin **Rachel Whetstone** in London berichten. Der exakte Zeitpunkt für den Wechsel steht nicht fest, weil Lycos noch einen Nachfolger sucht. Oberbeck soll ein Kommunikationsteam aufbauen, das den Aktivitäten von Google gerecht wird. **Stefan Keuchel** (37) bleibt wie bisher Head of PR Google Deutschland im Team von Oberbeck.

## **Personalien compact (13) (37.KW-06)**

01: **Gertrud Hack** (40) ist jetzt neue Geschäftsführerin bei JP:PR PR-Beratung, Düsseldorf und Frankfurt am Main (wo sie das dortige Büro als Nachfolger von **Bert Wichmann** (40) leitet). Hack kommt von JPMorgan.

02: **Stephanie Kallenbach** (34) ist neue PR- und Marketing-Managerin beim Online-Vermarkter TradeDoubler in München - sie kommt von Letsbuyit.com.

03: **Julie Steinen** wurde als Nachfolgerin von **Victor A. Tiberius** neue Leiterin der Deutschen Fachjournalisten-Schule in Berlin (zusätzlich zu ihrer bisherigen Aufgabe als Chefredakteurin der DFJV-Verbandszeitschrift "Fachjournalist").

04: **Sonia Garcia** (32) verstärkt als Juniorberaterin die Food-Unit bei ad publica Public Relations in Hamburg. Sie war zuvor bei Weber Shandwick Deutschland (GPRA) in Köln.

05: Auch das Büro Lilienthal von Borgmeier Public Relations hat nun eine Doppelspitze:

neben **Doris Borgmeier** wirkt nun **Matthias Wiemers** (30) als weiterer Büroleiter.

06: **Christoph Fasel** (48), Leiter der Henri-Nannen-Schule Gruner + Jahr/Die Zeit in Hamburg, hat aus persönlichen Gründen darum gebeten, ihn mit sofortiger Wirkung von seinen Aufgaben zu entbinden. Der Beirat hat der Bitte von Fasel mit großem Bedauern entsprochen.

07: **Felix Wesseler** (27) hat beim Kölner Regatta-Verband die (ehrenamtliche) Funktion als Pressesprecher und Leiter PR übernommen. Hauptberuflich wirkt er bei der Kölner Film- und Fernsehproduktionsgesellschaft filmpool.

08: **Astrid Williams** (36) ist als Director Public & Government Affairs für PepsiCo in Berlin tätig. Sie kommt vom ortsansässigen Büro von Fleishman-Hillard.

09: **Jörg Wacker** (38) wurde neuer Direktor Lobbying und Kommunikation des Sportwettenanbieters Bwin, Neugersdorf. Er folgt auf **Marcus Meyer** (37) und bleibt auch Geschäftsführer der Marketingagentur Double-M Media.

10: **Marcus Schwarzer** (36) ist als Nachfolger von Anja Müller neuer Leiter Presse/Öffentlichkeitsarbeit beim Schwäbischen Turnerbund in Stuttgart. Er kommt von der Allianz-Lebensversicherung.

11: Karriere bei Suzuki in Bensheim: **Axel Seegers**, bisher PR-Manager Automobile wurde Manager Press & PR Automobile in Deutschland. **Susanne Franz** wurde Managerin Marketing und Kommunikation für Deutschland. **Guido Hannich**, bisher dafür verantwortlich übernahm vermehrt europäische Aufgaben beim japanischen Autoimporteur.

12: **Verena Fink** (26) übernahm zusätzlich zu ihrer Aufgabe interne Kommunikation nun auch die Leitung der PR-Abteilung bei Europas größtem TV-Shoppingcenter QVC Deutschland (heißt jetzt zusammen Corporate Communications) in

# MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen  
 > Zielgruppenanalysen  
 > Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Düsseldorf. Sie kommt von MTV Networks Europe.

13: **Christine Schniedermann** (28) ist seit August neue Pressesprecherin Präsidenten der Berliner Humboldt-Universität Christoph Marksches. **Angela Bittner** macht weiterhin die Leitung der Öffentlichkeitsarbeit.

## Etats

---

### **Faktor 3 macht PR für den Deutschen Golf Verband**

Der Deutsche Golf Verband (DGV), Wiesbaden hat seinen PR-Etat an die Kommunikationsagentur Faktor 3, Hamburg vergeben. „Gemeinsames Ziel ist es, den Golfsport zusammen mit den Vereinen kontinuierlich weiter zu entwickeln und um neue, qualitativ interessante Angebote zu bereichern. Der Fokus liegt auf der Jugendarbeit, der Ansprache von neuen Zielgruppen und neuen Mediensegmenten, d.h. neben der Fachpresse auch in den Bereichen Special Interest, Tageszeitungen und TV“, so Jan Kadelke, Sprecher der Geschäftsführung des DGV. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### **Etats compact (12) (37.KW-06)**

01: Xpedi (System-Management-Spezialist), Landshut  
 an: **Maisberger Whiteoaks**, München

02: OfficeXL (Online-Büroartikelhändler), Willich  
 an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

03: Bayer Gastronomie (Lifestyle-Club "calcio" in der BayArena), Leverkusen  
 an: **inMedias Kommunikation**, Burscheid

04: IHK Zetis/IT-Messe MediaMit, Kaiserslautern  
 an: **jd&p joern duchstein & partner kommunikationsagentur**, Mainz

05: Rising Star (Alternative Investments), Bottighofen bei Zürich/Schweiz  
 an: **HBS International**, Frankfurt am Main

06: E. & J. Gallo Winery Deutschland, Schwalbach/Ts.  
 an: **häberlein & mauerer**, agentur für public relations, München

07: Chipita Germany (Tochter des griechischen Lebensmittelkonzerns Vivartia); ???  
 an: **F&H Porter Novelli**, Düsseldorf

08: FISITA 2006 World Automotive Congress in Yokohama/Japan, London  
 an: **Text-Com**, Publishing und Automotive-PR, Taunusstein

09: MFD Mobiles Fernsehen Deutschland, Düsseldorf/Köln  
 an: **Hoschke & Consorten Public Relations**, Hamburg

10: Crossgate (Datentransfer-Spezialist), Starnberg  
 an: **AxiCom**, München

11: McFlight Flugvermittlung, Aschaffenburg  
 an: **djpr Dieter Jacobs / Sabine Schramek**, Frankfurt am Main

12: Hausboot-Spezialisten Connoisseur + Emerald Star, Bad Vilbel (Crown Blue Line)  
 an: **KS Text & Kommunikation**, München

## Branche

---

### **Kliniken investieren verstärkt in Öffentlichkeitsarbeit**

Deutsche Kliniken wollen in Zukunft verstärkt in ihre Öffentlichkeitsarbeit investieren, um sich im zunehmenden Wettbewerb von anderen Häusern abzuheben. Eine von Kohl PR&Partner (GPRA), Bonn/Berlin in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage unter deutschen Krankenhäusern ergab, dass knapp die Hälfte der Einrichtungen mehr Öffentlichkeitsarbeit betreiben will. Zusätzliche PR-Maßnahmen planen vor allem große Häuser mit mehr als 300 Betten. Von ihnen wollen 60 Prozent mehr Geld für die Öffentlichkeitsarbeit ausgeben.

Nach der Umfrage des Bonner Instituts Omnicquest greifen bereits jetzt mehr als zwei Drittel der Kliniken regelmäßig zu Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit, rund 20 Prozent in unregelmäßigen Abständen. Jede zehnte Klinik verzichtet derzeit noch völlig auf Öffentlichkeitsarbeit. Von den Kliniken, die Öffentlichkeitsarbeit betreiben, bieten fast alle (97 Prozent) eine eigene Website an. Mehr als 90 Prozent informieren zudem in Broschüren über ihre Leistungen oder veröffentlichen Pressemitteilungen. (Quelle: ots)

### **Branche compact (6) (37.KW-06)**

01: Deutschlands Preis für politische Kommunikation – der **Politikaward** – kann in diesem Jahr mit einer **Rekordbeteiligung** rechnen. Vor dem offiziellen Bewerbungsschluss am 30. September, sind 25 Prozent mehr Einreichungen eingegangen als zur gleichen Zeit im Vorjahreszeitraum. Das Fachmagazin **"politik&kommunikation"** verleiht die **Auszeichnung am 22. November** im Schlüterhof im Deutschen Historischen Museum zum vierten Mal. Es ehrt damit herausragende Konzepte und erfolgreiche Akteure der politischen Kommunikation.

02: **muehlhaus & moers** kommunikation in Köln hat erstmals sein **Kompetenzmagazin "showcase"** herausgegeben. Man will darin kreative Kommunikation zeigen und die Kunst, überzeugende Ideen für sich arbeiten zu lassen. Infos: [www.muehhausmoers.de](http://www.muehhausmoers.de).

03: „Welches gesellschaftliche Engagement ist für mein Unternehmen sinnvoll?“ „Was muss ich beachten, damit ich meine Glaubwürdigkeit nicht verspiele?“ Antworten auf diese und viele andere **Fragen rund um CSR und Mittelstand** gibt ein **Münchener Agentur-Netzwerk** – das Büro Fuchs-Gamböck Marketing und langmeiers – marketing kommunikation. Mit einem breiten Leistungsspektrum unterstützen sie mittelständische Unternehmen, die ihr Engagement für das Gemeinwohl mit ihren Unternehmenszielen in Einklang bringen wollen.

04: Die **neue Kommunikations-Agentur K12** ging in Düsseldorf an den Start. Mit ihrem Leitmotiv „Kommunikation verändert“ beschreiben die drei Gründer ihre Überzeugung und ihre Beratungsidee. Kommunikation habe immer das Ziel, etwas zu verändern, egal ob es

sich um Einstellungen und Meinungen, Verhalten oder auch Kaufentscheidungen handele. „Deshalb haben wir die Strategien der Veränderungskommunikation für Kommunikationsprogramme mit vordergründig anderen Zielen übersetzt. Die Veränderungskommunikation arbeitet zum Beispiel häufig mit Methoden angrenzender Wissensbereiche wie Organisationsentwicklung oder Wissensmanagement“, berichtet Unternehmensgründer **Michael Jansen**, der wie seine Kollegin **Kirsten Jantke** aus der Changeberatung kommt. Genauso wie der dritte im Bunde, **Jörg Hoewner**, haben sie sich ihre Spuren in namhaften und marktführenden Kommunikations-Agenturen der ECC-Gruppe, heute Pleon, verdient.

05: Ab sofort ist der weltweite PR-Spezialist **Lewis Communications** nicht nur in München, sondern **auch in Düsseldorf** vertreten. Damit kann die Agentur ihr umfassendes Angebot an Kommunikationsdienstleistungen auf dem deutschsprachigen Markt flächendeckend anbieten. Geleitet wird die Niederlassung von Jutta Schausten, die zuvor Münchener Lewis-Kunden als kreativer Kopf und Kampagnen-Managerin zur Seite stand.

06: **Die beiden südhessischen Agenturen Social Sponsoring Consulting** (Dreieich) und **Zielgenau** (Mühlthal) – beides Experten für wirkungsvolle Kommunikationsmaßnahmen – kooperieren ab sofort. Insbesondere Kunden im Nonprofit-Bereich profitieren davon, da sich beide Agenturen durch ihre Erfahrungen und Dienstleistungen optimal ergänzen.

- 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

---

### **Medien compact (5) (37.KW-06)**

01: Kein Medium hat sich schneller verbreitet als das Internet. 38,6 Millionen bundesdeutsche Erwachsene sind inzwischen online. Und: Die höchsten Zuwachsraten weisen die über 50-Jährigen auf, so die 10. ARD/ZDF-Online-Studie 2006. **Von 1997 bis 2006 stieg der Anteil der Internet-Nutzer in Deutschland von 6,5 Prozent auf 59,5 Prozent.** 38,6 Millionen bundesdeutsche Erwachsene sind inzwischen online. Innerhalb dieser bundesweiten Repräsentativstudie wurden im April dieses Jahres 1.820 Erwachsene in Deutschland befragt.

02: Die **Zuschaueranteile der deutschen Fernsehsender** verteilen sich im **August 2006** (nach dem Hoch der öffentlich-rechtlichen Sender wegen der Fussball-WM im Juni/Juli) wie folgt: an erster Stelle blieb trotzdem (noch) die ARD mit 14,7 Prozent Zuschaueranteil bei allen Zuschauern ab drei Jahren. Danach folgten RTL mit 14,1 Prozent vor dem ZDF mit 12,4 Prozent. Auf den Plätzen vier und fünf dann Sat.1 (10,2 %) und ProSieben (6,7 %). Alle dritten Programme der ARD erreichten übrigens zusammen einen Anteil von 13,3 Prozent.

03: Der **Regionalsender Oberberg TV** ([www.oberberg.tv](http://www.oberberg.tv)) zeigt ab sofort jeden Vormittag zwischen zehn und elf Uhr das laufende Programm von **EDV-TV** ([www.edv-tv.com](http://www.edv-tv.com)), einem Informations-TV-Kanal für IT-Profis. Der nordrhein-westfälische Sender, der sich überwiegend auf regionale Themen wie Sport, Kultur und Aktuelles konzentriert, möchte durch die Einbindung des Spartensenders EDV-TV vor allem seinen Zuschauern aus dem Business-Bereich informative Berichterstattung mit Fachwissen aus der IT-Branche anbieten.

04: Der **Anteil weiblicher Journalisten in Österreich** klettert kontinuierlich nach oben. Wie die aktuelle Herbstausgabe des Journalistenindex [www.journalistenindex.at](http://www.journalistenindex.at) zeigt, sind inzwischen 35,6 Prozent der Mitarbeiter in den österreichischen Zeitungs- und Zeitschriftenredaktionen Frauen. Ein Ende des Trends ist nicht in Sicht. Von den insgesamt 13.417 gelisteten Journalisten in 3.400 verschiedenen Medien entfallen 4.782 auf das

weibliche Geschlecht. Beim staatlichen Fernsehen ist der Anteil der Frauen besonders hoch. 41,4 Prozent der Beschäftigten beim ORF sind weiblich.

05: **Vital Plus Media, Bonn startet mit der Aktion "Herbstblätter 2007"** ein neues Agentur-Partnerprogramm und bietet die Special Edition **"Tipps für Gesundheit, Essen & Trinken"** für Sonderveröffentlichungen in lokalen Wochenzeitungen. Buchungsschluss: 28. September 2007. Infos: [www.vitalplus.info](http://www.vitalplus.info).

## Service + Tipps

---

### **R+V-Studie: Die Ängste der Deutschen 2006**

"Das Stimmungsbild in Deutschland hat sich verändert. Die Schere zwischen Ost und West geht erstmals wieder deutlich auseinander", fasste Rita Jakli, Leiterin des R+V-Infocenters, heute in Berlin die Ergebnisse der Studie "Die Ängste der Deutschen 2006" zusammen. Im Westen bessert sich die Stimmung spürbar, gleichzeitig haben die Ängste in den neuen Bundesländern den höchsten Stand seit 15 Jahren erreicht: Im Osten Deutschlands haben 55 Prozent der Menschen große Angst vor der Zukunft. Im Westen dagegen ist die Zahl von 50 auf 43 Prozent gesunken. Im gesamten Bundesgebiet jedoch bestimmen wirtschaftliche und politische Probleme das Bild: Die Sorge um steigende Preise, Unzufriedenheit mit den Politikern und hohe Arbeitslosenzahlen belegen die Plätze 1 bis 3. (Quelle: ots)

### **Service compact (10) (37.KW-06)**

01: Die privaten Haushalte in Deutschland gaben im Jahr 2004 durchschnittlich **375 Euro für Bücher, Zeitungen und Zeitschriften** aus. Neun Prozent dieses Betrages (33 Euro) investierten die Haushalte im Durchschnitt in den Kauf von Fachlektüre. Das teilt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden am 5. September mit.

02: **Nur etwa jeder zehnte Betrieb in Deutschland beteiligt seine Mitarbeiter am Erfolg des Unternehmens.** Wie aus einer am 5. September in Nürnberg vorgelegten Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) hervorgeht, lassen neun Prozent der Firmen zumindest einen Teil ihrer Belegschaft am Gewinn

teilhaben. Zwei Prozent der Unternehmen haben demnach Kapitalbeteiligungsmodelle und bei einem Prozent der Firmen gibt es beide Beteiligungsformen. Im europäischen Vergleich liegt Deutschland damit im Mittelfeld.

03: Spätestens zur IFA waren die Blätter voll mit Begriffen wie **HDTV, IP-TV und Triple-Play**. Doch wer weiß, was hinter den Schlagworten steht? Trotz aller Bemühungen der Gerätehersteller, der Telekommunikations- und Medienunternehmen, das digitale Angebot zu verbreitern, **fristen die Themen im Bewusstsein der werberelevanten Zielgruppen ein Nischendasein**. Zu diesem Ergebnis kommt eine Umfrage von TNS Emnid, die exklusiv für w&v erstellt wurde. Dazu befragte TNS Emnid repräsentativ 1000 Onliner zwischen 14 und 49 Jahren via Internet-Panel – diese Zielgruppe repräsentiert etwa 28 Millionen Deutsche. Hier geht es zur Studie: [www.wuv.de/digital-umfrage](http://www.wuv.de/digital-umfrage).

04: Die **PMG Presse-Monitor**, Berlin hat mit sofortiger Wirkung den Geschäftsbetrieb von **Media Meter**, Leipzig übernommen und ergänzt damit ihr Geschäftsportfolio um elektronische Medienanalysen. „Dieser Schritt ist eine logische Konsequenz aus der bisherigen Entwicklung der PMG. Unsere Kunden fragen in zunehmenden Maße Dienstleistungen rund um das Pressemonitoring nach, hierzu gehört vor allem die Medienanalyse“, erklärte Klaus Rohr, Geschäftsführer der PMG.

05: Nach ersten Berechnungen des **Statistischen Bundesamtes**, Wiesbaden stiegen die **Umsätze** der Unternehmen in ausgewählten **Dienstleistungsbereichen** im zweiten Quartal 2006 gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal um nominal 3,8 Prozent an.

06: Neues Buch: Was PR-Agenturen erfolgreich macht und was PR-Berater, beschreibt der Präsident des "Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz", Dr. Peter P. Knobel, in seinem **Buch "Public Relations-Agenturen führen"**. Der erfahrene Brancheninsider verrät Mitarbeitern und Leitungen von PR-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, wie sie in und mit PR-Agenturen aufsteigen - und gibt Auftraggebern der drei Länder fundierte Einblicke in den Mikrokosmos PR-Agentur. ("Public Relations-Agenturen führen" ist im Viola Falkenberg Verlag erschienen, kostet 26,90

Euro, hat 224 Seiten und die ISBN 3-937822-58-5.)

07: Seit 1. September ist die erste deutsche **Telefonhotline für Karriereberatung** und Erfolgcoaching online: [www.erfolgsproduzenten.de](http://www.erfolgsproduzenten.de).

08: Die Preise für das Mobiltelefonieren lagen nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes im August 2006 um 11,7 Prozent unter dem Niveau von August 2005.- Die Internet-Nutzung verbilligte sich zwischen August 2005 und August 2006 um 4,5 Prozent.- Der **Preisindex für Telekommunikationsdienstleistungen** insgesamt (Festnetz, Mobilfunk und Internet) lag aus Sicht der privaten Haushalte im August 2006 im Vergleich zum August 2005 um 3,7 Prozent niedriger.

09: **Premiere Global Services**, ein weltweit führender Anbieter von Kommunikationslösungen, zeigt auf der **OMD 2006** (20. + 21. September in Düsseldorf), Deutschlands Leitmesse für die digitale Wirtschaft, seine deutlich erweiterte Online-Marketing Lösung, den **Campaign Accelerator**. Mit dem vollständig webbasierten Tool können Unternehmen ihre Marketing- oder IR/PR-Kampagnen eigenhändig aufsetzen, steuern und verwalten. Infos: [www.premiereglobal.de](http://www.premiereglobal.de).

10: Die Berliner **Kommunikationsagentur Plato** bringt ein **neuartiges, webbasiertes Instrument zur digitalen Abbildung von politischen Prozessen auf den Markt**. Das **PLATOpolicygate** stellt komplexe Themen auf nationaler und EU-Ebene übersichtlich und nahezu „in Echtzeit“ dar und ist via Internetzugang praktisch an jedem Ort der Welt verfügbar. Ziel der webbasierten Strukturierung und Abbildung von Themen ist es, Unternehmen und Verbänden eine Grundlage für politikbezogene Entscheidungen an die Hand zu geben. Dadurch soll auch ein Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit geleistet werden. Infos: [www.plato.de](http://www.plato.de).

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **PR-Profi mit Schwerpunkt Non-Profit**

Wer professionell Öffentlichkeitsarbeit (PR) für soziale, kirchliche oder kulturelle Organisationen betreiben will, kann sich in sechs

Wochenendmodulen zum zertifizierten PR-Berater (DAPR) mit Zusatz Non-Profit-PR ausbilden lassen. Die Weiterbildung kostet 522 Euro pro Modul. Sie ist ausgerichtet auf die speziellen Anforderungen außerhalb der Industrie und beinhaltet auch Themen wie Fundraising und Corporate Citizenship. Sie beginnt im Dezember in Bad Honnef. Infos/Anmeldung: Institut burcom, Telefon 0 89/45 24 97-00 oder im Internet unter [www.burcom.de](http://www.burcom.de). Anmeldeschluss ist der 20. Oktober.

### Termine compact (4) (37.KW-06)

01: Noch wenige freie Plätze sind für die **PR+plus-Starttermine im Herbst** zu vergeben: die berufsbegleitende, 18-monatige Ausbildung beginnt jeweils mit einem dreitägigen Einführungsworkshop im September in **Köln** sowie im Oktober in **Heidelberg**. Auch für den Lehrgangsbeginn von PR+plus Austria an der Donau-Universität **Krems** können Interessenten sich noch einschreiben. PR+plus bereitet in Deutschland auf die Beraterprüfung des Berufsverbandes DPRG vor. In Krems/Österreich schließen die Teilnehmer als akademisch geprüfte/r PR-Fachmann/-Fachfrau ab. An die Grundlagenausbildung anschließend, haben PR+plus-Absolventen exklusiv die Möglichkeit, in zwei Upgrade-Semestern den Abschluss zum Communications Master of Science (MSc) zu erwerben. Weitere Informationen finden Interessenten im Internet unter [www.prplus.de](http://www.prplus.de).

02: **Value, Change und Interne Kommunikation** – das sind die Schwerpunkte der neuen Reihe der Executive Trainings des **Qualifizierungsprogrammes communicate! an der Technischen Universität München**. Das erste Executive Training „Creating and Communicating Value“ vom 9. bis 11. November 2006 bei München beschäftigt sich mit dem Wertbeitrag der Kommunikation für den Unternehmenserfolg. In der zweiten Veranstaltung „Leading and Communicating Change“ vom 8. bis 10. März 2007, in der Nähe von Berlin, geht es um das erfolgreiche Management von Veränderungsprozessen. Das dritte Executive Training „Internal Communications and Leadership“ vom 14. bis 16. Juni 2007, das in der Umgebung von Bonn stattfindet, widmet sich den Herausforderungen der internen Kommunikation. Infos: [www.communicate-program.de/et](http://www.communicate-program.de/et).

03: Die dpa-Tochter **news aktuell** veranstaltet am 19. September in Hamburg **den ersten media coffee der Reihe "Web 2.0: Wie verändern sich Medien und PR?"**. Weitere Podiumsdiskussionen zu diesem Thema sind in Frankfurt und Düsseldorf geplant. Niemand kommt heute mehr an der zweiten Generation des Internets vorbei. Wikis, Weblogs, Podcasts, RSS und andere "Web-2.0"-Technologien ermöglichen eine Individualisierung des Internets, wie es sie nie zuvor gegeben hat. Wie reagieren Medien, PR-Agenturen und Pressestellen auf das Trendthema Web 2.0? Welche Strategien und Businessmodelle existieren bereits? Welche Auswirkungen hat der "Journalismus der Massen" auf die Kommunikation? Infos: [www.newsaktuell.de](http://www.newsaktuell.de).

04: Marketing-Basiswissen in zwei Seminartagen: Der **Marketing-Crashkurs der AFK Akademie Führung und Kommunikation** liefert wichtige Marketingtools – von der Analyse bis zum Controlling. Im Training lernen die Teilnehmer die Arbeitstechniken und das Denken der Marketingexperten kennen, so die Akademie. Der Marketing-Crashkurs findet vom 11. bis 12. Oktober in Frankfurt am Main statt. Weitere Seminarinhalte, mehr über den Trainer und den AFK-Seminarkalender gibt es unter [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

## Pfeffer & Salz & Senf

### **Salz: Die 50plus-Generation bekommt ihre Aufgabe: Wer gewinnt den Pitch?**



Kinder kosten Zeit und Geld. Die Eltern haben davon wenig, die Großeltern haben mehr davon. Aber sie haben in aller Regel wenig von ihren Enkelkindern.

Paare werden nicht gerne Eltern, weil Kinder erheblich der Karriere schaden, unmäßig viel Geld kosten und auch freizeittliche Einschränkungen erfordern.

Großeltern der aktuellen Generation haben eher Zeit und Geld. Sie langweilen sich vorm Fernseher und auf Kreuzfahrten, erfinden sich Befindlichkeitsstörungen und würden sich doch lieber herzensgut um die Enkel kümmern, wenn es welche gäbe.

Soweit die These, soweit das Briefing. Die genauen Fakten sind bei den statistischen Ämtern, bei den Wohlfahrtsverbänden und bei den potenziellen Auftraggebern zu recherchieren.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

## Themen der Zeit

### **Themenservices als effizientes PR-Instrument oft unterschätzt**




von Wilhelm Fuchs, Pressesprecher, indigo networks GmbH, Düsseldorf / [sjpgate.de](http://sjpgate.de)

Im Tagesgeschäft der Kommunikationsabteilungen spielen vor allem Pressemitteilungen sowie deren gekonnte Verbreitung eine wesentliche

Rolle. Ist die Meldung im Markt, kann durch Nachbereitung sowie Unterfütterung mittels ergänzender Informationen und Statements der Geschäftsführung der Output weiter erhöht werden. Die Königsdisziplin der PR-Profis bleibt jedoch weiterhin die Initiierung von Vorstandinterviews bei den führenden Medien und die Platzierung von Statements zu aktuellen Entwicklungen der Branche.

Ein oft ungeliebtes Kind und weitgehend unterschätzt, ist der so genannte Themenservice. Dabei bietet dieses Kommunikationsinstrument eine effiziente Plattform, um interessante Hintergrund- und Serviceinformationen zu vermitteln und so auch auf das Konto Meinungsführerschaft einzuzahlen. Ergebnis ist nicht nur eine nachhaltige Berichterstattung über tagesaktuelle Informationen hinaus. Für Journalisten entsteht dank des Themenservices die Möglichkeit, ihre Leser mit Hintergrundfakten zu versorgen, die sonst verborgen bleiben würden.

Den kompletten Artikel bitte  [hier als PDF herunterladen 39.24 Kb.](#)

## PR-Digest

### **Der Ideologe: Das Edison-Prinzip**

Was macht Thomas Edison bis heute zum Vorbild? Jens-Uwe Meyer, Geschäftsführer der Ideologen, hat Antworten in den Biografien gefunden. Thomas Edison hatte vier Seiten: Er war ein genialer Erfinder mit faszinierenden Denktechniken, ein hartnäckiger Entwickler, ein kluger Marketing-Strategen und ein erfolgsorientierter Geschäftsmann in einer Person. Die vier Denkrichtungen: „Um eine gute Idee zu haben, musst Du viele Ideen haben.“; „Unsere größte Schwäche liegt im Aufgeben.“; „Was sich nicht verkauft, möchte ich nicht erfinden.“; „Ich bin es überdrüssig, die ganze Arbeit zu machen und dafür fast nichts zu bekommen.“ Nachzulesen hier: [www.ideeologen.de/IDEEOLOGE.pdf](http://www.ideeologen.de/IDEEOLOGE.pdf).

## PR-Jobs + Karriere

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

### **Gesuche**

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### **Angebote**

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

Die 14 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 (14)**

Titel [OMA in Düsseldorf sucht Senior PR-Consultant – Bereich Online \(w/m\)](#)

Titel [united communications in Berlin sucht \(Junior\) PR-Berater/in IT/CE](#)

Titel [Hill & Knowlton Frankfurt sucht Senior Account Manager \(m/w\)](#)

Titel [KONTEXT in Nürnberg sucht einen PR-Berater/PR-Texter m/w](#)

Titel [the.messengers aus Bad Homburg suchen PR-Junior-Berater/-in](#)

Titel [talkabout sucht begeisterten IT-PR-Berater für Münchner Büro](#)

Titel [Hill & Knowlton Berlin sucht Account Manager \(m/w\)](#)

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](#)

## In Unternehmen (1)

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

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 11. August 2006 - 17:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.098 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; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; 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; Cornelia Kunze, Hamburg; 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 Räsche, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz; Lars A. Rosumek, Leipzig; Andreas Ryll, Mönchengladbach; Roland Schatz, Bonn; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Dietrich Schulze van Loon, Hamburg; Julia Schweineberg, Münster; 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, 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).