

PR-Journal-Newsletter

Nr. 82 / 39. Woche 2006

Seite.1 _____

Shell Jugendstudie: Eine pragmatische Generation unter Druck

Die heutige junge Generation stellt sich mit einem ausgesprochen pragmatischen Zugang den Herausforderungen in unserer Gesellschaft. Dieser bereits vor vier Jahren in der 14. Shell Jugendstudie 2002 herausgestellte Befund hat sich aktuell aufs Neue bestätigt. Leistungsbereitschaft, Engagement und eine Orientierung an den konkreten und nahe liegenden Problemen prägen die Grundhaltung dieser Generation. Damit verbunden ist der Wunsch nach befriedigenden persönlichen Beziehungen. Die Bedeutung von Familie und privatem Freundeskreis, die den Jugendlichen als Rückhalt dienen und Sicherheit vermitteln, hat sogar noch weiter zugenommen.

Der zuletzt festgestellte große persönliche Optimismus hat allerdings einer etwas gemischteren Sichtweise Platz gemacht. Vor dem Hintergrund einer sensiblen Wahrnehmung von gesellschaftlichen Problemen, die bei der großen Mehrheit der Jugendlichen mit spürbaren Ängsten vor allem in Bezug auf die Chancen am Arbeitsmarkt verbunden sind, überwiegt jedoch auch weiterhin eine positive persönliche Zukunftssicht. Von Resignation und Ausstieg in vermeintliche jugendliche Ersatzwelten kann nach wie vor keine Rede sein. Die »pragmatische Generation« ist inzwischen allerdings deutlich stärker unter Druck geraten. Infos zur Shell-Jugendstudie: www.shell-jugendstudie.de.

GPRA kritisiert Ausschreibungsverfahren des Bundespresseamtes

Mit großem Unbehagen beobachtet die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA), Frankfurt am Main, die laufende Diskussion um Ungereimtheiten im Vergabeverfahren des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung. Bei der Ausschreibung um den Rahmenvertrag war bekannt geworden, dass mit "Pergamon", einer Ausgründung der Berliner Werbeagentur Scholz & Friends, eine Agentur den Zuschlag erhalten sollte, die noch keine drei Jahre am Markt ist und auch weitere geforderte Zuschlagskriterien nicht erfüllt (siehe auch in der [Rubrik "Digest" des "PR-Journals"](#)). "Es ist unfassbar, dass mit dem Bundespresseamt ausgerechnet ein Organ der Bundesregierung es mit den Vergaberichtlinien offenkundig nicht so genau nimmt", so der Kommentar von GPRA-Präsident Dieter Schulze van Loon. "Das BPA hat viel Vertrauen eingebüßt."

Besonders brisant: Die jetzt bekannt gewordenen Vorwürfe der Mausehelei fallen zusammen mit der Neuordnung des Vergaberechts. Voraussichtlich Ende September wird der Bundestag die geänderte Vergabeverordnung beschließen, die zunächst einmal die EU-Richtlinie in deutsches Recht übernimmt. Die Vergabereform soll neben Bürokratieabbau auch für mehr Transparenz sorgen. In den Augen von Schulze van Loon ist das dringend notwendig: "Der vorliegende Fall zeigt deutlich, wie viel Schlupflöcher es nach wie vor gibt", so Schulze van Loon. "die Ausschreibungspraxis ist alles andere als transparent und nachvollziehbar." Der Verband prüft nun rechtliche Schritte, da der Fall nicht nur einzelne Agenturen, sondern eine ganze Branche betrifft. Schulze van Loon: "Die Beteiligung an einem solchen Vergabeverfahren ist für die beteiligten Agenturen mit einem großen finanziellen und personellen Aufwand verbunden. Da ist es unerlässlich, dass faire Bedingungen für alle herrschen."

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**



Personalien

Ehrhart wechselt von Schering zu EADS

Christof Ehrhart (40) übernimmt zum 1. Januar 2007 die Leitung der EADS-Konzernkommunikation (Corporate Communications) in München. Er folgt in dieser Position **Christian Poppe** (54), der dem Unternehmen weiterhin beratend zur Verfügung steht. In seiner neuen Position wird Ehrhart für die konzernweite interne und externe Kommunikation verantwortlich sein.

Ehrhart ist seit 2004 Leiter des Fachbereichs Unternehmenskommunikation bei Schering in Berlin. Bis 2003 hatte er die Unternehmenskommunikation von JT International Germany geleitet. Zuvor war er für die Öffentlichkeitsarbeit verschiedener operativer Mediengeschäfte der Bertelsmann-Gruppe verantwortlich. Christian Poppe hat die Konzernkommunikation der EADS seit deren Gründung im Jahr 2000 geleitet. Von 1995 bis 2000 war er in gleicher Funktion für das EADS-Vorgängerunternehmen DaimlerChrysler Aerospace tätig, in das er 1989 als Leiter Presse und Information eingetreten war. Poppe gibt seine heutige Position auf eigenen Wunsch aus gesundheitlichen Gründen auf.

Personalien compact (11) (39.KW-06)

01: **Thomas Kemper** (54), ehemaliger NRW-Regierungssprecher hat einen neuen Job: ab Oktober wird er Leiter der neu geschaffenen Hauptabteilung Unternehmenskommunikation und Energiepolitik der Stadtwerke Düsseldorf (gehören zur EnBW).

02: **Barbara Lutz** (40) wird in der Mainmetropole neue Leiterin Corporate Communication der Commerzbank-Tochter Cominvest. Sie war zuletzt Geschäftsführerin bei Publicis in Frankfurt am Main.

03: **Rupert Krahn** (27) wechselt von der Hamburger Agentur C:MM Media Marketing nach Stolberg im Rheinland und arbeitet im Team Kontakt und Beratung von Wibo - Agentur für Unternehmenskommunikation.

04: **Hagen Peitzker** (30) arbeitet jetzt als Juniorberater und PR-Redakteur in der PR-Agentur Große & Partner in Berlin.

05: **Michael Klatte** (39) ist neuer Pressesprecher bei Softwin in Dortmund (für Deutschland, Österreich und die Schweiz). Er kommt vom Softwarehersteller G Data. Vorgänger **Georg Bauer** arbeitet jetzt für den Markt Großbritannien.

06: **Fee Vogel** (25) arbeitet jetzt als Juniorberaterin im Berliner Büro von fischerAppelt Kommunikation (GPRA) (mit Hauptsitz in Hamburg).

07: **Miriam Meckel** (39), Professorin an der Universität St. Gallen/Schweiz und Unternehmensberaterin sowie Ex-NRW-Regierungssprecherin startet am 4. Oktober mit ihrer neuen Talkshow bei n-tv: "Miriam Meckel - Standpunkte". **Heiner Bremer** (65) startet beim selben Sender bereits seine dritte Talkshow: "Heiner Bremer - Unter den Linden1" am 11. Oktober.

08: **Uwe Vetterick** (37) wechselt von Zürich (Chefredakteur des "Tages-Anzeigers") nach Dresden und übernimmt am 1. Februar 2007 die Chefredaktion der "Sächsischen Zeitung". Vorgänger **Hans Eggert** (61) wird als Korrespondent und Autor weiter für das Blatt arbeiten.

09: **Stefan Jakubik** (39) leitet jetzt in Celle den Bereich Marketing und Kommunikation der Veolia Water Solutions & Technologies für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Jakubik kommt von Vaillant, Remscheid und wird in seiner Abteilung von **Marion Wolf** und **Miriam Santelmann** unterstützt.

10: **Clarissa Haller** (39) übernimmt am 1. Oktober die Leitung der Konzernkommunikation von ABB in Zürich. Sie kommt von Hoffmann-La Roche und

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen
 > Zielgruppenanalysen
 > Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

folgt auf **Björn Edlund**, der als Kommunikationschef zu Royal Dutch Shell nach Den Haag/Niederlande gewechselt war.

11: **Peter Meyer** (38) wird als Nachfolger von **Rolf-Dieter Ganz** (65) Leiter der Pressestelle des Saarländischen Rundfunks in Saarbrücken. Meyer verantwortet nun als Kommunikationschef die Bereiche Marketing und PR des ARD-Senders.

Etats

Etats compact (15) (39.KW-06)

01: Arvato Infoscore, Baden-Baden
 an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

02: Sto-Stiftung Deutsches Stiftungszentrum, Essen
 an: **PR-Agentur Große & Partner**, Berlin

03: Aqua Cultura (Badeeinrichter-Gütesiegel), Köln
 an: **Public Affairs PR Agentur**, Köln

04: BorgWarner (Automobilzulieferer), Auburn Hills (Michigan)/USA
 an: **Text-Com Publishing and Automotive-PR**, Taunusstein

05: Herbstpromotion Produktbereich "Fleisch" der CMA, Bonn
 an: **trio-westag-bsb**, Köln

06: The Games Company TGC, Berlin
 an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst/Büro Hamburg

07: Centraline von Honeywell, Stuttgart
 an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

08: Fraunhofer-Institut für Fertigungstechnik und angewandte Materialforschung IFAM, Bremen

an: **impressum Publikationen und PR**, Hamburg

09: Gerhard König Ladeneinrichtung, Mengen
 an: **jd&p joern duchstein & partner kommunikationsagentur**, Mainz

10: deutsche internet versicherung, Dortmund
 an: **prdienst.de** (Kommunikationsagentur Schrader), Hannover

11: Franzen + Partner, Stuhr
 an: **denkBar - PR & Marketing**, Bremen

12: Bilgerverlag, Zürich
 an: **Agentur Wehnekamp**, Berlin

13: Logo-Werbetechnik, Alsdorf
 an: **tintomtext**, Aachen

14: arena Deutschland, München
 an: **Krauts PR**, München

15: Koelnmesse (photokina), Köln
 an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller Pressepartner)

Branche

Pressesprecherverband nun mit mehr als 2.700 Mitgliedern

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) hat am 20. September die Marke von 2.700 Mitgliedern überschritten. Damit setzt sich das stetige Wachstum seit der Gründung im Oktober 2003 weiter fort. Dem BdP gehören somit 35 Prozent mehr Mitglieder an als zur gleichen Zeit im Vorjahr. Er ist die mitgliederstärkste Berufsvereinigung der PR-Branche. "Der Verband trägt den wachsenden Anforderungen der Kommunikationsexperten Rechnung. Er bietet Plattformen für den Meinungs-, Erfahrungs- und Wissensaustausch und fördert die Professionalisierung der Branche", erklärt BdP-Präsident Lars Großkurth die positive Entwicklung.

Der starke Mitgliederzuwachs hat den BdP

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

veranlasst, eine zweite Auflage des erst 2005 erschienenen Mitglieder-Handbuchs folgen zu lassen. Die Publikation erscheint zum 3. Kommunikationskongress, der am 28. und 29. September in Berlin stattfindet, und ist für Mitglieder kostenlos. Interessierte können das Buch für 22,80 Euro auf der Website des BdP bestellen.

Atkon erweitert Leistungsspektrum

Mit der Gründung der Atkon Marketing & Public Relations GmbH erweitert die auf interaktive Bewegtbildkommunikation spezialisierte Atkon AG ihr Leistungsspektrum um die Kompetenzfelder Marketingkommunikation und Public Relations. "Kommunikation wird für Unternehmen um so effizienter, je mehr sie Inhalte und Leistungen bündeln können", meint Thomas Geiger, Vorstand der Atkon AG. Damit bietet die Atkon Gruppe klassischen Full Service - von der Idee bis zur Umsetzung aus einer Hand.

Hauptsitz der neuen Atkon Tochter ist Essen, feste und freie Mitarbeiter an den Standorten Wiesbaden und Berlin betreuen Kunden aus der jeweiligen Region. "Wir sehen uns - ausgehend von der Spezialisierung unserer Mutter - als Trendsetter für crossmediale Mehrwertkommunikation", beschreibt Geschäftsführer Markus Cramer das Selbstverständnis des Unternehmens. "Crossmedial bedeutet für uns, dass wir Inhalte so aufbereiten, dass sie für jedes Medium funktionieren. Und Mehrwert heißt: Wir entwickeln effiziente Kommunikationslösungen, die innovative, direkte und neue Zugänge zu den relevanten Zielgruppen schaffen."

Werberat rügt 114 Werbekampagnen

klarmobil kassierte eine öffentliche Rüge des Deutschen Werberates in Berlin. Der Funknetzanbieter aus Rendsburg ist verantwortlich für eine recht geschmacklose Zeitungsanzeige. Bild und Text verstießen gegen „die von der Werbewirtschaft aufgestellten Grundsätze, nach denen Menschen unter

anderem nicht als käuflich herabgewürdigt werden dürfen“. klarmobil sah's als „satirisch-ironische Überzeichnung“. Diese Interpretation hatte allerdings keine Chance vor dem ZAW-Gremium.

Wie der Werberat weiter mitteilte, wurden in der ersten Hälfte dieses Jahres 114 kommerzielle Werbekampagnen gerügt (Vorjahreszeitraum: 139), Spitzenreiter dabei war die Telekommunikationsbranche. 33 Unternehmen hätten ihre von Protesten begleitete Werbung zurückgezogen (Vorjahr: 28), in 81 Fällen gab's vom Werberat gar eine Absolution der von anderen kritisierten Kampagnen.

Branche compact (5) (39.KW-06)

01: Startschuss für die Bewerbungsfrist zu den **PR Report Awards 2007**: 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.

02: Die IT-PR-Agentur **Axicom** in Puchheim bei München hat ein eigenes **Büro in Spanien** (Madrid) eröffnet. Die Agentur erweitert ihr Netzwerk damit auf sieben Länder. Manager des neuen Büros ist Eduardo Fuentes, der vorher bei der Technologie-Agentur 01 Consulting in Madrid tätig war. Damit ist Axicom die einzige unabhängige Europäische IT-PR-Agentur mit eigenen Büros in allen wichtigen Ländern West-Europas.

03: **Über die Hälfte der Journalisten sind nach wie vor mit den online angebotenen Informationen von Unternehmen unzufrieden.** Das ergibt eine aktuelle Umfrage der Münchner PR-Agentur Maisberger Whiteoaks zum Rechercheverhalten von Redakteuren. Bereits im vergangenen Jahr hatten 54 Prozent der Fachjournalisten die Websites von Unternehmen kritisiert. Das Internet gehört seit Jahren zu den wichtigsten Informationsquellen von Journalisten. 95 Prozent der von Maisberger Whiteoaks Befragten betrachten es als Hauptinstrument ihrer Recherche, noch vor dem persönlichen Kontakt (90

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

Prozent). Wie schon im Vorjahr lässt die Qualität der online angebotenen Informationen von Unternehmen nach Meinung der Pressevertreter allerdings stark zu wünschen übrig. Infos: www.maisberger.com.

04: **Nikolaus Zumbusch** (ehemaliger Text 100-Geschäftsführer) geht eigene Wege und bietet Kunden aus Agentur, Industrie sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen Beratung für Management und Controlling von Kommunikation an. Gegründet hat der Marketing- und Kommunikationsexperte dafür die **Brand Ranger Consulting GmbH** mit Sitz in Stuttgart. Die webbasierte Communication Audit Software ist bereits bei Kunden im Einsatz und wird kontinuierlich weiterentwickelt und gepflegt. Als bislang einziger Anbieter bildet Nikolaus Zumbusch das Communication Value System™ (CVS) der Gesellschaft führender Public Relations Agenturen e.V. (GPRA) in seiner Software ab. Infos: www.brand-ranger.de/consulting.

05: Ab 10. Oktober wird aus **JP:PR PR-Beratung** - mit neuem Erscheinungsbild und Claim - **JP | KOM** (mit Büros in Düsseldorf und Frankfurt am Main). Mit der Umbenennung wird dem erweiterten Leistungsportfolio entsprochen, das längst über den Bereich Public Relations (PR) hinausreicht. Zukünftig will man sich im Bereich Kommunikationsberatung aufstellen.

Medien

DWDL.de startet einzigartiges Quoten-Tool

Am 18. September hat das Medienmagazin DWDL.de in Zusammenarbeit mit GfK/MediaControl ein neues Informationsangebot gestartet. Ab sofort veröffentlicht DWDL.de jeden Morgen die aktuellen Einschaltquoten der acht größten deutschen TV-Sender (Das Erste, ZDF, RTL, Sat.1, ProSieben, VOX, RTL II und kabel eins). Die Quoten können auf der Website www.dwdl.de wahlweise zeitlich oder nach Reichweite sortiert werden - natürlich in den

beiden wichtigen Fernseh-Zielgruppen Ab 3 sowie 14-49 Jahren. Verfügbar sind die Daten morgens gegen 9 Uhr sofort nach Freigabe durch GfK/MediaControl. So ausführlich und schnell wurde noch nie über die aktuellen TV-Quoten informiert. (Quelle: ots)

Medien compact (4) (39.KW-06)

01: **In der Düsseldorfer Verlagsgruppe Handelsblatt stehen tiefgreifende Umstrukturierungen ins Haus.** Die Fachverlage werden in eine eigene GmbH überführt, die IT- und die Kommunikations-Abteilungen sollen ausgegliedert werden. Kommunikationschef Christian Ickstadt kennt das Modell - als externer Berater hatte er nach seiner Horizont-Chefredakteurszeit bereits Deutschlands größte Werbegruppe BBDO beraten - in Düsseldorf.

02: Der von Medizin & PR, Köln betreute **"Medienpreis Zahnprophylaxe"** des Pharmaunternehmens Gaba wird um die Kategorie Public Relations erweitert.

03: **Yahoo! Search Marketing** (ehemals Overture Services), Anbieter kommerzieller Suchdienstleistungen und verantwortlich für die Distribution von Yahoo!-Suchprodukten, hat mit der **Verlagsgruppe Handelsblatt** eine umfassende **Partnerschaft** im Bereich der Suche geschlossen. Im Rahmen dieser langfristigen strategischen Kooperation stellt Yahoo! Search Marketing ab sofort für die Internetportale www.handelsblatt.com, www.wiwo.de und www.zeit.de kommerzielle Suchergebnisse sowie eine Websuche zur Verfügung.

04: **AOL will nach dem Verkauf des Zugangsgeschäfts seine Reichweite deutlich ausbauen.** Dabei setzt das Unternehmen vor allem auf von Nutzern generierte Inhalte. "Wir haben die Absicht, im kommenden Jahr die drittgrößte Reichweite im deutschen Internetmarkt zu erreichen", sagte AOL-Deutschlandchef Charles Fränkl gegenüber der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" (FAZ). Derzeit liegt AOL nach den Zahlen der Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung (Agof) mit 6,74 Millionen Nutzern auf Rang 8. AOL hatte sein Zugangsgeschäft (1,1 Millionen DSL- und 1,3 Millionen ISDN-Kunden) an die Telecom Italia für

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

675 Millionen Euro verkauft. Übernehmer ist deren deutsche Tochter Hansenet (Produkt "Alice").

Service + Tipps

Kundenmonitor: Bahn und Stromversorger enttäuschen Kunden immer mehr

Der Kundenmonitor Deutschland misst seit 1992 jährlich die Kundenzufriedenheit bei privaten Verbrauchern in Deutschland. In diesem Jahr standen 21 Dienstleistungsbranchen auf dem Prüfstand der Zufriedenheitsforscher. 21.140 Kunden wurden hierzu vom 29. März bis 10. August 2006 repräsentativ für die deutsche Bevölkerung telefonisch befragt. Seit dem bisherigen Tiefpunkt der Kundenzufriedenheit in Deutschland Mitte der neunziger Jahre **hat sich das Serviceniveau aus Sicht der Verbraucher in vielen Bereichen des täglichen Lebens nachhaltig verbessert**. So sind heute beispielsweise 59 Prozent der Kunden eines Drogeriemarktes vollkommen oder sehr zufrieden. Dies ist eine Steigerung um 16 Prozentpunkte gegenüber 1996. Die Pkw-Werkstätten (Top: Toyota) und die Reiseveranstalter konnten den Anteil an überzeugten Kunden im selben Zeitraum von 61 auf 70 Prozent steigern, die Lebensmittelmärkte von 46 auf 53 Prozent sowie Banken und Sparkassen von 52 auf 58 Prozent. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Wertsteigerung und Optimierung der PR-Arbeit in der Praxis

Auf dem **Kommunikationskongress** am 28. September in Berlin wird **maassen+partner**, Neuss einen **Praxisworkshop** anbieten zum Thema "Wertsteigerung und Optimierung der PR-Arbeit in der Praxis". Aufgezeigt wird, wie Cognis durch den Einsatz eines intelligenten PR Management-Systems den Wert ihrer Öffentlichkeitsarbeit langfristig steigert, ihre

Abläufe optimiert und die Erfolge sichtbar macht.

Die Referenten beschreiben und erklären zunächst die Komponenten, die ein PR-System enthalten muss, damit es die Arbeitsabläufe und Informationen in der Öffentlichkeitsarbeit umfassend unterstützen und abbilden kann. Anhand konkreter Beispiele wird aufgezeigt, worin die Wertsteigerung und Optimierung für die PR-Arbeit liegt. Die Komponenten des PR-Systems werden somit zu Werttreibern für die Unternehmenskommunikation. Das PR-System optimiert nicht nur die Abläufe, sondern auch die Zusammenarbeit zwischen den Kollegen in der Unternehmenskommunikation und externen Dienstleistern. Außerdem sorgt es für Transparenz in Bezug auf die Aktivitäten und die angestrebten Ergebnisse. Ein ausgefeiltes Clipping Management erlaubt die Bewertung und Feinjustierung der PR-Arbeit und führt zu noch mehr Professionalität. Infos: www.convento.de.

Service compact (2) (38.KW-06)

01: Nach einem fulminanten ersten Halbjahr steht fest: Die **OVK-Umsatzprognose 2006 für den deutschen Online-Werbemarkt muss deutlich nach oben korrigiert** werden. Die gesamten Online-Werbeumsätze belaufen sich demnach nicht auf die noch im Februar prognostizierten 1,3 Milliarden Euro, sondern auf 1,65 Milliarden Euro. Mit einem Anteil von 7,6 Prozent an den gesamten Werbeumsätzen ist Online nun das viertgrößte Werbemedium. Die Löwenanteile entfallen auf die Bereiche klassische Online-Werbung (785 Millionen Euro) und Suchwortvermarktung (710 Millionen Euro). Die aktuellen Zahlen hat der Online-Vermarkterkreis (OVK) im BVDW am 21. September auf dem Branchengipfel OMD 2006 in Düsseldorf vorgestellt.

02: **Stefanie Berg**, Inhaberin von **Conosco** Agentur für PR und Kommunikation in Düsseldorf, die sich im Rahmen der Bildungsoffensive 2006 damit beschäftigt, wie Kindern und Jugendliche „clever lernen“, beschloss zu handeln und **entwickelte die „Streber-Kampagne“**: Durch gezieltes „Outing“ sollen sich Erwachsene, die etwas erreicht haben, als „Streber“ bekennen. Denn Jürgen Klinsmanns Masterplan und Christoph Metzelders (Abitur mit 1,8) Fußballkünste begeisterten zwar die Nation. Doch dass diese

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

Leistungen auf harter Arbeit, Ehrgeiz und

Zielstrebigkeit basieren, wird kaum wahrgenommen. In dem Blog www.ich-war-ein-streber.de sammelt Stefanie Berg solche Beispiele und wirbt für „clever lernen“. Nach dem „Outen“ der Erwachsenen soll unter dem Titel „Ich werde ein Streber“ ein Blog für Jugendliche folgen. „LBS hat es geschafft, den Begriff Spießler positiv zu drehen. Das wollen wir mit „Streber“ auch erreichen“, begründet die Düsseldorferin ihre Initiative. Unterstützt wird sie dabei von der Bildungsoffensive 2006 (www.bildungsoffensive2006.de), die mit der Herausgabe von EduBooks den Zugang zu Computerwissen in den Schulen fördern will.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

depak-Abendstudium PR/Öffentlichkeitsarbeit. Nächster Start am 17. Oktober

Mit dem depak-Abendstudium „PR/Öffentlichkeitsarbeit“ kann man sich optimal für einen Beruf in der PR-Branche qualifizieren - egal, ob als Berufseinsteiger oder bereits mit einige Erfahrungen in diesem Bereich. Innerhalb eines Jahres wird bei regelmäßigen Kursen optimal auf die Ansprüche in der PR-Branche und die Abschlussprüfung zum PR-Berater (DAPR) vorbereitet.

Studieren auf Probe – **Einladung zum Schnuppertag**. Was macht gute PR aus? Welches Handwerkszeug kann ich erwerben, und wie wird es vermittelt? Beim Schnupper-Studium **am 4. Oktober** erlebt man an einem Abend beispielhaft, was bei der Deutschen Presseakademie geboten wird. **Studienleiter Christian Arns** gibt eine Einführung in die Pressearbeit. Dabei geht es insbesondere um Zielgenauigkeit und eine Ansprache, die eine tragfähige Zusammenarbeit mit Journalisten ermöglicht. Der Projektarbeit, einem Kernstück

der PR, wird sich sein **Kollege Peter Nietzold** widmen. Warum steht das Brainstorming nicht am Anfang? Wie erkenne ich meine Zielgruppen? Wie prüfe ich meinen Erfolg? Drei von vielen Fragen, die Nietzold in der zweiten Hälfte des Abends beantwortet. Infos: www.depak.de.

Termine compact (10) (39.KW-06)

01: Vom 5. bis 7. Oktober findet an der **Universität Zürich** die Tagung '**Personalisierung der Organisationskommunikation**' statt. Die Tagung wird vom 'fög - Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft' der Universität Zürich zusammen mit der DGPuK-Fachgruppe PR/Organisationskommunikation ausgerichtet. Sowohl in der Kommunikation ‚über‘ wie in der Kommunikation ‚von‘ Organisationen ist die Personalisierung im Trend. In der Aussenkommunikation geben die Medien den Organisationen ein Gesicht. Was als erfolgreich, kompetent und integer zu gelten hat, wird am Menschen vorgeführt. Personalisierung ist jedoch nicht allein ein Nachrichtenfaktor aus Sicht der Medien. Ein detailliertes Programm findet sich unter: www.foeg.unizh.ch/dgpuk/.

02: Das Internationale Journalismus Zentrum (**IJZ**) der Donau-Universität **Krems/Österreich** bietet gemeinsam mit mc media consult von 27. bis 28. Oktober das **Fachseminar *Medientraining für Frauen mit Verantwortung*** an. ExpertInnen und Medienprofis vermitteln, wie Frauen ihre Kompetenz im Umgang mit Medien verstärken können. Infos: www.donauuni.ac.at/ijz/mtfrauen.

03: Am 16. November veranstaltet **cmi Kommunikation und Medien in Berlin** ein ganztägiges **Kommunikationstraining** zum Thema "**Die Sinne schärfen**". Die Kommunikation mit den Mitmenschen hängt stark von unserer Wahrnehmung ab. Die Fähigkeit, sich selber und andere besser wahrzunehmen, lässt sich üben. Infos: www.cmi-berlin.de.

04: Im Oktober bietet **Montua & Partner**, Hamburg, erneut **spezielle Schulungen zum Thema interne Kommunikation**: Am Dienstag, den 10. Oktober zum Thema „Gestaltung von Unternehmenspublikationen“. Schauen, wie `s noch besser geht, heißt es am 12. Oktober in der Schulung „Zeitschriften-Relaunches in der internen

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

Kommunikation". Infos: www.montua-partner.de/schulungen.

05: **directnews-Seminare** in Düsseldorf: am 18. Oktober mit Elke Neujahr zum Thema **"Herzstück PR-Strategie** - Wie man einzigartige Konzepte entwickelt" und am 19. Oktober das Thema **"Schreiben von Pressemitteilungen II"** mit Melanie Ruprecht. Infos: www.directnews.de.

06: **Die Arbeitsgemeinschaft der Hochschulpressestellen in Deutschland veranstaltete ihre diesjährige Bundestagung in Lübeck.** Vom 20. bis 22. September kamen 200 Hochschulpressesprecher und -sprecherinnen aus dem gesamten Bundesgebiet, Österreich, der Schweiz und Frankreich in der Hansestadt zusammen. Ihr **Thema: "Hochschulen im Umbruch - Reformprozesse intern und extern kommunizieren"**. "Mit dem Wettbewerbsdruck wächst auch die Bedeutung der Hochschulkommunikation: Von ihrer Qualität wird in Zukunft noch mehr der Erfolg der einzelnen Hochschule abhängen. Was nützt der beste Studiengang, wenn keiner erfährt, dass es ihn gibt?", sagt AG-Vorsitzender Archut, Pressesprecher der Universität Bonn, anlässlich der Lübecker Tagung. Viele Hochschulen hätten die Schlüsselrolle der Kommunikation in Zeiten zahlreicher Reformen bereits erkannt und stärkten ihre Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

07: Jeder Schritt auf der Karriereleiter ist ein Anlass zur Freude. Eine Beförderung zur Führungskraft bringt viele neue Herausforderungen mit sich. Um diese Situation zu meistern, liefert der zweitägige **media workshop "Führungskompetenz** - So meistern Sie Ihre neue Rolle" von news aktuell am 23. und 24. Oktober in Hamburg fachliches und psychologisches Wissen. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop.htm?id=670.

08: Der Druck auf die Unternehmenskommunikation wächst - sie muss begründen, welchen Beitrag die Kommunikation zur Wertschöpfung eines Unternehmens leistet. Aktuelle Konzepte aus Praxis und Wissenschaft sowie Methoden aus anderen Disziplinen, z.B. Marketing und Finanzmarktcommunication,

können Ihnen oder Ihren Mitarbeitern neue Tools und Anregungen liefern, um diese Herausforderung kompetent zu meistern. Die ideale Unterstützung dafür bietet das **Executive Training von jcommunicate! "Creating and Communicating Value"** vom 9. bis zum 11. November im Hotel "SchreiberHof" in Aschheim bei München. Infos: www.communicate-program.de/index.php?id=603.

09: **Wiegand & Wiegand**, Hamburg hat unter dem Motto „**Initiative Mittelstand - damit ihr Funke überspringt!**“ ein bundesweit gültiges Weiterbildungsprojekt mit Praxistrainings für mittlere Unternehmen gestartet. Das Angebot von Wiegand & Wiegand richtet sich an Führungskräfte, die sich intern und öffentlich besser präsentieren möchten. Dabei geht es um Know-how zu Themen wie: professionelle Pressearbeit über glaubhafte Präsentation vor Publikum bis hin zu überzeugender Selbstdarstellung in Krisenzeiten. Infos: www.wiegandmedia.de.

10: Bereits heute notieren (+ anmelden): der nächste **Politikongress** und die Verleihung der diesjährigen **Politikawards** finden am 21. und 22. November in Berlin statt. Programm und weitere Infos unter www.berliner-politiktage.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... arbeitsmarkt-schädliche Politiker-Entscheidungen



Guten Tag! Bald wird es nichts mehr geben, was für unser Leben nicht geregelt ist. Politiker, die gerne Schlagzeilen machen und ins Fernsehen wollen, sind nicht zu bremsen, wenn sie die Chance sehen, sich als Wohltäter zu profilieren. Leider richten sie meist Schaden an, wie die Arbeitsmarktpolitik zeigt.

Bis 2005 wurden 150 Milliarden Euro innerhalb von sieben Jahren für Arbeitsbeschaffungs- und Weiterbildungsmaßnahmen vergeudet. „Die arbeitspolitischen Maßnahmen führten im Durchschnitt zu keinen signifikanten oder sogar negativen Beschäftigungseffekten“, stellte 2005 das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung DIW fest. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

Der PRR-Kommentar: Der Trick mit dem P

PRREPORT Pergamon verfügte über die zweitgrößte Bibliothek der Antike. Als die Ptolemäer den Export des Papyrus einstellten, erfanden die Bewohner der Stadt ihr Pergament. Aus Kälberhaut. So berichtet es Plinius. Scholz&Friends (S&F) arbeitet seit Jahren für die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Der Vertrag mit der INSM enthält eine Klausel, die S&F eine Zusammenarbeit mit dem Bundespresseamt (BPA) untersagt. Nun war aber der Etat des BPA ausgeschrieben. Da erfand S&F Pergamon, die PR-Agentur. S&F-Vorstandschef Sebastian Turner persönlich soll Pergamon im BPA präsentiert haben. Und siehe da, das Zwei-Millionen-Budget ging an Pergamon. Dumm nur, dass die Agentur nicht die in der Ausschreibung verlangte Kundenliste der vergangenen drei Jahre vorweisen kann. So berichtete es die „Süddeutsche Zeitung“.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Si tacuisses, philosophus mansisses!

Da sagt ein Politiker die Wahrheit, und schon randalieren tausende überraschte Ungarn. Ihr Ministerpräsident Ferenc Gyurcsány gibt zu, dass er vor der April-Wahl gelogen hat, um die Wahl zu gewinnen. „April, April“ also. Die Aufregung in Buda und Pest ist nun größer als hierzulande nach Kohls „blühenden Landschaften“, Blüms „sicherer Rente“, Schmidts sinkenden Beiträgen, Münteferings Wahlsprüchen von der Mehrwertsteuer als „Merkel-Steuer“ und anderen Verdummungsversuchen dieser Unart. „Lüge und Politik gehören zusammen“, schreibt der Journalist Werner Kolhoff.

Nun ist nicht jede Warnung vor dem politischen Gegner eine Lüge, ebenso nicht jede herausposaunte Hoffnung und nicht jedes werbende Versprechen, nicht jeder bedachte oder unbedachte Versprecher. Aber der Politik einmal von dem Kommunikationspotential des Schweigens zu berichten, wäre eine dankbare Aufgabe für Kommunikationsberater. Aber zu

Philosophen werden Politiker ja wohl erst, wenn sie nicht mehr zur Wahl stehen.

[Mathias Scheben](#), Andernach

si tacuisses, philosophus mansisses, "wenn du geschwiegen hättest, so wärest du ein Philosoph geblieben"; d.h. so hättest du dir keine Blöße gegeben; .

Themen der Zeit

Web 2.0 = Kommunikation 2.0?

von Stephan Fink, Vorstand [Fink & Fuchs Public Relations](#), Wiesbaden

Es war Oktober 2004, als Internet-Pionier Tim O'Reilly eine Konferenz zum Thema „Netztrends“ in San Francisco „Web 2.0“ taufte. Seitdem ist viel passiert. So oft dieser Begriff gebraucht wird, so viele Definitionen und Vorstellungen verbinden sich mit ihm. Kürzlich war auf den Seiten des [PR-Blogs von Klaus Eck](#) anlässlich des ersten Word-of-Mouth Marketing Tags sogar schon von „Kommunikation 2.0“ die Rede. Die Möglichkeiten des Viral Marketings standen dabei im Mittelpunkt. Doch wofür steht Web 2.0 nun wirklich, worin besteht der Unterschied zur „Vorgängerversion“ und welche Implikationen ergeben sich für die Kommunikation? Kann man in diesem Zusammenhang bereits von der „Kommunikation 2.0“ sprechen?

Web 2.0 – Alter Wein in neuen Schläuchen?

Kürzlich verfolgte ich eine Diskussion der brand community auf openBC (www.openbc.com), in der es um die Bedeutung des Web 2.0 ging. Ein Teilnehmer unterstrich vehement die Bedeutungslosigkeit des Begriffs „Web 2.0“ und proklamierte, dass es sich bei diesem Phänomen lediglich um ein paar neue Ideen einiger Entwickler handele. Letztlich wäre es doch nur alter Wein in neuen Schläuchen. Die Antwort eines

anderen Diskutanten darauf war, dass er es doch amüsant fände, von der Bedeutungslosigkeit des Web 2.0 auf einer Online-Plattform zu sprechen, die exemplarisch für genau dieses Phänomen stehe.

Den kompletten Beitrag von Stephan Fink auf der Homepage als PDF herunterladen.

PR-Nussknacker: Sie kennen eine gute PR-Kampagne oder haben von einer guten PR-Idee erfahren? Dann melden Sie diese unter www.pr-nussknacker.de als Vorschlag für den Monats-Nussknacker des **neuen PR-Awards**. Wir wollen damit einen PR-Publikumspreis kreieren - die pr-interessierte Öffentlichkeit schlägt vor und stimmt ab. **Machen Sie mit!**

Internes - aus der Redaktion

PR-Nussknacker - ein neuer positiver Anfang

Auf ein Neues, rufen wir Ihnen zu! In diesem Frühjahr wollten wir einen neuen PR-Award-Wettbewerb starten (den "PR-Nussknacker") und forderten die Branche auf, uns Themen, Personen und Organisationen/Unternehmen zu nennen, die ein PR-Problem haben - also eine PR-Nuss zu knacken hätten. Die Resonanz war, gelinde gesagt, bescheiden: nur fünf Vorschläge gingen ein. Vielleicht lag es daran, dass man nicht gerne negativ behaftete Themen benennen möchte.

Also haben wir "den Spieß umgedreht" - und **fragen nun nach guten PR-Ideen**, positiv wirkenden PR-Kampagnen. Also schlicht nach Personen, Unternehmen, Verbänden, Behörden und sonstigen Ereignissen, von denen **Sie meinen: die hätten einen PR-Preis für gute Leistungen verdient**. Es sind weder große Begründungen, Konzeptionen oder Bewerbungsgebühren gefordert. Jeder Mann und jeder Frau können einreichen, ob als Auftraggeber oder Auftragnehmer daran beteiligt oder nicht. Alle informierten Kommunikationsmenschen sind aufgerufen, mitzumachen!

Klicken Sie also auf www.pr-nussknacker.de und melden Sie uns Ihre Vorschläge. Alle weiteren Informationen zum neuen PR-Award stehen dort. Wir hoffen diesmal auf rege Beteiligung! Sie können uns auch gerne weitere "Verbesserungsvorschläge" mitteilen.

Mathias Scheben + Gerhard A. Pfeffer

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (10)

Titel [Ketchum sucht Senior PR-Berater/-in für Corporate Communications](#)

Titel [PR-Assistant \(w/m\) Marketing Communications bei Molthan van Loon in Hamburg](#)

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](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 25. August 2006 - 17:30 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.115 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); 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; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Richard Kastl, Freiburg/Br.; 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); 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.prjournal.de; www.prjournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.