

# PR-Journal-Newsletter

## Nr. 88 / 45. Woche 2006

### *PR-Nusknacker zum zweiten...*

Nun gilt es, den zweiten Preisträger unseres neuen PR-Awards "PR-Nusknacker" für den Monat November 2006 zu finden. Wir fragen wieder 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-nusknacker.de](http://www.pr-nusknacker.de) und melden Sie uns Ihre Vorschläge.** Alle weiteren Informationen zum neuen PR-Award stehen dort.

### Seite.1

### **Fink & Fuchs PR kooperiert mit Universität Leipzig**

Die führende Agentur für Technologiekommunikation in Deutschland, Fink & Fuchs Public Relations AG, Wiesbaden, hat eine strategische Partnerschaft mit der Universität Leipzig geschlossen. Im Rahmen der auf mehrere Jahre angelegten Kooperation wird das von Prof. Dr. Ansgar Zerfaß geleitete Kompetenzzentrum Innovations- und Technologiekommunikation unterstützt. Um die Forschung in diesem zukunftssträchtigen Marktsegment voranzutreiben, wird zudem ein dreijähriges Promotionsstipendium

ausgeschrieben. Die Eckdaten sind unter [www.ffpr.de](http://www.ffpr.de) und [www.communicationmanagement.de](http://www.communicationmanagement.de) verfügbar; Interessenten können sich bis zum 8. Dezember 2006 bewerben.

### **Verhalten des PKV ist auch ein PR-Skandal**

Nun wirft auch die Bundesregierung dem PKV (Verband der privaten Krankenversicherung) massenweise Fälschung von Unterschriften eigener Mitglieder vor (die von den Briefen meist nichts wussten). Diese Lobby-Politik (und damit Öffentlichkeitsarbeit) ist höchst unethisch und offenbart ein mieses Demokratieverständnis. Der PKV-Organisator Volker Leienbach spricht von Einzelfällen - peinlich! (Infos [hier in tagesschau.de](http://hier.in.tagesschau.de))

Ausgelöst wurde der skandalöse Vorgang u.a. durch eine Erklärung von Marlies Volkmer, MdB (SPD): Die Private Krankenversicherung (PKV) ist durch effektive Lobbyarbeit und die schützende Hand der CDU von der Gesundheitsreform weitestgehend verschont geblieben. Trotzdem treffen seit zwei Wochen körbewise Protestbriefe von empörten Privat-Versicherten in den Büros der Bundestagsabgeordneten ein.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

### Personalien

### **Annette Engelke zum Director Corporate Communications ernannt**

Die Arabella Hotel Holding International und das Arabella Sheraton Hotelmanagement haben Annette Engelke zum 5. Dezember als neue Direktorin Corporate Communications berufen. Die Diplomkauffrau war in den vergangenen Jahren in verschiedenen Führungspositionen in der Hotellerie tätig. Engelke kommt von Arkona in Rostock, wo sie seit dem Jahre 2003 als Leiterin der Presse- und



Öffentlichkeitsarbeit tätig war.

Sie ist als Director Corporate Communications verantwortlich für die interne und externe Kommunikation des Unternehmens, das mit 31 Hotels in Deutschland, Österreich, der Schweiz und auf den Balearen sowie in Südafrika zu den führenden europäischen Hotelgesellschaften zählt. Weiterhin verantwortet sie sämtliche PR-Aktivitäten für Starwood Hotels & Resorts in Deutschland und der Schweiz.

### **Kindler macht externe Kommunikation für Springer**

Sven Kindler (41) wird am 1. Januar 2007 neuer Leiter Externe Unternehmenskommunikation beim Axel Springer-Verlag in Berlin. Position und Abteilung wurden neu geschaffen. Kindler ist noch PR-Chef der Stadtverwaltung Dresden. Die externe Unternehmenskommunikation soll nach Verlagsangaben als drittes Kernressort neben der internen Kommunikation und der Objekt-Kommunikation etabliert werden. Die

Verantwortung über alle Segmente trägt Springer-Kommunikationschefin Edda Fels (48).

### **Cornelia Wolber wird neue Shell-Pressesprecherin**

Cornelia Wolber (39) wird in Hamburg neue Pressesprecherin für Shell in Deutschland, Österreich und der Schweiz, berichtet der Branchendienst "sprecherszene". Wolber, die zuvor als Wirtschaftskorrespondentin der Welt im Berliner Hauptstadtbüro tätig war, wird die Stelle im Januar antreten. Sie folgt auf Rainer Winzenfried, der seit Juli die Pressearbeit bei Royal Dutch Shell in Den Haag koordiniert. Wolber berichtet an den Direktor Unternehmenskommunikation und Wirtschaftspolitik, Patrick Kammerer.

### **Personalien compact (13) (45.KW-06)**

01: **Alexander Cordes** (32) wechselte von Pleon Berlin als Account Direktor (in den Bereichen Public Affairs und Corporate Communications) zur ortsansässigen Brunswick Group.

02: **Stefan Arlt** (41) ist als Leiter der Presseabteilung des Heide-Parks Soltau ausgeschieden.

03: **Alexandra Birkel** (26) arbeitet jetzt als PR-Juniorberaterin bei dot.communications in München. Sie folgt auf **Miriam Friedmann** (26), die zu SevenOne Media wechselte. Als Volontärin ist **Johanna Hiller** (29) neu im 17-köpfigen Team dabei.

04: **Ralf Bürkle** (35) hat die neu geschaffene Stelle als Communications Director der Mannheimer Business School übernommen. Er hatte zuvor die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fakultät für Betriebswirtschaftslehre der Universität Mannheim aufgebaut.

05: Berlin Thunder Public Relations Director **Maik Matischak** (34) ist jetzt neuer NFL Europa Director of Communications. Er bringt für seinen neuen Job jahrelange Erfahrungen in der Kommunikation für American Football in Deutschland mit ein.

06: **Heike-Maria Maiß** (32) leitet seit 1. Oktober als Group Head Public Relations die PR-Unit von onpact in München. Sie kommt von Interface Public Relations.

07: **Sebastian Ackermann** (39) übernimmt zusätzlich zu seiner Aufgabe als Pressesprecher von RWE Energy in Dortmund auch die Leitung des Bereichs externe Kommunikation.

08: **Karl-Friedrich Brenner** (43) leitet seit 1. November die neu geschaffene Unternehmenskommunikation des Versicherers AMB Generali in München. Er kommt von der Dresdner Bank.

## MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen  
> Zielgruppenanalysen  
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

09: **Arndt Hellmann** (46) hat seinen Job als Leiter Unternehmenskommunikation von Airbus Hamburg verlassen. Er konzentriert sich nun auf die Geschäftsführung seiner Kommunikationsberatung Baltic Media Consulting, Hollenstedt.

10: **David Schröder** (34) ist jetzt neuer Leiter Corporate Communications bei Next ID in Bonn und Hamburg (gehört zu Freenet) - er kommt von Hill & Knowlton.

11: **Volker Scheller** (39), bisher Schneiderbuch-Marketingleiter, verantwortet jetzt die neue Abteilung Werbung und PR des Egmont-Verlages, Köln. Die Verlage vgs, Schneiderbuch, Ehapa Comic Collection und Ehapa Manga & Anime machten dies bisher jeder für sich.

12: **Nicole Karepin** (35) ist nun Leiterin Kommunikation und Marketing bei Zenithoptimedia in Düsseldorf. Sie kommt von der Pressestelle von T-Online/T-Com in Darmstadt.

13: **Tore Prang** ist der neue Leiter Unternehmenskommunikation bei Airbus Deutschland in Hamburg - als Nachfolger von Arndt Hellmann (s.o.).

## Etats

---

### **Etatas compact (13) (45.KW-06)**

01: Sanitätshaus Aktuell AG (Kampagne "Merk Dir den Smiley"), Vettelschoß  
 an: **Kuhn, Kamann & Kuhn**, Köln

02: FM Solution (während der Hannover Messe), Hannover  
 an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

03: Kerry Logistics, Hongkong + HSO S.a.r.l., Luxemburg (für Autohersteller Brilliance Jin Bei)  
 an: **Ad Hoc PR**, Gütersloh

04: Ceratizit (Hartmetall-Welzmarktführer), Luxemburg  
 an: **ofischer communication**, Köln

05: U.S.E. United Source Enterprise Deutschland, Hannover  
 an: **W.A.R. WerbeAgentur & Redaktion**, Markt Indersdorf

06: The Territory Distributions (Vertrieb für Heelys/modische Sneakers), Köln  
 an: **Public Affairs PR Agentur**, Köln

07: Amtseinführung und Tournee von Fabio Luisi, neuer Generalmusikdirektor der Sächsischen Staatskapelle und Semperoper, Dresden  
 an: **BartheCommunications**, Berlin

08: Karstadt Warenhaus, Essen (gesamter Markenauftritt)  
 an: **Grey Worldwide**, Düsseldorf

09: apetito (Marktführer für Tiefkühl-Komplettmenüs), Rheine  
 an: **Ines Uhlig PR**, Hamburg

10: Europe's 500-Mittelstandsranking (für Deutschland)  
 an: **HBI Helga Bailey PR**, München

11: Sonnentor Kräuterhandel (Bio-Tee), Zwettl/Österreich  
 an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

12: KWC Deutschland (Armaturenhersteller), Herrenberg  
 an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

13: Merlin Group (Legoland Discovery Centre), Berlin  
 an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

## Branche

---

### **Dr. Haffa & Partner mit neuem Geschäftsbereich Corporate Publishing**

Die Münchner Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat einen neuen Geschäftsbereich Corporate Publishing gegründet. Hier bündelt die Spezialagentur für Hightech- und IT-Unternehmen ihre Aktivitäten rund um die Konzeption und Umsetzung von Unternehmenspublikationen. Der neue Bereich wird die laufenden Corporate-Publishing-Projekte fortführen und zudem mit neuen Kunden und Projekten wachsen. Neuer

Leiter des Corporate Publishing ist Sebastian Pauls (38), Journalist und Senior-PR-Berater bei Dr. Haffa & Partner.

### **Branche compact (11) (45.KW-06)**

01: Die Nominierten für den wichtigsten deutschen Preis für politische Kommunikation, den **Politikaward 2006**, stehen fest: 18 Finalisten haben sich aus mehr als 150 Einreichungen herauskristallisiert. Das Fachmagazin "politik&kommunikation" verleiht den Politikaward 2006 am 22. November im Schlüterhof des Deutschen Historischen Museums in Berlin. Der Rahmen für die Preisverleihung ist das Branchentreffen Berliner Politiktage. Alle Nominierungen finden sich online unter [www.berliner-politiktage.de/politikaward/nominierte.php](http://www.berliner-politiktage.de/politikaward/nominierte.php).

02: Verbrauchernah und kritisch sind die Gewinnerbeiträge des diesjährigen **Helmut Schmidt-Journalistenpreises**, die am 2. November in Hamburg von der **Direktbank ING-DiBa** zum elften Mal vergeben wurden. So gingen der erste Preis des Wettbewerbs und 15.000 Euro an den TV-Dokumentarfilm "Und du bist raus. Wie Investoren die Traditionsfirma Grohe auspressen". Infos: [www.ing-diba.de](http://www.ing-diba.de).

03: **Weber Shandwick** wurde für herausragende Leistungen in der Öffentlichkeitsarbeit mit dem **United Nations Grand Award**, dem Grossen Preis der Vereinten Nationen für das Jahr 2006 ausgezeichnet. Die Auszeichnung honoriert die Arbeit von Weber Shandwick bei der Herausgabe der CD "Help: A Day in the Life" des Projekts War Child.

04: Thomas Gottschalk (Haribo + Deutsche Post/DHL), Steffi Graf (Barilla) sowie Heidi Klum (Katjes) und Franz Beckenbauer (o2) sind laut **Kommunikationsbarometer** von "Horizont" die **bekanntesten Promi-Werber** in Deutschland.

05: **Text 100 Public Relations**, eine weltweite Technologie-PR-Beratung, gab heute die Einführung des **neuen Geschäftsbereichs „Clean Tech“** für saubere Technologien bekannt. Das weltweite Team berät Unternehmen, die Technologien und Dienstleistungen in den Bereichen Energieeffizienz und erneuerbare Energien anbieten.

06: Die **Stach's Kommunikation & Management** hat ihren Ansatz für eine **effiziente Zielgruppenansprache** weiterentwickelt und ihr Leistungsangebot neu strukturiert. Die Frankfurter Agentur hat sich in den letzten fünf Jahren auf die interne und externe Strategievermittlung in Veränderungsprozessen spezialisiert. Stach's stellt bei komplexen Veränderungsprozessen und Neuaufstellungen von Unternehmen eine mehrdimensionale Ansprache der betroffenen Personenkreise in den Mittelpunkt. Infos: [www.stachs.de](http://www.stachs.de).

07: Das **Agenturnetzwerk Firstline Europe** expandiert weiter. Mit dem Einstieg einer Partneragentur in Italien deckt der Zusammenschluss inhabergeführter Agenturen für Stakeholder-Management-Beratung nunmehr elf europäische Länder ab. Exklusiver Partner in Deutschland ist Klenk & Hoursch. Neues Mitglied ist die Mailänder Kommunikationsagentur Theodore Trancu & Associates.

08: Auch **ad publica**, Hamburg wächst weiter und muss deshalb größere Büroräume beziehen - im sechsten Jahr des Bestehens ankert man nun in der Hamburger Speicherstadt in der Nähe zur neuen HafenCity.

09: **Der Schwung in der Schweizer Wirtschaft hat nun auch die PR-Branche erfasst**. Nach einem schmalen Plus im vergangenen Jahr rechnen die Agenturen bis ins kommende Jahr mit weiter steigenden Honorarerträgen. Über die Hälfte aller Kommunikationsunternehmen rechnen zum Jahresende mit höheren Honorareinnahmen als im Vorjahr, heißt es in der publizierten Umfrage des Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA) bei ihren Mitgliedern. Im Durchschnitt ergebe das für 2006 ein Branchenwachstum von 3,6 Prozent. Für das kommende Jahr erwarten die Agenturen ein Wachstum ihrer Einnahmen um vier Prozent. Der Bund der Public Relations Agenturen wies für 2005 nach drei mageren Jahren ein Wachstum von 2,9 Prozent auf 61,5 Millionen Schweizer Franken aus.

10: **WWF und Bärenmarke setzen ihre im Frühjahr begonnene Kooperation fort**. Für einen Zeitraum von rund vier Wochen fließt pro verkauftem Liter der Alpenfrischen Milch von Bärenmarke ab sofort ein Cent in das Bärenprojekt des WWF, weitere finanzielle Unterstützung für die nächsten Jahre ist vorgesehen. Bereits im Mai hatte sich Bärenmarke spontan bereit erklärt, mit einem geländegängigen Fahrzeug zu helfen, damit die Suche nach dem damals in Deutschland

wandernden Braunbären JJ1 intensiviert werden konnte. Ziel des WWF ist es, den Bären in den Alpen dauerhaft eine Heimat zu geben.

11: **Peter Vogt** hat sich nach der Übernahme durch Bayer von seinem Job als Head of Investor Relations bei Schering in Berlin verabschiedet und gründet nun eine **Beratungsagentur für Finanzkommunikation und Investor Relations**.

## Medien

### **Fachmedien erwarten Wachstum - neue Studie zur Bedeutung**

Fachverlage beurteilen Geschäftslage und Entwicklung weiterhin positiv. Das zeigen die jetzt vorliegenden Ergebnisse der Herbstumfrage der Deutschen Fachpresse, die alljährlich die Einschätzungen zu dem ablaufenden und die Erwartungen zu dem kommenden Geschäftsjahr abfragt. Für 2007 erwarten 43 Prozent der befragten Mitgliedsunternehmen höhere Inlandsumsätze, 37 Prozent ein im Vergleich zum Vorjahr gleich bleibendes Niveau. Auch die Ertragslage 2006 wird überwiegend positiv bewertet.

Die aktuelle Studie der Deutschen Fachpresse untersucht die Fragen, welche Bedeutung die Marke im Markt der Fachinformationen hat und wie Markenführung hier erfolgreich umgesetzt werden kann. Das Projekt wurde von der Universität Siegen, Fachbereich Marketing, in Zusammenarbeit mit der Deutschen Fachpresse konzipiert. Die Daten basieren auf den Ergebnissen einer Online-Befragung unter den Mitgliedern der Deutschen Fachpresse im Sommer 2006. Infos hierzu unter [www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de).

### **50 Jahre deutsches Werbefernsehen**

Den ersten Werbespot im deutschen Fernsehen strahlten am 3. November 1956 die Bayern aus. Die Premiere galt der Offerte eines Waschpulvers. Angeschlossen waren 2,5 Millionen Fernsehgeräte. Rasch zogen die anderen ARD-Anstalten mit der Einführung von TV-Werbung nach. Mit dem Sendebeginn des

ZDF (April '63), dem Startschuss des Farbfernsehens (August '67) und der Zulassung kommerzieller Veranstalter ab 1985 war die Karriere des Werbeträgers unaufhaltsam.

Heute nehmen die Sender fast vier Milliarden Euro netto aus dem Werbegeschäft ein, davon 3,7 Milliarden Euro die Privaten. Damit liegt das Werbefernsehen an zweiter Position nach dem monetär werbestärksten Medium, den Tageszeitungen mit 4,4 Milliarden Euro.

Seit Einführung des privat veranstalteten Fernsehens ist die Menge der gesendeten TV-Stunden von rund 1.000 im Jahr 1985 auf heute knapp 20.000 gewachsen. Die jährlich verbreiteten 3,2 Millionen Spots werden gegenwärtig von 83 bundesweiten sowie 37 regionalen und lokalen Programmanbietern gesendet. Weitere Infos: [www.zaw.de](http://www.zaw.de).

### **Medien compact (4) (45.KW-06)**

01: **Mit dem Begriff Web 2.0 können im Moment noch die wenigsten etwas anfangen.** Eine repräsentative Umfrage im Auftrag der Hamburger PR-Agentur ZPR zeigt auf, inwieweit der neue Hype um Web 2.0 tatsächlich schon im deutschen Alltag angekommen ist. Nur sechs Prozent der Befragten geben an, den Begriff Web 2.0 überhaupt zu kennen. Zusätzlich scheint auch bei diesen Unklarheit darüber zu bestehen, was sich hinter Web 2.0 genau verbirgt.

02: Die von der Berliner **IVW** ermittelten **Quartalszahlen** liegen auch wieder für die **PR-Fachmedien** vor. Der "pressesprecher" aus dem Helios Media-Verlag, Berlin ist kein IVW-Mitglied. Folgende Zahlen wurden gemeldet (in den Klammern die Zahlen des Vorquartals):

- **prmagazin** (Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck): Druckauflage: 4.976 (4.736); Verbreitung: 3.942 (3.974); Verkauf: 2.447 (2.439); Abonnement: 1.852 (1.821); Freistücke: 1.495 (1.535).
- **PR Report** (Haymarket Publishing, Hamburg): Druckauflage: 6.500 (6.750); Verbreitung: 6.282 (6.447); Verkauf: 917 (886); Abonnement: 898 (863); Freistücke: 5.365 (5.561).

03: Auch die **Fernsehnutzerzahlen für den Oktober** liegen jetzt (von der GfK Nürnberg ermittelt) vor. An der Reihenfolge eins bis fünf hat sich gegenüber dem Vormonat nichts verändert (in

Klammern die prozentualen Zuschaueranteile ab drei Jahren): ARD (13,5), RTL (13,1), ZDF (12,5), Sat.1 (9,3), ProSieben (7,4) und Vox (5,4).

04: Deutschlands führendes Internetangebot für Presseinformationen ist ab **jetzt IVW-geprüft**. **presseportal.de** verzeichnete in der IVW-Ausweisung für September knapp sechs Millionen Seitenabrufe. Durch die IVW-Mitgliedschaft stellt das Angebot der dpa-Tochter news aktuell der PR-Branche jetzt unabhängige und vergleichbare Zahlen zur Verfügung. Außerdem wies IVW im September 1,5 Millionen Visits für presseportal.de aus.

## Service + Tipps

### Service compact (6) (45.KW-06)

01: Neue statistische Daten: Der **Einzelhandelsumsatz** ist lt. Statistischem Bundesamt, Wiesbaden im September 2006 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,2 Prozent gesunken.- Erfreulich dagegen die neueste Meldung der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg: die **Arbeitslosen-Quote** ist im Oktober 2006 mit 9,8 Prozent auf den niedrigsten Stand seit vier Jahren gesunken (4,085 Millionen Erwerbslose). Die BA rechnet auch für 2007 mit weniger Arbeitslosen.

02: Die neue **B-to-B-Plattform Pitch-Pool** bietet Marketing, Event- und PR-Fachleute ein ideales Tool, um mit Agenturen einfach und schnell in Kontakt zu treten. Der Klick auf ein Bundesland oder einen PLZ-Bereich über die Regio-Suche reicht aus, schon ist die Agentur in der Nähe leicht zu finden. Detaillierte Suchparameter, aussagefähige Leistungsprofile und ein ansprechendes Design sind nur einige der Merkmale von Pitch-Pool. Über ein detailliertes Bewertungssystem können die Auftraggeber den Service und die Qualität der Agenturen bewerten. Infos: [www.pitch-pool.de](http://www.pitch-pool.de).

03: Im August dieses Jahres ist das **Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG)** in Kraft getreten. Es hat nicht nur erhebliche Auswirkungen auf die Betriebe, etwa bei der Einstellung von Personal, sondern ist auch ein erneuter Beweis dafür, wie schnell sich die rechtlichen Rahmenbedingungen hierzulande für Arbeitgeber ändern. Da ist es schwer, den Überblick zu behalten - nicht nur für Leiter

kleinerer und mittlerer Unternehmen, sondern auch für Personalverantwortliche in größeren Abteilungen. Solche Fehler zu vermeiden ist das ausgewiesene Ziel eines neuen Buches, das im **Rudolf Haufe Verlag** erschienen ist: "**Fallen und Irrtümer im Arbeitsrecht**". Von der Einstellung bis zur Kündigung", versehen mit einer CD-ROM, geschrieben von der Rechtsanwältin Stephanie Kaufmann (ISBN 3-448-07511-6).

04: Die **Berliner Strategieagentur different** stellt Journalisten und Marketing-Entscheidern regelmäßig kostenlos Impulse aus der Welt der Marken mit ‚Best Cases‘ der Markenführung und aktuellen ‚Trend Insights‘ zur Verfügung. Diesmal beschäftigt sich different mit dem Thema „**Brand Agenda Management**“ und mit der Frage, wie Marken die Themen erobern können, die ihnen strategisch wichtig sind. Infos: [www.different.de](http://www.different.de).

05: Die Preise für das Mobiltelefonieren lagen nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes im Oktober 2006 um 8,8 Prozent unter dem Niveau von Oktober 2005. Die Internet-Nutzung verbilligte sich zwischen Oktober 2005 und Oktober 2006 um 4,2 Prozent. Der **Preisindex für Telekommunikationsdienstleistungen** insgesamt (Festnetz, Mobilfunk und Internet) lag aus Sicht der privaten Haushalte im Oktober 2006 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahresmonat um 2,2 Prozent niedriger.

06: Die **bundesweite gründerinnenagentur (bga)** unterstützt das Existenzgründungsportal des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) mit einem frauenspezifischen Beratungsangebot. Ab sofort beteiligen sich rund 150 Expertinnen des bundesweiten bga-Netzwerkes am Portal [www.existenzgruender.de](http://www.existenzgruender.de) und **beraten Gründerinnen und Unternehmerinnen zu Fragen ihrer beruflichen Selbstständigkeit** und geben wertvolle Orientierung und Vermittlung zu weiterführenden Beratungsangeboten im gesamten Bundesgebiet. Frauen gründen anders als Männer und haben auch andere Anforderungen im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeit.

## Tagungen + Seminare + Ausbildung

---

### **Workshop zu rechtlichen Fallstricken bei Kooperationen mit Freien**

Viele selbständige PR-Berater leben von Kooperationen: als freie Mitarbeiter von Agenturen, als Netzwerkpartner von Werbetextern, Grafikern, Fotografen und in strategischen Allianzen mit Marketing- und Internetagenturen. Mal sind sie Auftraggeber, mal Auftragnehmer, mal beides. Und immer leben sie von Vertrauen - solange alles gut geht.

Wenn es mal nicht so läuft, sind die Anlässe häufig dieselben: Angebote, Konzepte, Präsentationen, Termintreue, Nutzungs- und Verwertungsrechte, Abrechnungen, Mandantenschutz und so weiter. In welche rechtlichen Situationen PR-Unternehmer in Kooperationen und Netzwerken geraten können und wie sie sich darauf vorbereiten, dazu lädt die Arbeitsgemeinschaft PR-Unternehmer der DPRG-Landesgruppe Bayern am 23. November in München ein mit Impulsreferat, Fallbesprechung und anschließender Diskussion. Infos: Rosemarie Büschel [www.dprg.de](http://www.dprg.de).

### **Termine compact (8) (45.KW-06)**

01: „**Business Podcasting**“: **Neues Seminarangebot** thematisiert die Revolution in der Unternehmenskommunikation. Seminarinhalte: Corporate Podcasts und ihre Einsatzmöglichkeiten von der Neukundengewinnung bis zur Außendienststeuerung. Termine: 30. November 2006 und 25. Januar 2007 in Wiesbaden. Anmeldung unter [www.business-podcasting.de](http://www.business-podcasting.de).

02: **Studienreise in die Schweiz zu gewinnen**: Masterstudiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“ erleben in Berlin und St. Gallen. Mit Know-how in Digitaler Kommunikation die Karriereleiter hinauf klettern – der international ausgerichtete **Masterstudiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“ macht es möglich**. Beide Standorte bieten in den nächsten Wochen Schnuppertage: Interessierte können

sich am 9. November in Berlin ein Bild machen und erleben die Einführung ins Modul Kommunikation I. Zusätzlich verlost die UdK einen Schnuppertag am 16. Dezember in St. Gallen. Infos: [www.udk-berlin.de/ldk](http://www.udk-berlin.de/ldk).

03: Je näher die Internationale Touristik Börse (ITB) in Berlin rückt, desto mehr Presseinformationen erreichen täglich die Reisedredaktionen. Wie Pressemitteilungen die Aufmerksamkeit von Reisedredakteuren gewinnen, vermittelt die dpa-Tochter news aktuell im **media workshop "Pressearbeit zur ITB - Mit originellen Pressemitteilungen ins Blatt"** am 13. Dezember in Hamburg. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de>.

04: **"Marketing im Web 2.0"** - Eine Vortrags- und Diskussionsveranstaltung der Buena la Vista, der Würzburg AG, dem Marketing-Club Mainfranken und dem CommClub Bayern am 16. November im Vogel Convention Center. **Patrick Breitenbach**, einer der erfolgreichsten und renommiertesten Blogger in Deutschland, bringt Sie auf den neuesten Stand. Mit seinen Ausführungen stützt er sich auf aktuelle Beispiele aus dem Web 2.0. Sie lernen die DOs and DON'Ts kennen. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, bitten wir um Zusage bis spätestens 10.11.06 per eMail an [events@buena-la-vista.de](mailto:events@buena-la-vista.de).

05: Immer mehr Firmen haben erkannt, dass sie sich darum kümmern müssen, wie ihr Angebot bei den Kunden ankommt und wie man den Verkauf ankurbelt. Deshalb steigt das Angebot an Weiterbildungsmaßnahmen für Marketing und Vertrieb ständig. Die Qualität der einzelnen Angebote zu bewerten, ist für den einzelnen fast unmöglich. Deshalb hat die **Stiftung Warentest in ihrem FINANZtest SPEZIAL Marketing und Vertrieb** alles (?) zusammengefasst, was man über die Weiterbildungsangebote in diesem Bereich wissen sollte und insgesamt 96 Kurse getestet und bewertet (für 7,50 Euro im Zeitschriftenhandel erhältlich oder online bestellen unter [www.test.de/shop](http://www.test.de/shop)).- Leider ist die Auswahl der PR-Ausbildungen sehr unvollständig und unzureichend - hätte man zumindest mit der DAPR Kontakt aufgenommen, wäre der Service des Heftes besser zu nutzen.

06: Umfragen sind eine gute Möglichkeit, Themen in den Medien zu platzieren. Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen bieten sie die Chance, sich positiv darzustellen. Wie der Sprung ins Blatt mittels Umfragen gelingt, erfahren die zwölf Teilnehmer am 23. und 24. November und am

12. und 13. März im **media workshop "Texten mit Zahlen - Umfragen erfolgreich kommunizieren"** in Berlin. Infos: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de>.

07: Die nächste Veranstaltung im Rahmen der Wall-Vorlesungsreihe der **UMC Potsdam** findet am 15. November in Berlin statt. Thema: **"Chancen und Nebenwirkungen des Open-Source-Journalismus** - Eine Rückschau in die Zukunft der Kommunikation" mit Richard Gaul, ehemaliger Leiter Konzernkommunikation und Politik, BMW München. Infos: [www.umc-potsdam.de](http://www.umc-potsdam.de).

08: **Businesswire** bietet am 14. Dezember in Frankfurt am Main eine **Informationsveranstaltung** zum Thema "Das **Transparenzsetzungsgesetz (TUG)** in der Praxis" an. Kontakt: [germany@businesswire.com](mailto:germany@businesswire.com).

## Kommentare

### **Kerlikowskys Kommentar über... Energieversorgung, Truppenentsendung und deutsche Interessen**



Guten Tag! George W. Bush, der aus dem Ölstaat Texas stammt, wußte bei seinem Amtsantritt mit Sicherheit, daß die USA mehr Energie verbrauchen als sie selbst im Lande zu vertretbaren Preisen fördern können. So kam ihm der Sieg der Taliban in Afghanistan gerade recht, um den amerikanischen Einfluß rund um das Kaspische Meer, wo große Öl- und Gasvorkommen liegen, zu sichern. Und das Attentat auf das World Trade Center war ein willkommener Anlaß, wenn auch kein Grund, im Irak einzumarschieren. Beide Feldzüge stellen sich nun als Desaster heraus.

Deutschland wird, so Dr. Peter Struck als damaliger Verteidigungsminister, am Hindukusch verteidigt. Also sandten wir Soldaten auf Bitten der Amerikaner hin. Pech nur, wenn die Soldaten nicht siegen können, wie gerade der Isaf-Kommandeur in Afghanistan, der britische General David Richards, feststellte. Wir verlieren mit den Amerikanern den Krieg. Dabei haben wir selbst kein Kriegsziel.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Handbuch "Kommunikationsmanagement"

### **Rechtfertigungsrituale als kommunikative Kunstform**

Richard Kastl, 79114 Freiburg, [info@fachredaktion-wirtschaft.de](mailto:info@fachredaktion-wirtschaft.de)

„Das hab` ich nicht so gemeint“ - „Rechtfertigungen“ gehören zum kommunikativen Alltag im privaten und beruflichen Leben. Ständig geben wir persönliche Erklärungen zu einem Vorgang, einer Handlung, einem Vorwurf, einer Anschuldigung ab. Wir rechtfertigen uns, weil wir nach den Gründen unserer Handlungen gefragt werden. Manchmal werden diese Fragen explizit gestellt und manchmal von uns vorweggenommen.

Das Thema Rechtfertigung wird sowohl in der Theologie als auch in der Moralphilosophie seit Jahrhunderten unter Gelehrten erörtert, es bleibt aber in der PR relativ unbelichtet. Doch der gekonnte Umgang mit Rechtfertigungen und auch mit Entschuldigungen ist eine unverzichtbare Fertigkeit, welche die Organisationen befähigt, sich zu legitimieren, ihre Handlungen der Öffentlichkeit zu erklären und mögliche Krisen abzuwenden. In einem werteorientierten Umfeld, in dem das Risikobewusstsein gewachsen ist, die Öffentlichkeiten sensibler geworden sind und wirtschaftliches Handeln immer mehr ethischen Ansprüchen genügen muss, kommen „Rechtfertigungen“ maßgebliches Gewicht zu.  
*Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

## Themen der Zeit (Autorenbeiträge)

### **Die Netz-Identität**



von Nils Repke, Marketing/Kommunikation, [Fink & Fuchs PR](http://fink-fuchs-pr.de), Wiesbaden

Über die neuen Formen der sozialen Vernetzung und des „Information Sharing“ im Web 2.0 ist bereits viel berichtet und diskutiert worden. Inzwischen liest man auch verstärkt



unter dem Stichwort „PR 2.0“ oder „Kommunikation 2.0“ von den Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation, vorrangig mit Blick auf den Kundendialog. Doch mit dem Siegeszug der Social Software ist neben einem veränderten Informations- und Beziehungsmanagement auch ein völlig neues Identitätsmanagement gefordert. Neue Tools erweitern die kommunikative Einflussnahme und zwingen zur aktiven Gestaltung der Netz-Identität von Unternehmen, Marken und Persönlichkeiten. In Zeiten des Suchmaschinen-Marketings ist dies ein Thema, dem man sich ernsthaft annehmen sollte.

### Was hat sich verändert?

Noch vor einigen Jahren wurde das Image eines Unternehmens respektive seiner Vorstände überwiegend in der Offline-Welt geprägt. Die Tools der (Marketing-) Kommunikationsabteilung beschränkten sich dabei vorrangig auf klassische Pressearbeit, Imagebroschüren, Kundenzeitungen, Hochglanzanzeigen, Brancheneinträge, Messeauftritte und vieles mehr. Die erste Zäsur brachte das Web, als Unternehmen anfangen, ihre Visitenkarte in Form einer (weitgehend) statischen Homepage zu kreieren. Mittlerweile bestimmen zunehmend Wikipedia, Blog-Einträge, Podcasts, Art und Anzahl der Kontakte in openBC und andere Dialogformen, welches Bild von einem Unternehmen bzw. einzelnen Personen im Netz entsteht.

*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 11 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

#### Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

[www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/](http://www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/)

Die weiteren Angebote:

### In Agenturen (19)

Titel [H & K Frankfurt sucht Account Manager \(Lifestyle\)](#)

Titel [Hamburger Agentur sucht \(Senior-\)Kundenberatung als Führungsnachwuchs](#)

Titel [Ketchum in München sucht Teamleiter \(m/w\)](#)

Titel [Trimedia Frankfurt sucht Junior Consultant mit Berufserfahrung in der Finanzwirtschaft](#)

Titel [Trimedia Düsseldorf sucht PR-Berater / PR-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt IT \(B2B & B2C\)](#)

Titel [Trimedia Düsseldorf sucht PR-Berater/-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt auf Enterprise- und IT-Business](#)

Titel [LoeschHundLiepold München sucht PR-Berater\(in\) oder Senior-Berater\(in\)](#)

Titel [PR-Berater \(m/w\) bei JP | KOM in Frankfurt](#)

Titel [JP | KOM Frankfurt sucht Online Redakteur \(m/w\)](#)

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, 06. November 2006 - 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.231 Empfänger** versandt.

---

## Impressum:



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

**Verlag:** Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

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

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

**Korrespondenten:** Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich ([bernd-oliver\\_buehler@web.de](mailto:bernd-oliver_buehler@web.de)); Michael Bürker, München ([michael.buerker@commendo.de](mailto:michael.buerker@commendo.de)); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn ([daniel.fazekas@mmdcee.com](mailto:daniel.fazekas@mmdcee.com)); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada ([frank\\_hupke@gmx.de](mailto:frank_hupke@gmx.de)); Eric Metz, Hamburg ([e.metz@gemeinsam-werben.de](mailto:e.metz@gemeinsam-werben.de)); Stefan Munko, Berlin ([munko@dprg-berlin.de](mailto:munko@dprg-berlin.de)); Frauke Scheben, New York/USA ([frauke.scheben@gmx.de](mailto: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 Räsche, Düsseldorf; Christine Rauscher, Tübingen; Nils Repke, Wiesbaden; 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](mailto:zimmermann@prplus.de)); Beate Quilitzsch-Schuchmann, Heidelberg; Regina Raab, Bad Wildungen; Lars Rademacher, Ludwigshafen/Wolfsburg; Wolfgang Reineke, Heidelberg; Guido Reining, Hamburg; Corinna E. A. Schütt, Bad Soden-Salmünster; Andreas Schultheis, Bonn; Christoph Seydel, Berlin; Julia Sommerhäuser (politik-digital), Berlin; Sabine Sturm (ars publicandi), Rodalben; Dr. Stefan Wachtel, Frankfurt am Main; Frank Wiesner, Biberach; Dr. Ansgar Zerfaß, Esslingen-Berkheim.

**Marketing - MediaService:** Ursel Reineke ([marketing@pr-journal.de](mailto:marketing@pr-journal.de)), Schloß Wolfsbrunnenweg 25, 69118 Heidelberg, Telefon: +49 (0)6221 165506 (Einträge Datenbanken I + II/Agenturen, Dienstleister, Ausbildung); Michael Seipelt ([info@business-travel.de](mailto:info@business-travel.de)), Düsseldorf (Suchmaschinen-Marketing/Google-Werbung);

### Anschrift:

Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg  
 Telefon: +49 (0)2241 201.30.60  
 Telefax: +49 (0)2241 201.30.61  
 Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail: [redaktion@pfeffer.de](mailto:redaktion@pfeffer.de), [redaktion@pr-journal.de](mailto:redaktion@pr-journal.de), [gerhard@pfeffer.de](mailto:gerhard@pfeffer.de)

URL: [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de), [www.pr-journal.at](http://www.pr-journal.at); [www.pr-journal.ch](http://www.pr-journal.ch); [www.pr-journal.com](http://www.pr-journal.com); [www.pr-journal.info](http://www.pr-journal.info); [www.pr-journal.net](http://www.pr-journal.net); [www.prjournal.de](http://www.prjournal.de); [www.prjournal.eu](http://www.prjournal.eu), [www.agenturcafe.de](http://www.agenturcafe.de), [www.neues-prportal.de](http://www.neues-prportal.de), [www.przentrum.de](http://www.przentrum.de), [www.pr-nussknacker.de](http://www.pr-nussknacker.de).



## **PR Report Awards 2007: Einsendeschluss am 17. November**

Für die fünften PR Report Awards läuft der Countdown. Nur noch bis zum 17. November haben Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz Zeit, sich mit ihrer Arbeit bei dem Branchenpreis zu bewerben. Für die Leserinnen und Leser des pr-journal hier das Wichtigste rund um die PR Report Awards 2007 auf einen Blick:

### **Die PR Report Awards**

Im Rahmen einer festlichen Gala zeichnet das Magazin PR Report in jedem Frühjahr die besten Kampagnen und Projekte sowie die erfolgreichsten Personen und Teams der PR-Wirtschaft aus. Der Branchenpreis wird von zahlreichen namhaften Sponsoren aus der PR-Wirtschaft unterstützt.

### **Ausschreibung und Einsendeschluss**

Die Ausschreibungsunterlagen der PR Report Awards 2007 stehen unter [www.prreport.de](http://www.prreport.de) (Rubrik „Events“) zum Download bereit. Die Bewerbungsfrist endet am 17. November 2006.

### **Die Kategorien**

Unternehmenskommunikation und PR-Strategie sind noch stärker in den Fokus gerückt. Für erstklassige Projekte und Kampagnen stehen 16 Kategorien zur Auswahl. Hinzu kommen vier Gold Awards, mit denen Personen und Teams geehrt werden.

#### **Unternehmens- und Organisationskommunikation**

Interne Kommunikation und Change Management  
Externe Kommunikation und Issues Management  
Kapitalmarktkommunikation

#### **Produkt- und Marken-PR**

Consumer Marketing  
Business-to-Business  
Healthcare  
Technology

#### **Public Affairs**

#### **PR-Strategie**

Innovative PR-Strategie  
Langfristige PR-Strategie  
Internationale PR  
Best evaluierte Kampagne /Unternehmenskommunikation

#### **Special Awards**

Non-Profit  
Publicity  
Corporate Social Responsibility  
Interne Medien

#### **Gold Awards**

Student des Jahres  
PR-Agentur des Jahres  
PR-Team des Jahres  
PR-Professional des Jahres

### **Die Jury**

Frank Behrendt, Martin Bredl, Dr. Christof Ehrhart, Norbert Essing, Edda Fels, Stephan Fink, Helmut Freiherr von Fircks, Alexander Fleischer, Richard Gaul, Thomas Geiger, Dr. Bettina Gneisz-Al-Ani, Prof. Dr. Dieter Herbst, Brigitte Kammerer-Jöbges, Dr. Antje Lüssenhop, Christina Marx, Dr. Laurin Paschek, Dieter Pool, Claas Sandrock, Dr. Jörg Schillinger, Sebastian Vesper, Thomas Voigt

### **Tipps rund um Ihre Bewerbung**

Hinweise zu häufig gestellten Fragen im Zusammenhang mit den PR Report Awards sind in der soeben erschienenen November-Ausgabe des PR Reports auf den Seiten 40/41 zu finden.

### **Weitere Informationen, Ausschreibungsunterlagen, Anmeldungen zur Gala etc. bei**

Dagmar Schlenker  
Haymarket Events  
Tel. 040 / 69 206-104  
Fax 040 / 69 206-333  
[dagmar.schlenker@haymarket.de](mailto:dagmar.schlenker@haymarket.de)