

PR-Journal-Newsletter Nr. 87 / 44. Woche 2006

Der erste Preisträger unseres neuen PR-Awards "PR-Nussknacker" für den Monat Oktober 2006 steht fest: mit 82 Stimmen (69,5 %) haben die Besucher des PR-Journals entschieden: **der Vorschlag "Elterntaxi/Zwei plus zwei" ist der Beste**. Lesen Sie weiter unter "Redaktion intern". Und schlagen Sie [hier](#) die **Kandidaten für November** vor.

Seite.1

Euroforum: Web 2.0 - Die Business-Konferenz

Wie Web 2.0 ein neuer Cashbringer für Unternehmen werden kann, diskutieren Experten auf der Euroforum-Konferenz "Web 2.0" am 30. November und 1. Dezember 2006 in Mainz. Themenschwerpunkte sind neue Geschäftskonzepte mit Web 2.0, Blogs als neues Marketingtool, nutzergenerierte Inhalte sowie Möglichkeiten mit Pod- und Videocasting.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Kartellamtschef Böge kritisiert Gier deutscher Manager

Der Präsident des Bundeskartellamtes, Ulf Böge, hat das Profitstreben und die Kurzsichtigkeit vieler deutscher Manager kritisiert. Der Hang zu Größe und Macht arbeite gerade jenen zu, die mehr Staatsinterventionismus forderten, sagte Böge einem Bericht der "Börsen-Zeitung" zufolge auf einer Tagung in Luxemburg.

Die Gier nach schnellem Geld habe in den Management-Etagen offenbar dem Handeln nach Augenmaß den Rang abgelassen. Nur so lasse

sich die Vielzahl der gegenwärtigen Missbrauchsverfahren erklären. Böge forderte die

Wiederentdeckung der Werte Ludwig Erhardts. Wer seine Freiheit behalten wolle, müsse damit verantwortlich umgehen. Der Kartellamtschef kritisierte auch das von Politik und Konzernen gebrauchte Argument, wonach nur große, so genannte nationale Champions international wettbewerbsfähig seien. Derartige Versuche hätten sich europaweit stets als Flops erwiesen. Obendrein hätten die Verbraucher und die heimische Konkurrenz das Nachsehen.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Personalien

Gruner + Jahr Kommunikation stellt sich neu auf

Der Bereich Öffentlichkeitsarbeit + Unternehmenskontakte (OEA) der Gruner + Jahr, Hamburg stellt sich zum Jahreswechsel 2007 neu auf. Alexander Adler (34), bisher Sprecher im Bereich OEA und Leiter Interne Kommunikation, wird ab 1. Januar 2007 zum G+J-Pressesprecher und Leiter des neu gegründeten Referats Externe Kommunikation ernannt. In dieser Funktion übernimmt er von Kurt Otto (59) die PR-Betreuung des G+J-Unternehmensbereiches Zeitschriften Deutschland sowie G+J Media Sales und weiterer Bereiche. Adler behält seine Zuständigkeit für die Kommunikation der Unternehmensbereiche Zeitschriften International und Frankreich.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Alexia Sailer ist neue Leiterin Unternehmenskommunikation bei Alno

Alexia Sailer (30) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation bei Alno in Pfullendorf, übernommen. Sie verantwortet die externe und interne Kommunikation weltweit sowie



den Bereich Investor Relations des Küchenhersteller. Sailer war zuletzt

stellvertretende Sprecherin im Ministerium für Arbeit und Soziales Baden-Württemberg und Sprecherin im Staatsministerium Baden-Württemberg in Stuttgart. Marion Eisenblätter (45) hat das Unternehmen verlassen, um die Leitung des Bereichs Corporate Public Relations bei der Gesellschaft für Konsumgüterforschung (GfK) in Nürnberg zu übernehmen (wir berichteten).

Personalien compact (8) (44.KW-06)

01: **Andreas Stangl**, Marketing Communications Manager bei Business Objects in München ist jetzt zusätzlich zu Event Management und Direct Marketing auch für die Pressearbeit und das Kundenmarketing verantwortlich.

02: **Peter Haas** (36), bislang Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Handwerkskammer Hamburg, wechselt zum Januar 2007 als Leiter Kommunikation und Pressesprecher zu "Nordmetall", dem Verband der Metall- und Elektro-Industrie für Hamburg, Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern. Haas hat in seiner bisherigen Funktion einen umfassenden Umstrukturierungsprozess der Handwerkskammer kommunikativ begleitet und das Mitgliedermagazin als Chefredakteur relauncht.

03: **Petr Bystron** (33) leitet jetzt die Unternehmenskommunikation des IT-Unternehmens Etkon in Gräfelfing.

04: **Patrik von Glasow** (39) wechselte in Köln von der Agentur Pálffy + Thöne als neuer Leiter der PR-Unit zur Kommunikationsagentur psh

communications.

05: **Dirk Lamprecht** (38) wird neben **Robert Hess** weiterer Geschäftsführer der AWI Automaten-Wirtschaftsverbände-Info in Berlin. Er soll die Koordination und PR auf Länderebene übernehmen. Er war zuvor Bezirksstadtrat für Wirtschaft im Regierungsbezirk von Berlin.

06: **Stefan Barkhausen** (35) verstärkt als Senior Manager die Unternehmenskommunikation von Fidelity International in Deutschland. Er wechselte ortsansässig von der Agentur Charles Barker, Frankfurt am Main.

07: **Karin Lindel** arbeitet jetzt als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Mazda-Presseteam in Leverkusen. Sie kommt von Hering Schuppener.

08: **Moritz Hunzinger** (47) bekam jetzt vom Düsseldorfer Landgericht eine Jahresrente von 270.000 Euro zugesprochen - ab seinem 65. Lebensjahr. Zahlen muss die Action Press Holding (die frühere Hunzinger Information AG). Ob der als streitbar bekannte, jetzige Hauptaktionär **Bolko Hoffmann** damit einverstanden ist, wird sich zeigen.

Etats

MediaCompany Berlin gewinnt BMA-Etat

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales in Berlin hat den Kommunikationsetat für die Kampagne „Altersvorsorge macht Schule“ an MediaCompany Berlin vergeben. Hinter dem programmatischen Titel verbirgt sich eine groß angelegte Bildungsoffensive, die die Bundesbürger in Sachen Riester-Verträge, Rürup-Rente und betrieblicher Altersvorsorge kompetenter machen will.

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen
> Zielgruppenanalysen
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

In einem mehrstufigen Ausschreibungsverfahren setzte sich die MediaCompany Berlin unter anderem gegen die Agenturen butter, komm.passion und Johanssen & Kretschmer durch. Die auf politische Kommunikation spezialisierte Berliner PR-Agentur überzeugte mit einem integrierten Kommunikationskonzept, das stark auf Aufklärung und Service setzt. Über eine intensive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie regionale Aktionstage zeigt die Kampagne auf, wie jede und jeder optimal für sein Alter vorsorgen kann. Flankiert wird die Kommunikation von einer Werbelinie mit Anzeigen und Kinospots, die von der Berliner Werbeagentur Peperoni entwickelt werden.

Etats compact (11) (44.KW-06)

01: Deutsches Musikfest 2007, Würzburg
 an: **Straub & Linardatos**, Kommunikation - Medien - Licensing, Hamburg

02: HumanConcepts (Software), Willich
 an: **GBS Große Business Service**, Essen

03: Dainese (Italienischer Hersteller von Schutzbekleidung), Molvena/Italien
 an: **häberlein & mauerer** - agentur für public relations, München

04: Stiftung Kindergesundheit, München
 an: **Serviceplan** - Agenturgruppe für innovative Kommunikation, München

05: Natascha Kampusch, Wien (österreichisches Entführungsoffer)
 an: **The Skills Group**, Wien (bis Juni 2007 pro bono)

06: Kitzbüheler Alpen Marketing, Kitzbühel/Österreich
 an: **Susanne Winter BusinessStrategies**, München

07: Fortress Investment Group (Börsengang für Gagfah)
 an: **Citigate Demuth**, Frankfurt am Main

08: AdMob (Vermittler von Werbung im mobilen Internet), München
 an: **OnPR**, München

09: ITB Berlin 2007, Berlin
 an: **Atkon TV-Service**, Wiesbaden (offizieller Medienpartner)

10: Relax Hotels, Riva del Garda/Italien
 an: **Daniela Piroth Marketing & PR**, München

11: Möbel-Designer ClassiCon, München
 an: **Martin et Karczinski**, corporate identity - kommunikation - mediengestaltung, München

Branche

Publicis: erstmals Azubis für Marketingkommunikation in Deutschland

Patrick Konrad und Nicole Bierwolf sind vor wenigen Wochen bei Publicis Berlin ins Berufsleben gestartet. Sie werden zu den Ersten gehören, die 2009 eine Berufsurkunde mit dem Titel „Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation“ erhalten. Mussten die früheren Werbekauffrauen/-männer in ihrer Abschlussprüfung noch Werbebetriebslehre sowie Rechnungs- und Finanzwesen intus haben, müssen sie nun für die Abschlussprüfung praktisch arbeiten und beispielsweise ein Marketing- und Kommunikationskonzept entwickeln. Auf solche und andere Aufgaben werden die jungen Leute im traditionellen dualen System auf zwei Schienen vorbereitet. Die Praxis gibt's in der Agentur, die Theorie gibt es in der Berufsschule.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Branche compact (9) (44.KW-06)

01: **In der PR-Branche gibt es derzeit mehr Schlecht- als Gutverdiener.** Vor allem in den Pressestellen der Unternehmen herrscht eine latente Unzufriedenheit mit dem Gehalt. Die zurückhaltende Lohnentwicklung der vergangenen drei Jahre sorgt für Verdross: So sieht sich beispielsweise jeder dritte PR-Mitarbeiter in Unternehmen mit weniger als 200 Angestellten unterdurchschnittlich bezahlt. Agenturmitarbeiter verzeichnen dagegen oftmals ein Plus in der Lohntüte. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie "PR-Trendmonitor" von news aktuell und der

Hamburger PR-Agentur
Faktenkontor.

02: Andreas Severin hat für die GPRA am diesjährigen **Weltgipfel der International Communications Consultancies Organisation (ICCO)** teilgenommen. Über 200 Teilnehmer kamen zwischen dem 4. und 6. Oktober in Delhi zusammen, um die neuen Anforderungen an die Kommunikationsberatung zu diskutieren. Mit seiner Entscheidung, den diesjährigen ICCO Summit in Delhi zu veranstalten, hatte der weltweite Agenturverband ein Zeichen setzen wollen. ICCO-Präsident John Saunders brachte es auf den Punkt: „Alle unsere internationalen Kunden entwickeln Strategien für den asiatischen Raum. Diese Region wird einen nachhaltigen Einfluss auf Unternehmen haben – nicht nur als wichtiger Markt für Produkte und Dienstleistungen, sondern auch wegen der strukturellen und kulturellen Veränderungen. Dieser Summit zählt zu den visionärsten, die ICCO bisher veranstaltet hat.“ Severins Bericht über den ICCO-Summit [steht hier im "PR-Guide"](#).

03: Im Rahmen ihres gemeinsamen „**Bündnis gegen das Wett-Monopol**“ treten seit heute zahlreiche Verbände, Unternehmen, Vereine und Medien öffentlich mit einer breit angelegten Informationskampagne für einen fairen Wettbewerb und einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Glücksspiel in Deutschland ein (unterstützt wird die Aktion von Publicis PR (GPRA) in Berlin. Die Initiative richtet sich gleichermaßen an Politik und Öffentlichkeit, um die Nachteile eines staatlichen Monopols für Wirtschaft, Sport, Medien und Bürger klar zu benennen und zu kommunizieren. Zudem können Interessierte unter www.kein-monopol.de aktiv an der Diskussion und einer Umfrage zur zukünftigen Ausgestaltung des Wettmarkts teilnehmen.

04: **saalto Agentur und Redaktion** in Karlsruhe haben ihren Webauftritt relauncht. Dies soll auch der Agenturentwicklung Rechnung tragen - ein virtuelles Büro bietet einen Blick hinter die Kulissen der Agentur.

05: **Best Practice-Award 2006 in Österreich vergeben** (PRVA + Horizont): Der erste Platz ging an die Wiener Agentur **Hochegger!Com** für das Projekt "Im Auto nie ohne", eine Informationskampagne im Auftrag von mobilkom austria über die Gefahren der Handy-Nutzung während der Autofahrt. Auf Platz zwei folgt **Prima Public Relations** mit dem "otis design award",

der zeigt wie ein juristisches Problem mit Mitteln der PR ergänzt wird. Rang drei erreicht **Zenturio Communications** mit einer Positionierungskampagne für das Linzer Friseurunternehmen Inmann.

06: **Für PR-Unternehmer in Norddeutschland bietet die DPRG Landesgruppe Norddeutschland ab November spezielle Veranstaltungen an.** Geplant sind Themenabende, Workshops und ein regelmäßiger Stammtisch. Die Veranstaltungen sollen den Gedankenaustausch und möglicherweise auch die Zusammenarbeit zwischen Inhabern kleiner und mittelgroßer Agenturen fördern. Dabei geht es um die Vermittlung von Know how über Themen wie Management, Recht, Steuern oder Personalführung und auch konkrete Hilfen wie Austausch von Volontären, gegenseitige Vertretungen oder Weitergabe von Anfragen, die nicht ins eigene Profil passen.

07: Mit dem Umzug nach Köln-Bayenthal hat sich das Netzwerk freier Kommunikationsprofis **schütten & hanisch** von PR-Berater Heino Schütten und Autor Wolf Alexander Hanisch auch einen neuen Namen gegeben: **PR Köln**. Was unverändert bleibt, ist das Leistungsangebot: Kommunikation in all ihren Facetten (www.pr-koeln.de).

08: **DPRG** Deutsche Public Relations Gesellschaft, Bonn und der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (**VRdS**), Königswinter werden künftig enger zusammenarbeiten.

09: Die **PR-Agentur von Holger Ballwanz "PR4you"** zieht nach fünf Jahren von Wernigerode im Harz nach Berlin, von wo aus die Agentur weiterhin bundesweit Unternehmen in allen Bereichen der Kommunikation berät.

Medien

ROG: Deutschland fällt bei Pressefreiheit zurück

Die Journalistenorganisation "Reporter ohne Grenzen" (ROG) sieht eine alarmierende "Aushöhlung der Pressefreiheit" in den USA, Frankreich und Japan. Deutschland fiel nach der "Cicero"- und der BND-Affäre in der weltweiten

Rangliste zur Pressefreiheit vom 18. auf den 23. Platz zurück. Am schwierigsten sei die Situation für Journalisten in Eritrea, Turkmenistan und dem Schlusslicht Nordkorea.

Russland belegt den 147. Platz unter den 166 Ländern. Der Erfassungszeitraum endete im August, noch vor dem Mord an der kritischen Journalistin Anna Politkowskaja. Die USA rutschten gegenüber dem Vorjahr um neun Plätze ab und belegen nun den 53. Rang. In mindestens 17 US-Bundesstaaten werde der Quellenschutz abgelehnt. In Japan bedrohten zunehmender Nationalismus und das System der exklusiven Presseclubs die demokratischen Standards. Das Land fiel um 14 Plätze auf Rang 51 der Liste, die zum fünften Mal erstellt wurde.

Nach wie herrscht in den nordeuropäischen Ländern Finnland, Irland, Island und den Niederlanden, die große Freiheit für Journalisten. Die vier Staaten teilen sich den ersten Platz. Bewertet wurden Daten zu 50 Fragen aus den 166 Ländern.

Ernst Schneider IHK Medienpreise 2006 vergeben

Der Wettbewerb um den höchst dotierten Journalistenpreis für Wirtschaftspublizistik in Deutschland (insgesamt 70.000 Euro Preisgelder) ist entschieden. Beworben hatten sich mehr als 400 Autoren. Am 24. Oktober wurden die Preisträger des 35. Ernst Schneider IHK Medienpreises, der jährlich für herausragende Wirtschaftsbeiträge von den Industrie- und Handelskammern verliehen wird, in der Philharmonie Essen ausgezeichnet. Den mit 10.000 Euro dotierten Preis in der Kategorie „Wirtschaft in der Regionalzeitung/Schwerpunkt Schlagzeile“ nahm für seine Redaktion der Ressortleiter Wirtschaft des „Tagesspiegel“, Moritz Döbler, in Empfang. Mit unkonventionellen Überschriften wie „Pischetsrieder setzt auf sich“ oder „Zweimal Wiesbaden mit Pommes, bitte!“ überzeugte die Hauptstadt-Zeitung die Jury. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Medien compact (3) (44.KW-06)

01: Der Deutsche Fachjournalisten-Verband (DFJV) darf nun auch **Journalistenausweise**

ausstellen. Bislang war dies den zwei Journalistenverbänden (DJV und dju/ver.di) und den zwei Verlegerverbänden BDZV (Zeitungen) und VDZ (Zeitschriften) vorbehalten. Die hat der Arbeitskreis I der Innenministerkonferenz (Bund + Länder) hat mit Schreiben vom 20. Oktober festgestellt.

02: Die deutschen **Zeitungsverlage haben im dritten Quartal 2006 fast eine halbe Million Zeitungsexemplare weniger** pro Ausgabe verkauft als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Wie die Zeitungs Marketing Gesellschaft am 25. Oktober mitteilte, wurden pro Erscheinungstag 26,98 Millionen Exemplare verkauft und damit 478 000 oder 1,74 Prozent weniger als im dritten Quartal 2005. Bei den Tageszeitungen betrug der Rückgang 2,1 Prozent auf 21,09 Millionen Exemplare und bei Sonntagszeitungen 0,98 Prozent auf 3,83 Millionen, während die Wochenzeitungen ein Plus von 0,61 Prozent auf 2,05 Millionen verzeichneten.

03: Ab dem 3. November sendet bundesweit von Dortmund aus der **neue Fernsehsender "Help TV"**. Der Sender realisiert erstmals in Deutschland das Konzept eines reinen Service-Senders mit Experten-Hilfe und Beratung rund um die Uhr, von juristischen Informationen bis hin zu psychologischen Fragen.

Service + Tipps

Reputationsmessung: Observer integriert Medienresonanzanalyse und Marktforschung

Observer hat sein Evaluations-Instrumentarium um integrierte Reputationsanalysen erweitert. Der mit der ServiceBarometer AG entwickelte Service verbindet Medienresonanzanalysen mit Marktforschung. Die integrierte Reputationsanalyse von Observer unterstützt Kommunikationsverantwortliche bei der strategischen Ausrichtung und beim Controlling ihres Reputationsmanagements. Sie gibt für jede einzelne Stakeholdergruppe Aufschluss darüber, wo Reputationsrisiken und -chancen liegen, welche Themen die Reputation eines Unternehmens treiben und welche es tun sollten, welche Werte bei welcher Stakeholdergruppe wie hoch im Kurs stehen und wie ein Unternehmen seine Stakeholder

mit einem strategischen Issues Management am erfolgreichsten anspricht.
 Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Bitkom: Web 2.0 verändert Wissensmanagement

Der Einzug von Web-2.0-Technologien in Firmennetzwerken hat enorme Auswirkungen auf das Wissensmanagement von Unternehmen. Zu diesem Schluss kommt der "Trendreport Wissensmanagement 2006-2010" des Bitkom. Sahen frühere Ansätze vor, dass Mitarbeiter ihr Wissen in statischen Datenbanken ablegen, geht der Trend durch die neuen Social-Networking-Werkzeuge eindeutig in Richtung Informationsbereitstellung und aktiven Wissensaustausch.

"Wissensmanagement wird immer mehr zu einem strategischen Faktor für Unternehmen, selbst für Mittelständler", sagte Bitkom-Vizepräsident Heinz Paul Bonn. Technologien wie Instant Messaging, Web-Konferenzen, Blogs, Podcasting oder Wikis erleichterten es, sämtliche Daten und Informationen sowie das gesamte Wissen, das die Mitarbeiter für die Erledigung ihrer Aufgaben benötigen, verfügbar zu machen. "Durch die Web-2.0-Technologien und Social-Networking-Werkzeuge werden die virtuelle Zusammenarbeit, der Austausch und die Generierung von Wissen enorm erleichtert - das Internet wird zum 'Mitmach-Netz'", so Bonn.

Ideenklau im Internet: Der Diebstahl geistigen Eigentums

Urheberrechtsverstöße sind im Internet an der Tagesordnung. Schließlich lassen sich urheberrechtlich geschützte Leistungen und Werke auf einfachste Weise kopieren und für eigene wirtschaftliche Zwecke nutzbar machen. Dieser Leitfaden wendet sich an Kreative wie Autoren, Grafiker, Fotografen, Regisseure, Maler, Bildhauer, Architekten, Choreografen sowie andere schöpferisch tätige Menschen und interessierte Laien. Er zeigt, welche Werke und Leistungen unter Urheberrechtsschutz stehen und wie man sein "geistiges Eigentum" verteidigen kann.

Der Urheber ist keineswegs schutzlos gestellt: Mittels Suchmaschinen lassen sich die eigenen

Werke wie Texte, Grafiken oder Fotos oder deren Titel auffinden. Der Verletzer von Urheberrechten kann dann zivilrechtlich und strafrechtlich zur Rechenschaft gezogen werden. [Den vollständigen Beitrag von RA Fabian Haslob in akademie.de hier weiterlesen.](#)

Service compact (7) (44.KW-06)

01: Der **Anspruch auf Krankengeld ab der siebten Krankheitswoche**, den bisher alle freiwillig versicherten Selbstständigen genauso wie Arbeitnehmer mit dem Normalbeitrag in der gesetzlichen Krankenversicherung erwerben, **soll fallen**. Das sieht der jetzt vorgelegte Gesetzentwurf zur Gesundheitsreform vor. Im Gegenzug sollen die Krankenkassen allerdings verpflichtet werden, Selbstständigen Tarife anzubieten, mit denen ein "sofortiges Krankengeld", also ein Krankengeld wirklich vom ersten Krankheitstag an, versichert werden kann. Die Höhe für diese erwartbar unbezahlbaren Tarife begrenzt der Entwurf allerdings nicht. [Zur vollständigen mediafon-Meldung.](#)

02: Weit über 100 **nationale und internationale Wettbewerbe** zeichnen regelmäßig die besten und effektivsten **Marketing- und Kommunikationsleistungen** aus. Jedes Jahr kommen neue hinzu. Kaum noch jemand hat die Übersicht darüber, welches Renommee sich hinter den Wettbewerben verbirgt, wie sich die Jury aufbaut und welche Leistungsaspekte bewertet werden. Die Webseite www.top-of-marketing.de stellt diese **Informationen erstmalig in einer übersichtlichen Datenbank** zur Verfügung.

03: Alle Indexdaten weisen weiter (überraschend) nach oben: Der **Ifo-Geschäftsklima-Index** geht wieder nach oben - auf 105,3 Punkte (Vormonat: 104,9). Der **GfK-Konsumklima-Index** ist auf einem neuen Höchststand: 9,2 Punkte (Vormonat: 8,9).- Der **Verbraucherpreis-Index** wird sich lt. Statistischem Bundesamt im Oktober voraussichtlich um 1,2 Prozent erhöhen (gegenüber dem Vorjahresmonat).

04: Wird der **Begriff „Unterschicht“** in der aktuellen Debatte lediglich als diskriminierend gebrandmarkt, um einer ernsthaften Diskussion über Armut und Arbeitslosigkeit in Deutschland zu entgehen? Das denken jedenfalls 66 Prozent aller Bürger, wie eine bevölkerungsrepräsentative Befragung im Auftrag des **Forschungs- und Beratungsinstituts com.X** zeigt. Nur jeder Dritte

glaubt, dass Akteure aus Politik, Medien und Wissenschaft die Bezeichnung Unterschicht wirklich als ausgrenzend empfinden und deshalb ablehnen.

05: Das **Aktionsbündnis Kopiervergütung** hat am 24. Oktober in Berlin das **Weißbuch "Wider den Ausverkauf der kreativen Leistung"** vorgestellt. "Das Weißbuch war notwendig, weil der Regierungsentwurf zum Urheberrecht die Urheber gegenüber der Industrie deutlich benachteiligt", erklärte VG Wort-Vorstand Ferdinand Melichar. Insbesondere kritisieren die Mitglieder des Aktionsbündnisses, dass die Vergütung der Urheber bei Privatkopien durch die Regierungspläne deutlich sinken würde. Mit dem Weißbuch wolle man den Politikern verdeutlichen, warum diese Pläne zum so genannten Zweiten Korb den Ausverkauf der kreativen Leistung bedeuten würden.

06: **Was macht Marken unwiderstehlich?** Antworten dazu gibt es in einer neuen **Servicebroschüre** von Konzept & Analyse, Nürnberg. 73 Prozent aller Produkteinführungen würden scheitern. Die traditionelle, vorgeschaltete Marktforschung greife zu kurz, weil sie ausschließlich rationale Motive abfrage. Infos: www.konzept-analyse.de.

07: Das Berliner Bundesministerium für Arbeit und Soziales teilt mit: das **Informationspaket zur "Sozialgeschichte Deutschlands"** ist nun fertig. Die CD's und DVD's können hier angefordert werden: www.bmas.bund.de/BMAS/Navigation/Service/publikationen.html.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

Termine compact (8) (44.KW-06)

01: Pressearbeit, Konzeptionstechnik, interne und externe Kommunikationsprozesse, Ansätze zum Krisenmanagement und Präsentationsübungen. Das sind die Inhalte des PR B1 – **PR-Arbeitsmethodik**, 1. Teil, so die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts.. Den Lernstoff festige das neuntägige Basistraining durch Schreib- und

Konzeptionsübungen sowie Einzel- und Gruppenarbeiten. Das PR B1 – PR-Arbeitsmethodik, 1. Teil findet vom 9. bis 17. November 2006 und vom 01. bis 09. Februar 2007 statt. Weitere Seminarinhalte, Informationen über die Trainer und den AFK-Seminarkalender gibt es unter www.afk-online.com.

02: Am 20. November veranstaltet der Niedersächsische Industrie- und Handelskammertag in Walsrode eine Tagung über **"Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Tourismus"**. Infos: www.n-ihk.de.

03: Die **komma 2007, 4. Fachmesse für Kommunikation und Marketing** findet am 24. + 25. Januar 2007 in München statt. Infos: www.komma.com.

04: In dem **media workshop "Professionell moderieren - Pressegespräche, Veranstaltungen, Diskussionen"** erklärt Referent Werner Lauff den maximal zwölf Teilnehmern, wie sie Veranstaltungen strukturieren, eröffnen, leiten und schließen. Sie lernen, dynamische Moderationsformen einzusetzen, Spannungsbögen zu schaffen und das Publikum mit einzubeziehen. Der Workshop findet am 16. und 17. November 2006 in Hamburg statt. Weitere Informationen zum Inhalt des Workshops unter <http://mediaworkshop.newsaktuell.de>.

05: Zum Thema **"Innovationsforum Interne Kommunikation"** veranstaltet **Schick+Partner** am 29. und 30. Januar 2007 eine Tagung zu den vier Themenbereichen Kampagnen und Veränderungsprozesse, Führungskräfte-Kommunikation, Optimierte Prozesse und neue Tools sowie Strategieentwicklung, Controlling und Wertschöpfung. Mit insgesamt 16 Beiträgen präsentieren Kommunikationsverantwortliche aus deutschen Top-Firmen ihre Ansätze zur Weiterentwicklung der – internen – Unternehmenskommunikation. Infos: www.schick-partner.de.

06: Derzeit geben Unternehmen circa 14,2 Prozent ihrer Marketing-Budgets für Events aus. Nach eigener Einschätzung halten jedoch zwei Drittel aller Marketing-Entscheider ihre Markenauftritte für austauschbar. Doch wer glaubt, dass ein unverwechselbares Event nur eine Frage des Budgets ist, hat weit gefehlt. Der Schlüssel zur Einzigartigkeit sind die weichen Faktoren. Welches diese Soft Skills sind und wie sie in die Planung und Umsetzung von Events einfließen müssen,

diskutieren Marketing-Experten auf dem **9. Fachkongress zur World of Events 2007** am 17. und 18. Januar nächstes Jahr in Wiesbaden. Infos: www.euroforum.de/pr-woe06.

07: Wie wird ein PR-Text zur Titelgeschichte anstelle im Papierkorb des Journalisten zu landen? Als neuer Partner der **Textakademie** geht **GlobalCom PR-Network** diesen Fragen im **Seminar "PR-Texten"** nach. Ab 2007 geben Text-Experten der Agentur GlobalCom praktische Tipps für das Verfassen von Presstexten und vermitteln die Grundlagen der Pressearbeit. Die Seminare finden in München, Düsseldorf, Hamburg und Frankfurt statt und sind auf Mitarbeiter in Pressestellen, Agenturen sowie alle am Texten interessierte Laien ausgerichtet. Infos: www.textakademie.de + www.gcpr.net.

08: Die **Medientage Nord 2006 zum Thema "Daten bewegen!"** finden vom 20. bis 24. November in Kiel statt. Infos: www.medientage-nord.de.

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Die Bahn und ihre Krisenkommunikation: Stehen gelassen und dumm gelaufen

(oder: Die gruseligsten Satiren schreibt das Leben selbst)

Fakt: Mutter mit zwei kleinen Kindern will am Bahnhof Andernach den Zug verlassen. Sie steigt aus und hebt eines der beiden Kleinen auf den Bahnsteig. Das andere Kleinkind steht, wartend auf Mamas Arme, in der offenen Tür. Die Türen des Zuges schließen sich, die Bahn fährt ab. Mutter und Kinder schreien, eine Frau im Innern des Zuges nimmt sich des mitgenommenen an. Mama alarmiert einen Bahnangestellten am „Service Point“ im Bahnhof, organisiert sich einen Pkw und rast dem Zug bis Remagen nach. Dort ist Wiedervereinigung. Die Lokalzeitung berichtet und zitiert:

Mutter Rachele Bassotto: „Einfach ungeheuerlich, es kann doch nicht sein, das innerhalb so kurzer Zeit die Türen einfach zugehen!“ (und der Zug losfährt).
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Handbuch "Kommunikationsmanagement"

Internationale Entwicklungen im Kommunikations-Controlling

Die Diskussion um das Kommunikations-Controlling wird weltweit geführt und ist eines der wichtigsten Themen der Kommunikationsbranche. Der Blick auf internationale Entwicklungen zeigt jedoch: Während sich die Diskussion in Deutschland vor allem auf Fragen der betriebswirtschaftlichen Wirkung von Kommunikation sowie auf die Adaption von Managementsystemen wie der Balanced Scorecard konzentriert, steht in den meisten anderen Ländern bisher die operative Messung und Bewertung von Kommunikation im Vordergrund.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

Gerüchte: Folgeschwerer Flurfunk

"Schon gehört? Wir sind pleite, der Chef in der Karibik." Verschwörungstheorien verbreiten sich unter Kollegen in Windeseile. Gerüchte können erstaunliche Kräfte entfalten und eine Menge Schaden anrichten. Verhindern lässt sich das durch die richtige Informationspolitik und gezieltes Eingreifen im zwischenmenschlichen Bereich. Den Artikel von Andreas Heimann in "manager magazin.de" hier weiterlesen: www.manager-magazin.de/koepfe/karriere/0,2828,445353,00.html.

Internes aus der Redaktion

1. Preisträger "PR-Nussknacker"

Der erste Preisträger unseres neuen PR-Awards "PR-Nussknacker" für den Monat Oktober 2006 steht fest: mit 82 Stimmen (69,5 %) haben die Besucher des PR-Journals entschieden: **der Vorschlag "Elterntaxi/Zwei plus zwei" ist der Beste.**

Der Vorschlag "Frommert/T-Mobile-Team" bekam 29 Stimmen (24,6 %). Dritter wurde die Einreichung "dropping knowledge" mit 7 Stimmen (5,9%). Es wurden 12 Vorschläge für den "PR-Nussknacker" für den Monat Oktober eingereicht, 118 Stimmen

wurden vom 17. bis 29. Oktober abgegeben.
Infos zu den Kandidaten: www.pr-nussknacker.de/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=5&Itemid=12.

So, es geht gleich weiter: schlagen Sie [hier](#) die Kandidaten für November vor.

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 10 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 (10)

Titel [orange:blue sucht: PR-Trainee und Junior-Berater\(in\)](#)

Titel [Berliner Agentur sucht Juniorberater/in oder Berater/in](#)

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

Titel [SCHWARTZ Public Relations sucht PR-Berater\(in\) in München](#)

Titel [PR-Consultant bei crossrelations](#)

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](#)

In Medien (1)

Titel [Helios Media Berlin sucht einen Projektleiter New Business & Business Development \(m/w\)](#)

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, 30. Oktober 2006 - 21:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.206 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 ([---

PR-Journal NL Nr. 86 \(24. Oktober 2006\) - Seite 9](mailto:reineke@pr-</p></div><div data-bbox=)

[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 Pfannenberg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; 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; 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.prijournal.de; www.prijournal.eu, www.agenturcafe.de, www.neues-prportal.de, www.przentrum.de, www.pr-nussknacker.de.