

PR-Journal-Newsletter

Nr. 86 / 43. Woche 2006

Seite.1

Jetzt noch abstimmen: PR-Nussknacker Oktober 2006

Jetzt können Sie erstmals abstimmen - **bis zum 26. Oktober**. Über die drei ausgewählten Kandidaten auf der Startseite www.pr-nussknacker.de. Wir hätten uns zwar mehr als zwölf Vorschläge gewünscht - aber der Anfang ist gemacht. Die Redaktion hat die drei Kandidaten ausgewählt, über die nun die Besucher des "PR-Journals" abstimmen können. Auf der Startseite können auch die Zwischenstände der Abstimmung eingesehen werden.

Die drei Kandidaten: Zwei plus Zwei GmbH / ELTERN TAXI, Köln; dropping knowledge e.V., Berlin sowie Christian Frommert/T-Mobile-Team, Bonn. [Weitere Informationen über die Vorschläge finden Sie hier.](#)

Und es geht gleich weiter: Für den **nächsten "PR-Nussknacker"** für den November 2006 können bereits jetzt neue Vorschläge [hier eingegeben werden](#).

GWA Effie: die 17 effektivsten Kommunikationskampagnen ausgezeichnet

17 GWA Effies in Gold, Silber und Bronze wurden in Hamburg vergeben. In die letzte Runde hatten es 44 Finalisten aus 139 Einsendungen geschafft. Von den 17 Effies entfielen vier auf den eigenständigen GWA Social Effie.

Den GWA Effie Gold gab es 2006 für:

- Dresdner Bank, Agentur: Ogilvy & Mather Frankfurt, Kampagne: "Das ist nicht normal für eine Bank".
- Unilever Deutschland für Bertolli, Agentur: Bartle Bogle Hegarty, Kampagne: "Italian Gusto for Life".
- Volkswagen, Agentur: DDB Berlin, Kampagne: "Für Jungs, die damals schon Männer waren".
- GWA Social Effie Gold für: Partner für Innovation für "Du bist Deutschland", Agenturen: kempertrautmann, Jung von Matt, fischerAppelt (GPRA) und MindShare.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Joachim Klewes kehrt zurück zu Pleon Deutschland

Die führende europäische Kommunikationsberatung Pleon baut ihre strategische Beratungskompetenz weiter aus. Joachim Klewes (52) steigt am 1. Januar 2007 als Senior-Partner bei der Agentur ein. Klewes hatte die Agentur Kohtes&Klewes Mitte der 80er Jahre gemeinsam mit Paul J. Kohtes gegründet und war zwischenzeitlich eigene Wege gegangen (Gründung der komm.passion-Agenturgruppe).

Neben dem Kerngeschäft Public Relations ist Pleon seit mehreren Jahren mit der Kommunikationsberatung auf Vorstandsebene erfolgreich. Der Bereich wächst schnell und zu den am stärksten nachgefragten Themen gehören Crisis and Issues Management, Public Affairs, Financial und Change Communications. "Mit Joachim Klewes gewinnen wir einen der profiliertesten Köpfe der deutschen Kommunikationsszene", freut sich Frank Behrendt (43), CEO von Pleon Deutschland (GPRA), über die Rückkehr. "Unsere Senior-Partner haben keine operativen Managementaufgaben. Deshalb sind sie frei, die Beraterteams mit added brain entsprechend ihren jeweiligen Spezialisierungen zu unterstützen, so dass unsere Kunden für ihre Aufgabenstellungen einen echten Mehrwert durch die besten Kommunikations-Strategen im Markt bekommen", ergänzt Behrendt.



PR Group Austria: Zuverlässigkeit als höchstes Gut

Die PR Group Austria hat in einer Umfrage erhoben, welche Qualitätskriterien Auftraggeber bei der Vergabe von PR-Etats anlagen: Mit 90 Prozent rangiert die Zuverlässigkeit an vorderster Stelle, gefolgt von der Vertrauenswürdigkeit der Agentur (82 %), der Branchenkenntnis (77 %) und der Ehrlichkeit (73 %). Die Kreativität scheint mit 59 Prozent eine geringere Rolle zu spielen.

Das von der PR Group Austria vor zwei Jahren eingeführte CMS-Zertifikat ("Consultancy Management Standard II"), das als Entscheidungshilfe dienen könnte, sei aber noch nicht das wichtigste Entscheidungskriterium bei der Agenturwahl, wie die PR Group Austria bedauert: "Nach einem CMS-Zertifikat fragen bisher noch kaum Unternehmen.

Hier besteht ein Nachholbedarf an Bewusstsein", meint Brigitte Mühlbauer, Geschäftsführerin der PR Group Austria. 14 Agenturen seien bereits mit dem CMS-Zertifikat zertifiziert, darunter die Hälfte der Top-10-Agenturen. Auch die Mitarbeiter würden die Zertifizierung schätzen - wegen der klaren internen Abläufe (90 %) und der damit verbundenen Transparenz (60 %). Der Zertifizierungsstandard stammt aus Großbritannien. Weltweit sind mehr als 200 Agenturen in 15 Ländern zertifiziert.

Personalien

von der Laden von der Bahn zu Porsche

Heiner von der Laden (45) wechselt am 1. November von der Deutschen Bahn in Berlin nach Stuttgart-Zuffenhausen zu Porsche. Er wird in der Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit und Presse unter PR-Direktor Anton Hunger die neu geschaffene Position des Chefs vom Dienst

übernehmen sowie als Unternehmenssprecher fungieren.

Personalien compact (13) (43.KW-06)

01: Überraschende Personalie beim Bistum Köln: **Manfred Becker-Huberti** (61) leitet nicht mehr das Presseamt des rheinischen Bistums. Er war seit 1990 der Pressesprecher von Erzbischof Joachim Kardinal Meisner. Sein Nachfolger wird der neue Chefredakteur der Kirchenzeitung **Stephan Georg Schmidt**, derzeit noch Redakteur der "Wirtschaftswoche".

02: **Katarina Geiger** (30) unterstützt als neue Beraterin das Münchener Team von HWP Hiller, Wüst & Partner (HWP), die ihren Hauptsitz in Aschaffenburg hat. Sie kommt von Maisberger Whiteoaks.

03: **Beat Werder** wird am 1. Dezember neuer Leiter Public Relations des Rückversicherungsunternehmens Converium in Zürich und folgt damit auf **Esther Gerster**, die zur Credit Suisse wechselte. Werder war zuvor bei Swiss Re als Konzernpressesprecher.

04: **Michael Nowak** (53) noch Pressechef beim FC Kaiserslautern übernimmt am 1. Januar 2007 die Chefredaktion des offiziellen Bundesligamagazins der DFL Deutsche Fußball-Liga (Sportverlag Europa, Zürich).

05: **Tina Quitzau** (29) verstärkt jetzt als Senior PR-Beraterin das Team von wellcom.Berlin. Sie war zuvor beim ortsansässigen Büro von wbpr Public Relations (GPRA).

06: **Markus Block** (38) verantwortet nun die regionale Pressearbeit, Finanzkommunikation sowie IT und Operations der HypoVereinsbank in München. Er kommt von der Deutschen Bank.

07: **Wolfram Zabel** (36) übernimmt in Würzburg bei Vogel Business Medien den neugeschaffenen Job als Pressesprecher Vogel New Business.

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen
> Zielgruppenanalysen
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

08: **Henrik Pahls** (39) macht hausintern Karriere: vom Abteilungsleiter Corporate Finance bei Bertelsmann in Gütersloh zum Leiter Investor Relations. Vorgängerin **Shobhna Mohn** (41) wechselte ins Management von BDMI Bertelsmann Digital Media Investments (ein neu gegründeter Risikokapitalfonds).

09: **Ulrike Berger-Kögler** (41) übernimmt zusätzlich zu ihrer Aufgabe als Leiterin Regulierung bei debitel in Berlin noch den Bereich politische Kontakte. Vorgänger **Norbert Eder** war zu Software in Darmstadt gewechselt. (Quelle: politikszene)

10: **Jürgen Frech** (49) wird zum Jahresanfang 2007 Leiter der Abteilung Presse in der Konzernkommunikation von RWE in Essen. Vorgänger **Bill McAndrews** war zu BMW nach München gewechselt. Frech kommt vom Wirtschaftsressort der WAZ.

11: **Hartmut Kopf** (45) wechselt von der Leitung Marketing und Kommunikation der BruderhausDiakonie als Leiter der neu strukturierten Kommunikationsabteilung des Kinderhilfswerks World Vision in Friedrichsdorf. **Silvia Holten** verantwortet die Pressearbeit, ihr Vorgänger **Kurt Bangert** wechselte hausintern in den Bereich Grundsatzfragen.

12: **Bianca Veth** (30), PR-Consultant bei F&H Porter Novelli in München, hat den neu geschaffenen Job der Agentur-Pressereferentin übernommen.

13: **Michaela Jung**, seit zehn Jahren im Unternehmen, übernimmt bei Syncon, Salzburg/Österreich die Leitung von Presse- und PR-Abteilung.

Etats

Etats compact (12) (43.KW-06)

01: Nachdem die Berliner Werbeagentur Saatchi & Saatchi beim Bundeskartellamt einen Nachprüfungsantrag betr. der Etatvergabe des Basis-**Kommunikationsetats** des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung

(**Bundespresseamt**), Berlin gestellt hat, wurde die **Vergabe ausgesetzt**. Die sollte eigentlich am 19. Oktober der Scholz&Friends-Tochter Pergamon zugesprochen werden. Die Umstände der Etatvergabe hatten zu Irritationen und Protesten geführt (wir berichteten).

02: bü-tec, Wiesbaden + fb-eventdesign, Groß-Zimmern (redaktionelle Betreuung der Internetauftritte)
an: **jd&p Kommunikationsagentur**, Mainz

03: Deutsche Welthungerhilfe, Bonn (grafische Umsetzung der Quartalszeitung "Welternährung")
an: **muehlhaus & moers kommunikation**, Köln

04: ETS Europe (Sprachentestanbieter), Berlin
an: **index**, Berlin

05: Steffen Schraut Eau de Parfum (MoMoFragance Group), Düsseldorf + Margittes Fashion, Bergisch Gladbach
an: **sc communications**, Hamburg

06: Aral, Bochum (Projektetat im Bereich Internal Brand Engagement)
an: **Designagentur Ligalux**, Hamburg (gehört zur fischerAppelt-Gruppe)

07: Koelnmesse (Messe Entsorga-Enteco), Köln
an: **news aktuell**, Hamburg (offizieller Pressepartner)

08: ClipTip (MP3-Vokalbeltrainer), München
an: **Between Us!**, Haar

09: Max Knobloch Nachf., Döbeln
an: **PR-Agentur Große & Partner**, Berlin

10: Masterfoods / Uncle Ben's Reis (Aktion "Montag ist Reistag"), Verden (Aller)
an: **komm.passion Böinig & Company**, Hamburg

11: Kabel Deutschland (KDG), Unterföhring (Kundenmagazin für die Wohnungswirtschaft)
an: **relations Gesellschaft für Kommunikation**, Frankfurt am Main

12: Nanogate, Saarbrücken (IPO-Kommunikation)
an: **equinet Communications**, Frankfurt am Main

Branche

Österreich: Honorarumsatz stieg 2005 um 15 Prozent

Österreichs PR-Agenturen legten im vergangenen Jahr bei ihrem Honorarumsatz kräftig zu. Nicht weniger als 15 Prozent macht die Steigerungsrate im Vergleich von 2005 zu 2004 aus. Brachte das Jahr 2005 für die Mehrheit der österreichischen PR-Agenturen ein deutliches Wachstum, so fallen die Prognosen für 2006 etwas zurückhaltender aus. Nur jede zweite Agentur erwartet sich für 2006 einen neuerlichen Zuwachs bei den Honorarumsätzen. Dies geht aus dem am 19. Oktober präsentierten "PR-Monitor 2006" hervor. Er wurde vom Public Relations Verband Austria (PRVA) und der PR Group Austria gemeinsam mit PricewaterhouseCoopers (PwC) Österreich unter den heimischen Agenturen durchgeführt. Allerdings beteiligten sich an der Benchmark-Studie nur 17 heimische Agenturen. Im Jahr 2005 waren es noch zwanzig PR-Dienstleister.

GWA: Vorstand gewählt - Beiträge erhöht - alle sind zufrieden

Rundum zufrieden mit sich und der GWA-Arbeit zeigte sich der am 20. Oktober von der Mitgliederversammlung in Hamburg erneut wiedergewählte Präsident des Agenturverbandes (Gesamtverband Kommunikationsagenturen), Holger Jung (Jung von Matt). Was allerdings bei der als überaus qualitativ bewerteteten Mitgliederversammlung neben den Regularien beraten und diskutiert wurde, blieb beim anschließenden Gespräch mit der Presse Präsidenten-Geheimnis. Die an der künftigen GWA-Programmatik Interessierten werden sich nun bis zum Termin der für den November vorgesehenen konstituierenden Sitzung des GWA-Präsidiums zu gedulden haben. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Branche compact (7) (43.KW-06)

01: **Russland startet eine weitere Medienoffensive, um sein Image im Ausland**

zu verbessern. Moskau wolle die US-Zeitung "Washington Post" und den britischen "Daily Telegraph" mit Beilagen auf Englisch von sechs bis acht Seiten beliefern, sagte Alexander Gorbenko, Generaldirektor der staatlichen Zeitung "Rossiiskaja Gaseta", die die Seiten konzipiert. "Es handelt sich um eine Darstellung Russlands als Land, das für Investoren attraktiv ist", sagte Gorbenko der Nachrichtenagentur AFP. Aber es gehe auch um die Themen Kultur, Sport und Medien mit einem Schwerpunkt auf wirtschaftlichen Aspekten. Die Beilagen sollten ab Anfang November einmal im Monat erscheinen.

02: Bei **achtung! kommunikation**, Hamburg ist das Honorarvolumen von Januar bis August um 51 Prozent gestiegen, das Ergebnis vor Steuern und Abschreibungen nahm um 44 Prozent zu. Wegen des stetigen Wachstums und über die derzeit 30 Mitarbeiter hinaus weitere einstellen zu können, bezieht die Agentur in Hamburg neue Büroräume im Falkenried Campus.

03: Drei **neue Partneragenturen** aus Großbritannien, Ungarn und dem Baltikum sind dem weltweit größten Netz inhabergeführter PR-Agenturen **Worldcom PR Group** beigetreten: Winnigtons, Probako Communications und PR Net Baltic.

04: Laut **Herbstmonitor** des **GWA** Gesamtverband Kommunikationsagenturen (Befragung der Mitgliedsagenturen) wird der **Werbeumsatz** für 2006 um **4,2 Prozent zunehmen**. Auch für 2007 wird ein ähnlich hohes Wachstum erwartet. Wichtigster Trend sei die zunehmende Interaktion.

05: Die hannoveraner **PR-Agentur insignis** und der "Immobilien Manager" haben rund 1.200 Geschäftsführer sowie Marketing- und PR-Verantwortliche aus Unternehmen der **Immobilienbranche** nach dem **Stellenwert von Public Relations (PR)** befragt. Das Fazit: PR findet statt, hat theoretisch hohe Bedeutung, in der praktischen Umsetzung gibt es Potenzial. Gerade für die Immobilienbranche gilt: Angesichts von Leerständen sind systematische Marketing- und PR-Maßnahmen nötiger denn je. Die Kommunikationsverantwortlichen haben einen entscheidenden Schritt in diese Richtung getan: Public Relations (PR) ist fester Bestandteil des Immobilienalltags. Die Bedeutung von PR wird zunehmen. Überraschend ist das überwiegend realistische Verständnis von PR in Abgrenzung zur werblichen Kommunikation.

06: Die internationale Kommunikationsgruppe Huntsworth plc., die Muttergesellschaft von Trimedia, hat Mmd übernommen. Mmd ist eine der führenden Beratungsgesellschaften für Corporate Communications, Public Affairs und Public Relations im gesamten osteuropäischen Raum. Die Akquisition ist ein wichtiger Schritt vorwärts im Rahmen der strategischen Entwicklung von Huntsworth. Mmd wird seine etablierte Markenidentität beibehalten und weiterhin vom gegenwärtigen Management geführt werden. Als Kaufpreis werden zunächst 17,9 Mio. Euro gezahlt.

07: Mit einem neuen Teilnehmerrekord geht der vom Kommunikationsverband und der Beratung cherrypicker veranstaltete CREA Credential Award in sein viertes Jahr. Der CREA prämiiert jährlich die besten Agentur-Eigendarstellungen. Mit 103 Einreichungen aus allen Kommunikationsbereichen hat sich die Zahl gegenüber 2005 fast verdoppelt. Nach der ersten Sitzung der Experten-Jury haben **zwölf Agenturen** den Sprung auf die **Shortlist** geschafft - **darunter als einzige PR Agentur achtung! kommunikation** aus Hamburg.

Medien

Presseinformationen sind bevorzugte PR-Infoquelle von Journalisten

Fachjournalisten greifen im Durchschnitt rund 25 Prozent der angebotenen PR-Informationen auf. Presseinformationen werden von ihnen dabei am häufigsten berücksichtigt. Das ergibt eine aktuelle Umfrage der Münchner PR-Agentur Maisberger Whiteoaks zum Rechercheverhalten von Redakteuren. Auf der Suche nach Informationen werden Journalisten täglich mit einer breiten Palette von PR-Material konfrontiert. Im Durchschnitt greifen sie dabei rund 25 Prozent der angebotenen PR-Informationen auf. Ein Viertel der befragten Journalisten nutzen immerhin zwischen 25 und 50 Prozent, knapp ein Zehntel sogar bis zu 75 Prozent des PR-Inputs. Doch welche Art von PR-Informationen findet dabei die größte Berücksichtigung in den Redaktionen? Am gefragtsten sind ganz klar Presseinformationen (87 Prozent). Auf den Rängen zwei und drei folgen Anwenderberichte

(46 Prozent) und Kompetenzartikel (33 Prozent). *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Medien compact (9) (43.KW-06)

01: Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach in der kleinen PR-Agentur am Rande der Stadt. (Rubrik dreist geklaut bei Thomas Knüwer. Sorry!). "Es klappt, es klappt", schreit Praktikantin Julia so laut, dass Putzfrau Margarethe erschrocken den Feudel fallen lässt. "Was ist denn jetzt los?", stürzt Marcel, dem vor Schreck kein englischer Begriff einfällt, ins Zimmer. "Na, warte mal ab." Mist. Eigentlich wollte Julia doch gerade vor Marcel Ruhe bewahren. Der sollte den großen Coup doch als letzter erfahren, nach all dem, was er ihr angetan hatte. Bitte unbedingt [hier weiterlesen](#).

02: Die Netzpiloten starteten in diesen Tagen einen wöchentlichen **Informationsdienst** mit News, Hintergründen und Fundstücken **aus der Welt der Weblogs**. Unter der Leitung des Profi-Bloggers Thomas Gigold (medienrauschen.de) werten die Blogpiloten Hunderte von deutschsprachigen (später auch internationalen) Online-Quellen aus und präsentieren jede Woche einen Trend-Ticker aus der Weblog-Welt. Infos: www.blogpiloten.de.

03: Fragt man die deutschen Internetnutzer danach, **ob sie IP-TV kennen**, dann antworten 64 Prozent, dass sie von Internet-Fernsehen das erste Mal hören. 30 Prozent ist das Angebot im Internet bekannt und sechs Prozent können keine Angabe machen. Das ist das Ergebnis einer online-repräsentativen Umfrage der TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH. Insgesamt wurden 1004 Internetnutzer zwischen 14 und 49 Jahren in Deutschland exklusiv für das Fachmagazin "W&V - werben & verkaufen" zum Thema Internet-Fernsehen (IP-TV) interviewt.

04: Am 28. September veranstaltete die **Bundeszentrale für politische Bildung** in Frankfurt am Main die **Konferenz „Medien 2.0“**. Das interessante Kurzreferat von Johnny Haeusler, "Spreeblick", über "Web 2.0 in den Medien" kann man [hier nachlesen](#). (Welche Medien sind gemeint? Reden wir von Zeitungen? Diesem Informationsmedium unserer Urgroßeltern, das uns heute schon mitteilt, was gestern passiert ist?...).

05: Die Auflagen der Magazine "Spiegel", "Stern" und "Focus" sind im zweiten Quartal 2006 zurückgegangen. Das geht aus den neuen **IVW-Zahlen** hervor, die am 16. Oktober vom Verband

Deutscher Zeitschriftenverleger veröffentlicht wurden. Der "Spiegel" verlor im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 3,6 Prozent und verkaufte durchschnittlich 1,033 Millionen Exemplare pro Ausgabe. Der "Stern" meldete eine Auflage von 1,012 Millionen (minus 4,9 Prozent) und "Focus" 730.000 (minus 5,9 Prozent).

06: Bei den **überregionalen Tageszeitungen** konnte "Die Welt" zusammen mit ihrer Tabloid-Ausgabe "Welt Kompakt" ein Plus von 11,9 Prozent verzeichnen. Die Auflage stieg auf 263.000 verkaufte Exemplare. Die Titel werden nicht einzeln ausgewiesen. Die "Süddeutsche Zeitung" muss ein Minus von 0,4 Prozent auf 443.000 verkaufte Exemplare hinnehmen. Die Auflage der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" fiel um auf 363.000 (minus 3,3 Prozent). Meistverkaufte Zeitung ist nach wie vor "Bild" mit einer Auflage von 3,6 Millionen, doch das Springer-Blatt musste ein Minus von 4,3 Prozent hinnehmen.

07: Beim **Deutschen Presserat gehen zunehmend mehr Beschwerden über Berichte in Zeitungen und Zeitschriften ein**. In diesem Jahr seien bereits 748 Eingaben von Bürgern und Institutionen registriert worden, teilte der Deutsche Presserat am 18. Oktober in Berlin mit. Davon seien 265 Fälle in den Beschwerdeausschüssen behandelt worden, 28 mal habe es bisher eine öffentliche Rüge gegeben, einmal eine nicht-öffentliche. Im gesamten Jahr 2005 seien es "nur" 746 Hinweise auf vermutetes unrechtmäßiges Verhalten der Presse gewesen. Davon seien 290 Fälle geprüft und 25 öffentlich kritisiert worden. Mehr als in den Jahren zuvor beschäftigte sich der Presserat 2006 mit dem Thema Schleichwerbung in Printmedien.

08: Das Magazin der Medien- und Kommunikationsbranche **"Werben & Verkaufen" ("w&v") startete mit seinem ersten Webcast**. Der neue Service unter www.wuv.de will über das aktuelle Branchengeschehen informieren, Unternehmen und ihre Aktivitäten vorstellen sowie kompetente Persönlichkeiten zu Wort kommen lassen. Das erste Webcast wurde am 19. Oktober um 10:00 Uhr ins Netz eingespeist. Es entstand in Kooperation mit NBC Universal Global Networks Deutschland.

09: Bei der **Deutschen Welle** wird nun über die mehr als 5.500 eingereichten Vorschläge aus aller Welt für den **"International Weblog Award**

- The BOBs 2006" entschieden. Alle Internetnutzer können bis zum 11. November unter www.thebobs.com mitentscheiden.

Service + Tipps

VoIP: Kostenersparnis bis zu 30 Prozent

Bei der Internet-Telefonie haben Privatpersonen die Nase vorn. Während bereits 11 Prozent der Deutschen Voice over IP (VoIP) nutzen, sind es bei den Unternehmen derzeit erst 9 Prozent. Das gab der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) am 17. Oktober in Berlin bekannt. Grundlage für die Angaben sind aktuelle Studien der FGW Online und des E-Business-Watch. „Der rasante Zuwachs an Breitbandanschlüssen und günstige Flatrates haben die Technologie gerade für Privathaushalte interessant gemacht“, sagte BITKOM-Präsident Willi Berchtold. Vorteile sieht er auch für gewerbliche Nutzer: „Unternehmen, die auf Voice over IP umsteigen, können bis zu 30 Prozent Kosten sparen.“
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Service compact (3) (43.KW-06)

01: Ab sofort ist der neue **DJV-Flyer "Checkliste Journalistisches Praktikum"** erhältlich. Die Checkliste soll angehenden Journalisten helfen, Praktikumsangebote richtig einzuschätzen. Wann hilft ein Praktikum wirklich beim Weg in den Journalistenberuf, und in welchen Fällen ist Vorsicht geboten? Was sollten Redaktionen leisten, damit Praktikanten tatsächlich einen Einblick in die Praxis erhalten? Diese Fragen sollen angehende Journalisten mit Hilfe des Flyers besser beantworten können. "Natürlich ist kein Praktikum eine Garantie für eine erfolgreiche Karriere", kommentierte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken die Neuveröffentlichung. "Aber jedes Praktikum kann ein wichtiges Puzzleteil beim Einstieg in den Journalismus sein." Anfordern unter www.djv.de.

02: Das **Portal "ExpertsForEurope"** ist nun freigeschaltet. In die mehrsprachige europäische Expertendatenbank können sich Dienstleister aus den Bereichen Werbung, Marketing und Events

eintragen. Es wird auch eine Ausschreibungsplattform angeboten. Außerdem kann man Publikationen sowie Vorträge und Referate publizieren. Infos: www.expertsforeurope.com.

03: Nun ist sie also beschlossen von der Ministerpräsidentenkonferenz: die **GEZ-Gebühr für internetfähige Computer** und Handys. Zahlen müssen alle Besitzer, sofern sie noch kein Radio- oder TV-Gerät gemeldet haben. Und zwar 5,52 Euro je Monat. Hoffnung am fernen Horizont: es soll eine **neue Gebührenregelung** und die Abschaffung der GEZ geprüft werden. Ob eine von der DGFSS Dt.Ges.f.Softwaresicherheit in Berlin entwickelte **Software ("GEZFilter")**, die den Empfang von Radio + TV per Computer verhindert, von der Gebührenpflicht befreien kann, ist noch nicht geklärt.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Termine compact (12) (43.KW-06)

01: Der Europa-Fachpresse-Verlag veranstaltet am 6. Dezember 2006 in Düsseldorf und am 24. Januar 2007 in München das Tagesseminar "PR für Agenturen und Medien. Das effiziente Kommunikationsinstrument, um Image für Ihr Unternehmen aufzubauen." Infos: www.managerakademie.de.

02: Am 16 November findet in Freiburg/Br. der nächste do it.kongress der MFG Baden-Württemberg statt. Sechs Fachkongresse über die Rolle von IT in verschiedenen Bereichen. Keynote: Consumerization - der Einfluss der Konsumenten auf die IT der Zukunft. Infos: www.doit-kongress.de.

03: Die LPRS Leipziger Public Relations Studenten laden zu einem **Symposium "Kommunikationsmanagement in Politik und Wirtschaft: Strategien, Konzepte, Perspektiven"** am 9. November im Alten Rathaus in Leipzig ein. Redner: Kurt Biedenkopf, Klaus Rauscher, Ansgar Zerfass. Infos: www.communicationsmanagement.de.

04: Die **HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich** veranstaltet am 28. November in Zürich einen Informationsabend über den neuen **Lehrgang "Public Affairs Manager"**. Dieser startet im April 2007. Infos: www.fhwhz.ch.

05: **directnews**, Leipzig bietet in seinem **Seminarprogramm im November** noch drei aktuelle Themen an: "Einzigartige Präsentationen, die gewinnen!"; Guerilla PR - überraschend, spektakulär, innovativ" und "Professioneller Bildeinsatz in der PR". Infos: www.directnews.de.

06: Kommunikationskonzepte haben in den vergangenen Jahren erheblich an Bedeutung gewonnen. Immer öfter müssen PR-Verantwortliche zielorientierte Pläne vorlegen, die klare Strategien beinhalten. Der **media workshop "PR-Konzepte für Fortgeschrittene"** vermittelt, wie man mit einem strategischen Kräfteinsatz und einer pointierten Dramaturgie Kunden und Kollegen gewinnt. Die dpa-Tochter news aktuell veranstaltet das zweitägige Seminar am 13. und 14. November 2006 in Hamburg. Infos: www.mediaworkshop.newsaktuell.de.

07: **Hochschul-PR – oder: Wie kommuniziert eine Uni? Am Beispiel der Universität der Bundeswehr München**. Bildungsthemen sind in. Doch was machen unsere Universitäten und wie vermitteln sie ihre Themen? Zu diesen Fragen laden die **DPRG-Landesgruppe Bayern** und die Universität der Bundeswehr München ein. Laborleiter Helmut Kulisch präsentiert ein aktuelles Forschungsprojekt zum Thema Hochwasserschutz „live“ im Labor. Und Pressesprecher Michael Brauns erläutert die Wissenschafts-PR der Universität anhand aktueller Projekte. Natürlich stellen beide auch die Bundeswehr-Uni sowie ihre lokale bzw. überregionale Öffentlichkeitsarbeit vor. Am 13. November, 19 Uhr in Neubiberg. Anmeldung und Kontakt: Michael Bürker, per E-Mail (michael.buerker@commendo.de) oder per Fax (089) 67 91 72-79.

08: Die depak Deutsche Presseakademie veranstaltet am 23./24. November in Berlin die Fachtagung "Auf der Welle surfen - wie PR Trends setzen und verstärken kann." Infos: www.depak.de.

09: Am 9. November veranstalten die Initiative Qualität im Journalismus (**IQ**) und der Public Relations Verband Austria (**PRVA**) in **Wien** die **Tagung "Journalisten unter Druck"**. Impulsreferat von Michael Haller: "Wieviel PR

verträgt der Journalismus?". Info: www.ig-journalismus.at.

10: Das neue Veranstaltungs-Programm der **COP-Seminare für Kommunikations- und Medienschaffende** in Köln (COP - Seminare, News & Inspirationen) kann jetzt angefordert werden: www.cop-morrien.de.

11: Die Rheinische Fachhochschule (RFH) in Köln (Fachbereich Medienwirtschaft) veranstaltet ihre nächste **Ringvorlesung mit Michel Friedmann zum Thema "Weil sie sich brauchen und gegenseitig benutzen - Das Machtspiel zwischen Politikern und Medien"**. Termin: 8. November um 18 Uhr in der Wolkenburg in Köln (Mauritiussteinweg 59). Anmeldung: mail@polgar-stuewe.de (0221/203020). Die Rheinische Fachhochschule möchte durch diesen Vortragsabend sowohl ihren Studierenden als auch dem Medien-Fachpublikum eine spannende Kommunikationsplattform bieten.

12: Was können die Volksparteien tun, um wieder attraktiver für ihre Mitglieder zu werden? Wie sieht die Zukunft des Regierungsmodells Große Koalition aus und was können junge politische Regierungsvertreter von ihren Vorgängern lernen? Diese und andere Fragen beantworten die **"Berliner Politiktage 2006"** (21. + 22. November). Referenten des Hauptstadtkongresses sind neben Philipp Mißfelder der ehemalige Bundesminister Hans-Dietrich Genscher, der "Bild am Sonntag"-Chefredakteur Claus Strunz, der Schauspieler Sky du Mont, der Trendforscher Matthias Horx, die Grünen-Fraktionsvorsitzende Renate Künast und der FDP-Partei- und Fraktionschef Guido Westerwelle. Zusammen mit ihnen diskutieren mehr als 80 Referenten und mehr als 700 Teilnehmer über die Zukunft der politischen Kommunikation. Infos + anmelden: www.berliner-politiktage.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Steuerlügen der Politiker

Guten Tag! Es scheint der Fluch der Demokratie zu sein, daß Regierende glauben, sie könnten nur

wiedergewählt werden, wenn sie mehr Geld ausgeben – auch wenn die Staatskassen leer sind. Das gilt im Prinzip weltweit. In 17 von 24 OECD-Mitgliedsländern erhöhte sich 2005 der Anteil der Steuereinnahmen gemessen am Bruttoinlandsprodukt. Nur in Österreich, Ungarn, Italien, Luxemburg und der Slowakei fielen sie. (OECD-Studie laut The Economist, London 14.621.11). Dabei ist leider zu konstatieren, daß die Regierenden in Österreich, Ungarn, Italien und der Slowakei abgewählt wurden.

Deutschland ist bei der Steuerbelastung 2005 nicht an der Spitze, sondern an 13. Stelle. Die Wohlstandsländer Schweden, Dänemark, Belgien und Norwegen führen die Liste an. Aber die Rangliste spricht längst nicht für die Qualität der deutschen Steuerpolitik; denn die Steuerhöhe ist eine Sache, die Art der Steuern und ihre Eintreibung eine andere (siehe Seite 2). Und wie die Steuern ausgegeben werden, ist eine dritte Sache. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Der PRR-Kommentar: Alphantiere

PRREPORT

Wer sich für die Chefetagen deutscher PR-Agenturen interessiert, kommt in diesen Tagen auf seine Kosten. Bodo Kirf kündigt seinen Abflug bei Trimedia (mit zunächst unbekanntem Ziel) an, Michael T. Schröder verschwindet überraschend von der Spitze bei Hill&Knowlton. Auch bei Marktführer Pleon gibt es Neuigkeiten: Joachim Klewes, der die Vorläufer-Agentur Kohtes&Klewes Mitte der 80-er Jahre mitbegründete, kehrt zurück. Als „Senior-Partner“ – ohne operative Management-Funktionen, aber mit einer gehörigen Portion Angriffslust auf den Markt und mit dem Mandat, in einer „europaweiten Querschnittsfunktion“ neue Beratungsansätze einzubringen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Pfeffer&Salz&Senf

Pfeffer: Edelman - Bauchlandung im Web 2.0

"Edelman hat sich in den vergangenen Jahren den Ruf als weltweit führende PR-Agentur im Umgang mit der neuen Dialogkultur erarbeitet..." - so schreibt Edelman über sich selbst. Und nun hat man durch Dummheit und Unfähigkeit gleich zweimal eine glatte Bauchlandung im Internet hingelegt. Und da ist die Blogosphäre gnadenlos. Zahlreiche Berichte und Kommentare zeigen vor allem im Fall der getürkten Walmart-Blogs, aber auch bei der Liste der angeblich einflussreichsten Blogs in Deutschland erschreckende Unprofessionalität. Im letzteren Fall hat man ungeprüft intransparentes Zahlenmaterial von Technorati übernommen. Selbst schuld - dies dann aber

mit unschuldigem Augenaufschlag als Entwurf einer Diskussionsgrundlage zu bezeichnen, hätte ich selbst dem Edelman-Oberblogger Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach nicht zugetraut.

Schlimmer aber wiegt der Fall Walmart (und er scheint nicht der einzige Sündenfall zu sein). Da hat doch tatsächlich Edelman in den USA (eigene) bezahlte Leute losgeschickt, um in Gods own Bush-Country zu bloggen, was das Zeug hält. Mit dem Ziel, das ramponierte Walmart-Image schön zu spin-doctern. Richard Edelman himself hat's zugegeben und sich entschuldigt. Aber: passiert ist passiert. Zwei weitere Fälle von Fakeblogs wurden schon bekannt - mal sehen, durch was der bisher als schlechtes Beispiel dienende Jamba-Fehltritt noch in den Schatten gestellt wird.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Senf: Stichwort Labeling

von Manfred Pivinger (Unternehmens- u. Kommunikationsberatung, Wuppertal)

Etwas mit einem Begriff zu versehen, hat Folgen. Begriffe reklamieren etwas für sich und verweisen auf etwas.

Was verstehen wir z. B. unter „Rispen-Tomaten“? Alle Tomaten wachsen als Früchte an Rispen. Was also will der Anbieter damit erreichen?

Ähnliches gilt für Bezeichnungen wie „aus eigener Schlachtung“ oder „vom Bauernhof“. Was macht es für einen Unterschied, ob die Schlachtung eigens oder eigenhändig oder in einem Schlachthof geschieht? Und „vom Bauernhof“ kommen doch die meisten landwirtschaftlichen Produkte. Oder?

Wir müssen uns also über die Absichten unterhalten, die hinter solchen Wortwahlen stecken.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Gute Öffentlichkeitsarbeit erhöht die Wertschöpfung

von Udo Seidel, [muehlhaus & moers kommunikation](#), Köln

Die Immobilienbranche ist ein bedeutender Faktor der deutschen Volkswirtschaft – das zeigt sich gerade jetzt wieder auf der Expo Real, der führenden Fachmesse für Gewerbeimmobilien in Europa. Die Messe wächst seit Jahren und zog allein 2005 17.600 Besucher aus ganz Europa nach Deutschland. Rund 1.600 Aussteller sind in diesem Jahr vom 23. bis 25. Oktober in München vertreten. Der Positiv-Trend der Messe spiegelt sich auch in den Umsatzzahlen der Branche wieder. Allein die Bau- und Immobilienwirtschaft inklusive der Architekten- und Ingenieurleistungen erwirtschaftete im vergangenen Jahr mehr als 21 Prozent des deutschen Bruttoinlandsproduktes. Und auch Europas wichtigste Büromärkte blicken positiv in die Zukunft.
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 8 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 (7)

Titel [talkabout sucht PR-Berater\(in\) im Bereich Technologie für Münchner Büro](#)

Titel [LEWIS Communications sucht Mitarbeiter Tele-Marketing](#)

Titel [Presse- und PR Manager \(m/w\) in Köln](#)

Titel [Berliner Agentur sucht PR Junior \(fest & frei \) & Event Junior](#)

Titel [Arthen Kommunikation in Karlsruhe sucht PR-Redakteur/in mit dem Schwerpunkt Gesundheit](#)

Titel [PR-Berater/Campaigner \(m/w\) Standort Frankfurt](#)

Titel [Freie PR-Assistentin bei Hamburger Agentur](#)

In Unternehmen (1)

Titel [PR-Referent/-in in Düsseldorf bei der Lindner Hotels AG](#)

In Verbänden (1)

Titel [PR-Berater/in in Kiel bei der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 23. Oktober 2006 - 23:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.192 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 (volker.weber@volker-weber-consulting.de).

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); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben@gmx.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 Pfannenberger, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räschele, 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; Udo Seidel, Köln; Gunnar Sohn, Bonn; Chris Tang, Peking/China; Oliver Tschirdewahn, Meerbusch; Nicole Volmer, Düsseldorf; Ernst-Walter Wehner, Marktredwitz; Lutz E. Weidner, Bad Honnef.

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.



Wo stehen wir ein Jahr nach Amtsantritt der Großen Koalition?

Dr. Wolfgang Schäuble
Bundesminister des Innern (angefragt)



Wie kann sich die Opposition in Zeiten von Schwarz-Rot behaupten?

Dr. Guido Westerwelle
Partei- und Fraktionsvorsitzender, FDP

Welche Visionen haben wir für die politische Kommunikation von Morgen?



Renate Künast
Fraktionsvorsitzende, Bündnis 90/Die Grünen

Wurde der Abschied des New-Labour-Premier strategisch geplant?



Alastair Campbell
Ex-Regierungssprecher und -Chef-Strategie von Tony Blair

21. und 22. November

POLITIKKONGRESS & POLITIKAWARD

Branchengipfel für die politische Kommunikation

Politikkongress und Politikaward sind Teil der Berliner Politiktage, zu denen auch das Symposium und die Ausstellung kampagne06 zählen.

Informationen und Anmeldung:
www.berliner-politiktage.de



Die EU-Ratspräsidentschaft – Deutschland zwischen nationalen Interessen und globaler Verantwortung?

Dr. Hans-Dietrich Genscher
Bundesminister a.D.



Wie verändert der demografische Wandel die politische Kommunikation?

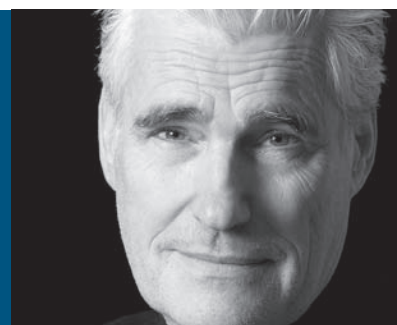
Hubertus Heil
Generalsekretär, SPD (angefragt)

Welche Lösungen gibt es für die heutige Unwägbarkeit von Politik?



Claus Strunz
Chefredakteur, Bild am Sonntag

Warum erreicht die Politik ihre Wähler nicht mehr?



Sky du Mont
Schauspieler