

PR-Journal-Newsletter

Nr. 93 / 50. Woche 2006

Seite. 1 _____

Award "PR-Nussknacker" erstmals verliehen



Der erste PRJ-Award "PR-Nussknacker" für Oktober 2006 ging an "Elterntaxi" in Köln. Anke Münster, plusquamperfect, Köln und Dagmar Thiemann, Wortspiele, Siegburg (machen die PR) sowie Andreas Gehlen, Zwei plus zwei, Köln (Elterntaxi-Vertrieb) freuen sich über die Auszeichnung - zusammen mit Mathias Scheben ("Award-Erfinder" für das "PR-Journal"). Weitere Informationen auf der Startseite www.pr-nussknacker.de - auch über den Gewinner für November 2006. **Auch die Vorschläge für den Dezember-Award können dort online eingereicht werden.**

Tageszeitungen beschäftigen sich zunehmend mit dem Thema Weblogs

Printmedien thematisieren Weblogs mit steigendem Interesse: während im November 2005 noch 100 Meldungen über Blogs berichten,

registriert Ausschnitt Medienbeobachtung, Berlin im selben Monat 2006 bereits eine Verdreifachung. Neben dem Abdruck von Artikeln über Blogs, das Bloggen und die Blogosphäre entwickeln vor allem Tageszeitungen Genre übergreifende Formate, die Anschlusskommunikation ermöglichen.



So werden in der Printausgabe Themen angeschnitten, zu deren Diskussion die Leser in die entsprechenden Weblogs der Zeitung eingeladen werden (Beispiele: Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau). Einige Regionalzeitungen experimentieren mit Leserblogs, die sie in ihre eigenen Onlineauftritte integrieren. Hieraus übernehmen sie Inhalte in ihre Printausgaben (Beispiele: Trierischer Volksfreund, Hessisch Niedersächsische Allgemeine, Südkurier).

Eine nahezu konstante Auseinandersetzung mit Weblogs verzeichnet die Fachpresse. Branchentitel aus den Bereichen Werbung/Marketing, Medien und Computer/IT verbuchen 68 Prozent der insgesamt qualifizierten Meldungen auf sich und berichten relativ ausführlich. Fast die Hälfte der Artikel umfasst mehr als eine Seite. Ein ähnliches Ergebnis liefern Special Interest-Titel. Onlinemedien sind naturgemäß stärker in das Thema Weblogs involviert: hier lokalisiert der Berliner Dienstleister für Medienbeobachtung und Medienanalyse drei Viertel der insgesamt 7.500 Meldungen.



Personalien

Strobl wird Kommunikationschef im ORF

Der grüne ORF-Stiftungsrat Pius Strobl (50) wird mit 1. Januar 2007 Kommunikations- und Marketingchef im ORF Österreichischer Rundfunk in Wien. Strobl übernimmt die vom designierten ORF-Chef Alexander Wrabetz neu geschaffene Abteilung, in der künftig alle Fäden in Sachen Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und zentrales Marketing zusammenlaufen. Seine Funktion als ORF-Stiftungsrat wird Strobl bis Jahresende niederlegen. Strobl wird zunächst Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit. Am 1. Januar sollen auch die Marketing-Themen, für die bisher der künftige Online-Direktor Thomas Prantner zuständig war, in das neue Ressort integriert werden.

Personalien compact (10) (50.KW-06)

01: **Martina Euchenhofer** (35) wird im Januar 2007 neue Leiterin Kommunikation bei Betty TV in München. Sie kommt vom ProSiebenSat.-1-Vermarkter SevenOne Media.

02: **Christoph Löwer** (37) wechselt von Genius in Darmstadt zur Kommunikationsagentur Burson-Marsteller nach Berlin - als neuer Manager für politische Öffentlichkeitsarbeit.

03: **Mark Pohlmann** (37), seit 1998 Leiter der Unternehmenskommunikation des Interactive-Dienstleisters SinnerSchrader in Hamburg, wird den Geschäftsbereich Online Conversations aufbauen, der für Agentur-Kunden die Kommunikation im Web 2.0 betreuen soll. Die Leitung der PR-Abteilung übernimmt **Martin Recke** (37). Recke arbeitet seit 2001 im PR-Stub der Agentur.

04: **Marc-Oliver Poppen** ist seit dem 1. Dezember neuer Chefredakteur des Fachmagazins "pressesprecher" (erscheint im Helios-Media-Verlag in Berlin). Es wird u.a. an alle Mitglieder des BdP Bundesverbandes deutscher Pressesprecher versandt). Er ist Nachfolger von **Carolyn Braun**, die im Januar mit KollegInnen ein Journalistenbüro in Berlin startet - die von ihr mitbegründete MedienManufaktur "zu den kleinen Hirschen".

05: **Carsten Barth** hat in der Schweiz einen neuen Job: er ist jetzt Direktor Corporate Strategy and Global Marketing bei Elcoteq in Zug - ein Global Player, der Equipment Manufacturing Services für die Kommunikationsindustrie anbietet.

06: **Christian Stein** (31) verantwortet jetzt als Projektmanager die externe sowie interne Unternehmenskommunikation bei der Kommunikationsagentur Dialogfeld in Nürnberg. Er war zuletzt bei der ortsansässigen GWA-Agentur Schultze.Walther.Zahel.

07: **Jessica Stürer** (29) wird Marketing- und PR-Managerin bei Tomorrow Focus Technologies in München. Sie kommt von arvato und folgt auf **Matthias Tausendpfund**. Dieser ist nun beim Softwareanbieter Red Dot Solutions in Oldenburg.

08: **Guido Gudat** (46) macht hausintern Karriere: er wird als Nachfolger von **Alrun Griepenkerl** (41) neuer Geschäftsbereichsleiter Unternehmenskommunikation & PR der Kölnmesse.

09: **Achim Struchholz** (44) ist jetzt neuer Leiter Unternehmenskommunikation der Altana Chemie in Wesel. **Sven Kremser** leitet dort die externe und interne Kommunikation.

10: **Pascal Schöning** (26) arbeitet jetzt neu in der Kommunikationsagentur muehlhaus & moers in Köln.

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen
 > Zielgruppenanalysen
 > Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

Etats

Axicom gewinnt dritten großen Neukunden

Eines der größten Kommunikationssoftware-Unternehmen hat seinen PR-Etat der pan-europäischen IT-PR-Agentur Axicom übertragen. Nach einem erfolgreichen Launch in Großbritannien, Frankreich, Deutschland, Schweden und Finnland startet Aricent jetzt mit den AxiCom-Teams in diesen Ländern durchgängige PR-Kampagnen. Aricent ist ein "full-service" Kommunikationssoftware Unternehmen mit einem breiten Portfolio an Software Services und Produkten für die Kommunikationsindustrie.

Martina Brembeck, Axicom-Deutschland Chefin hat gleich dreifachen Grund zur Freude: "Nach dem Gewinn des SNE- und Dataflux-Etats haben wir mit Aricent innerhalb weniger Wochen gleich drei namhafte Neukunden für Axicom in Europa gewonnen. Wir sehen unser Konzept der ITK-Fokussierung in Eigentümer-geführten Büros in allen wichtigen Märkten dadurch erneut bestätigt."

Etats compact (9) (50.KW-06)

01: Stiftung Gemeinsames Rücknahmesystem Batterien (GRS), Hamburg
 an: **Heide Schwarzweiler - Segmenta PR**, Hamburg

02: Expedia Corporate Travel, ???
 an: **Edelman**, Paris/Frankfurt am Main

03: Westfalia Automotive (Anhängervorrichtungen), Rheda-Wiedenbrück
 an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

04: Gemeinnützige Werkstätten Köln (GWK), Köln
 an: **ofischer communication**, Köln

05: Stadtverwaltung Darmstadt + Lufthansa Systems (Mitarbeiterzeitung "update"), Kelsterbach
 an: **Profilwerkstatt**, Darmstadt

06: itemis (IT-Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen), Lünen
 an: **saalto Agentur und Redaktion**, Karlsruhe

07: Baumann Unternehmensberatung, Frankfurt am Main
 an: **Wise PR**, Frankfurt am Main

08: Hase Kaminofenbau, Trier
 an: **rheinfaktor - agentur für kommunikation**, Köln

09: Ancestry.de (Ahnen- und Familienforschung), München
 an: **dot.communications**, München

Branche

Trademark Public Relations in München gegründet

Stefanie Weckerle (29) und Stefan Ehgartner (38) (Ex-Gründer und GF von Harvard PR) sind auf eigenen Wunsch als geschäftsführende Gesellschafterin bzw. als Associate Partner bei Markenzeichen, Agentur für Marketing-Kommunikation ausgetreten (Bodo Bimboese macht nun in Frankfurt am Main alleine weiter) und haben als gleichberechtigte geschäftsführende Gesellschafter die auf Marken- und Produkt-PR spezialisierte Agentur Trademark Public Relations mit Sitz in München gegründet. Den schwungvollen Start und die Konstanz der Neugründung tragen acht weitere Mitarbeiter und bereits mehr als ein Dutzend Kunden – darunter auch einige Blue-Chip-Namen - aus den Bereichen Konsumgüter, Lifestyle, Consulting, Consumer Electronics sowie Informations- und Telekommunikationstechnologie. Das avisierte Honorarvolumen von einer Million Euro für das Jahr 2007 ist ambitioniert, aber aufgrund der vorhandenen Kunden- und Kontaktpotenziale in Griffweite.

Branche compact (8) (50.KW-06)

01: Mit einer erneuten Rekordbeteiligung gehen die **PR Report Awards** in ihr fünftes Jahr. 382 Bewerbungen sind im Rennen um die Trophäen in 20 Kategorien. Die Auszeichnungen der PR-

Wirtschaft werden am 19. April 2007 in Berlin verliehen. Die Kampagnen und Projekte konkurrieren in 16 Kategorien wie "Consumer Marketing", "Public Affairs", "Externe Kommunikation und Issues Management" und "Non Profit". Hinzu kommen vier Gold Awards, mit denen Personen und Teams ausgezeichnet werden. Darunter der "PR-Professional des Jahres", die "PR-Agentur des Jahres" sowie der Elisabeth-Kohl-Award der GPRA für den/die "Studenten/in des Jahres".

02: Der "**European Enterprise Award**" wurde am 10. Dezember erstmals vergeben. Das Echo in Deutschland war groß - 52 Einrichtungen hatten sich beworben. Damit hatte Deutschland die höchste Bewerberzahl auf nationaler Ebene, gefolgt von Spanien und Österreich. Der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Michael Glos (CSU): "Es ist sehr erfreulich, dass ein Projekt aus Deutschland, "ifex" - die Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge **aus Baden Württemberg**, den ersten Preis in der Kategorie "Wegbereiter des Unternehmertums" erringen konnte.

03: Die "Aktion Mensch" und die "Stiftung Digitale Chancen" haben **deutschsprachige Websites** in verschiedenen Kategorien für ihre **Barrierefreiheit** ausgezeichnet. Die Hauptpreise ("Goldene Bienen") gingen an die Barmer Ersatzkasse, das Pharmaunternehmen Pfizer sowie an das Bürgerportal des österreichischen Bundeskanzleramtes HELP. Infos: www.biene-award.de.

04: **Henkel** erreichte beim deutschen Ranking der **Nachhaltigkeitsberichte** 2005 des Research Instituts "Scoris" mit 82 von 100 möglichen Punkten **das beste Ergebnis**. Die Nachhaltigkeitsberichte von Henkel erhalten bei nationalen und internationalen Rankings regelmäßig beste Noten und werden mit Preisen ausgezeichnet, zuletzt der Nachhaltigkeitsbericht 2004, der bei einem Ranking von future und dem IÖW unter 150 deutschen Unternehmen den ersten Platz erreichte. Die **Kölner Agentur Kuhn, Kammann & Kuhn** betreut Henkel seit 1998 bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

05: Die auf IT- und Hightech-Unternehmen spezialisierte **Münchener PR- und Marketing-Agentur Dr. Haffa & Partner** blickt auf ein äußerst erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: 2006 konnte die Agentur sechs neue Kunden gewinnen und sechs neue Mitarbeiter einstellen.

Die Abteilungen für Marketing, Sales Support und Corporate Publishing wurden ausgebaut und brachten zahlreiches Neugeschäft. Die positive Entwicklung geht vor allem auf die wachsenden Umsätze mit Marketing und Sales Support zurück.

06: **PR-COM**, München, eine der führenden deutschen Agenturen für Kommunikation im Bereich IT und Telekommunikation, **ist dem internationalen Constella Network beigetreten**. Das auf Technologiebranchen spezialisierte Kommunikations-Netzwerk deckt die wichtigsten Märkte in Nord- und Südamerika, Europa und Asien ab. Lokale PR- und Kommunikationsagenturen aus 20 Ländern gehören dem Constella Network an.

07: **Podcasts sind das Thema einer neuen Agentur im Kölner Süden**. Die **redaktion86** besteht seit April 2006. Sie ist spezialisiert auf Podcasts für die Kunden- und/oder Mitarbeiterkommunikation. Dabei versteht die Agentur Podcasts nicht als die freie und wilde Kommunikationsform der ungezügelten privaten Audioblogger. Die drei- bis fünfminütigen Radiosendungen für die Unternehmenskommunikation entsprechen dem journalistischen und redaktionellen Niveau des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

08: **Die deutschen Phonoverbände stellen sich neu auf** und bauen ihr politisches Engagement aus. Der Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft und die deutsche Landesgruppe des internationalen Verbandes der Tonträgerhersteller (ifpi) sollen bis zum Frühjahr 2007 unter einem Dach zusammengeführt werden. Das beschlossen die jeweiligen Mitgliederversammlungen am Montag in Berlin. "Mit der Zusammenführung beider Verbände schaffen wir eine transparente und noch effizientere Interessenvertretung sowie ein einheitliches Sprachrohr für die deutsche Musikwirtschaft", sagte Michael Haentjes, Vorsitzender der deutschen Phonoverbände.

Medien

Presserat rügt Boulevardzeitungen und antisemitischen Leserbrief

Die beiden Beschwerdeausschüsse des Deutschen Presserats sowie der Ausschuss zum Redaktionsdatenschutz tagten am 5. und 6.

Dezember in Bonn. Dabei wurden insgesamt 106 Beschwerden behandelt, zwölf Rügen, 19 Missbilligungen und 18 Hinweise ausgesprochen. Insgesamt vier nicht-öffentliche Rügen wurden aufgrund eines Verstoßes gegen die Ziffer 8 ausgesprochen. In drei Fällen wurden die Veröffentlichungen von Fotos mutmaßlicher Täter gerügt. Eine öffentliche Rüge erhielt die BILD-Zeitung, die in einem Beitrag über den Freitod einer überschuldeten Frau in ausführlicher Art und Weise berichtet hatte.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Ausschnitt setzt Maßstäbe in der Weblog-Beobachtung

Berliner Unternehmen bietet Vollbeobachtung von 140.000 Blogs und definiert Relevanzkriterien für die Kategorisierung. Ausschnitt Medienbeobachtung kategorisiert die große Masse der Weblogs auf Grundlage eines fest definierten Kriterienkataloges nach A-, B- und C-Blogs. Im Ergebnis sind rund 1.000 A- und B-Blogs qualifiziert worden. Bereits seit anderthalb Jahren liefert Ausschnitt Medienbeobachtung Ergebnisse aus 140.000 deutschen Weblogs. Die hauseigene Suchmaschine identifiziert die Treffer. Das Blog-Lektorenteam qualifiziert die gefundenen Beiträge exakt zum Suchauftrag und versendet sie zweimal täglich per E-Mail an die Kunden. Ab sofort erhalten Kunden zusätzlich mit jeder Lieferung die Relevanz-Einordnung der Weblogs, die über ihr Thema berichten.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Medien compact (4) (50.KW-06)

01: Podcasts sind für Medien und PR das wichtigste Web 2.0-Phänomen - mit steigender Tendenz. So eine Schlussfolgerung des jüngsten **media coffee von news aktuell** in Frankfurt am Main. Über 200 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten besuchten die von der dpa-Tochter veranstaltete Podiumsdiskussion zum Thema "Web 2.0 - Wie verändern sich Medien und PR?". Moderiert wurde die Veranstaltung von Annette Milz, Chefredakteurin des "MediumMagazins". Zudem unterstrich Sebastian Holzapfel ("FR") den Nutzen, der sich für Journalisten aus Blogs ergibt. "Internetforen und Blogs helfen heutzutage bei der journalistischen Recherche.

Dies zeigt zum Beispiel auch der Fall Emsdetten: Journalisten konnten bei der Berichterstattung auf Informationen aus Blogs zurückgreifen."

02: Die ARD hatte bei den **Fernsehzuschauern ab drei Jahren** auch **im November** die Nase vorn. Mit 13,5 Prozent der Marktanteile lag das Erste lt. der Nürnberger GfK-Fernsehforschung knapp vor dem ZDF, das auf 13,3 Prozent kam. Der Kölner Privatsender RTL erreichte auf Platz drei nur noch 12,6 Prozent. Danach folgten Sat.1 mit 9,2 Prozent und ProSieben mit 7,1 Prozent. Vox kam als Fünfter auf 5,4 Prozent.

03: Eine **Umfrage "Benchmarking zur Medienbeobachtung"** soll die Teilnehmer in die Lage versetzen, die eigene Pressebeobachtung mit der anderer Unternehmen und Organisationen zu vergleichen. Die Antworten werden gesammelt, anonymisiert und ausgewertet. Die Teilnehmer erhalten die Ergebnisse des Benchmarkings kostenlos per E-Mail zur Verfügung gestellt. Rückschlüsse auf die eigenen Antworten sind nicht möglich. Hier gibt's den Fragebogen: <http://symphony.altares.de/umfrage>. „Das ist ein sehr fairer Ansatz. Auf der Grundlage gegenseitiger Information können sich die Presseverantwortlichen nicht nur vergleichen; es hilft auch, einen modernen Pressespiegel an den Bedürfnissen von PR-Praktikern auszurichten“ sagte Oliver Tschirdewahn, bei **altares** für den Bereich Medienbeobachtung verantwortlich.

04: The NewsMarket, die erste Anlaufstelle für Medien international auf der Suche nach Videomaterial (www.thenewsmarket.com), geht mit einer neuen Plattform für Medienanstalten auf der ganzen Welt online, die den Journalisten ein ausgefeiltes Suchsystem und die **schnellste Online-Order-Funktion für Video** bietet, die derzeit auf dem Markt ist. Die Integration eines komplett mit Web 2.0 überarbeiteten Interface schließt den Überarbeitungsprozess der Plattform The NewsMarket ab, der sich innerhalb des vergangenen Jahres bisher in drei wesentlichen Neuerungen ausgedrückt hat. Anfang dieses Jahres stellte das Unternehmen den schnelleren Download von broadcastfähigem Videomaterial vor. Kurze Zeit später wurde zudem eine neue Suchmaschine auf der Basis der **Autonomy™** Technologie eingeführt. Für Online-Journalisten bietet The NewsMarket seit einigen Monaten auch die Möglichkeit, Low-Resolution Material herunterzuladen. **Das digitale Presseportal für Video-Nachrichtenmaterial hat inzwischen mehr als 10.000 registrierte Media Outlets in 144 Ländern.**

Service + Tipps

Online-Test: Wie gut ist mein Verband?

Seit Anfang Dezember bietet die Kölner Agentur Landscape auf www.landscape.de/verbandsmarketing einen umfassenden Selbsttest für Verbandskommunikatoren. Die Aktion wendet sich an Entscheidungsträger in Verbänden und Organisationen. Die Teilnahme ist unverbindlich, anonym und kostenlos. Jeder Teilnehmer erhält zudem eine individuelle Auswertung. Wie erfolgreich ist die eigene Verbandskommunikation? Erreicht ein Newsletter die Leser? Lohnt eine eigene Verbandszeitschrift den Aufwand? Ist Werbung ein geeignetes Mittel, um Mitgliederschwund zu stoppen? Viele wichtige Entscheidungen im Verbandsmarketing werden letztlich aus dem Bauch heraus getroffen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Service compact (5) (50.KW-06)

01: Leistung alleine reicht nicht aus, um Kunden zu binden, denn ihre Zufriedenheit mit den gebotenen Leistungen wirkt sich nur zum Teil auf ihre Treue aus. Auch weiche Faktoren spielen eine wichtige Rolle: **Etwa ein Drittel der Kundenbindung entsteht durch das Image der Anbieter und Lieferanten beim Kunden.** Das zeigt die Sonderstudie "Der emotionale Entscheider" aus dem Excellence Barometer 2006 (ExBa), einer Studieninitiative der Forum! Marktforschung und der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ). Die Studie betrachtet die Kundenbeziehungen in neun Business-to-Business-Branchen (B-to-B), von Beratern über Software bis zu Zeitarbeit. Man kann von einer Abkehr vom rationalen Entscheider sprechen, denn Emotionen und Kontakte prägen die Kundenbeziehungen im B-to-B-Bereich erheblich mit. Hier geht es zur Studie: www.wuv.de/studien/index.php.

02: **Das Bild des Islams hat sich in Deutschland deutlich verschlechtert.** Vor allem negative Schlagworte wie Terror, Zwangsehen und "Ehrenmorde" prägen einer neuen Studie (des Essener Zentrums für Türkeistudien) zufolge das Islam-Bild in den Medien und im politischen Diskurs. Muslimische

Migranten fühlen sich zunehmend an den Rand gedrängt. Für gegenseitige Missverständnisse ist nach Meinung Lale Akgüns (Bundestagsabgeordnete und Islambeauftragte der SPD) auch verantwortlich, dass "der moderne Islam in Deutschland kein Gesicht hat". Aber die Medien thematisierten eben nicht das Normale, sondern das Außergewöhnliche im Zusammenhang mit dem Islam (tagesschau.de - 07.12.2006)

03: **Buch-Neuerscheinung:** Warum sollen Prüfungsleistungen immer nur in einer Akte archiviert werden? Studierende der Fachhochschule Mainz haben jetzt einen anderen Weg eingeschlagen und ihre Arbeitsergebnisse in einem Buch veröffentlicht. Unter dem Titel „**Heads and Facts - Die Branche im Porträt**“ portraituren sie Fachleute aus der Kommunikationsbranche quer durch verschiedene Branchen: Vom Auswärtigen Amt über Fraport, Ikea, Volkswagen, IngDiba bis hin zum ZDF. Das Buch ist Ergebnis eines Projektes, das die Studierenden in einer Lehrveranstaltung des Studienschwerpunktes Kommunikationsmanagement durchführten. 25 Euro, Broschiert: 124 Seiten, Verlag: Books on Demand GmbH (November 2006), ISBN: 3833465476.

04: Lt. Statistischem Bundesamt, Wiesbaden wurde das Mobiltelefonieren im November 2006 um 7,7 Prozent billiger als im Vorjahresmonat. Die Internetnutzung ermäßigte sich um 5,4 Prozent. Der **Preisindex für Telekommunikations-Dienstleistungen** insgesamt lag um 2,2 Prozent niedriger als 2005.- Bei den Unternehmen **im Dienstleistungsbereich stiegen die Umsätze** im dritten Quartal 2006 um 5,7 Prozent gegenüber dem Vergleichsquartal 2005. Die Beschäftigtenzahl erhöhte sich um 3,1 Prozent.

05: Eine **Führung durch das Berliner Parlamentsviertel und die Häuser des Deutschen Bundestages können interessierte Bürgerinnen und Bürger demnächst am eigenen Computer erleben.** Das Referat Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Bundestages hat icomedias Deutschland und exozet interact im Rahmen einer öffentlichen Ausschreibung mit der Konzeption und Umsetzung einer multimedialen DVD-ROM beauftragt. Die Produktion läuft bereits auf Hochtouren. Im Auftrag des Deutschen Bundestags haben icomedias und exozet bereits das Jugendportal mitmischen.de und mehrere CD-ROM-Produktionen wie zum Beispiel "Parlament kompakt. Informationen zum 16. Deutschen Bundestag" und "Virtueller Rundgang durch das Marie-Elisabeth-Lüders Haus" konzeptioniert und realisiert.

Tagungen + Seminare + Ausbildung

BROADmind - das interdisziplinäre Traineeship für Marketing und Kommunikation

Drei inhabergeführte Unternehmen aus dem Rhein-Main-Gebiet bieten mit BROADmind das erste interdisziplinäre Traineeship für Marketing und Kommunikation im deutschsprachigen Raum an: Conteam Gruppe (Marketingberatung, Groß-Gerau), forum! (Marktforschung, Mainz) und Klenk & Hoursch (Public Relations, Frankfurt am Main). BROADmind-Trainees entscheiden sich für einen der drei Schwerpunkte Marketingberatung, Marktforschung oder Public Relations und sind in dem entsprechenden Unternehmen fest angestellt. Jeweils einen Monat hospitiert der Topnachwuchs dann bei den anderen beiden Unternehmen. Eine vierwöchige journalistische Hospitanz bei einem Medienpartner rundet das Traineeship ab. Mit dem integrierten Programm vermitteln die BROADmind-Initiatoren ihrem Topnachwuchs eine ganzheitliche Sicht von Kommunikation und bereiten ihn so optimal auf die Kundenanforderungen der Zukunft vor.
Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Termine compact (6) (50.KW-06)

01: **Professionell geschriebene Pressemitteilungen**, Berichte, Reportagen und Interviews stehen auf dem Programm des fünftägigen **AFK-Intensivseminars PR W7 – Journalistisches Schreibtraining**. Das eintägige Spezialtraining **PR W5 – Kreativ Schreiben** vermittelt Techniken für kreative, aufmerksamkeitsstarke Überschriften und Textesteige. – „Nicht nur zur Weihnachtszeit“, schmunzelt Czernick, „sondern sechs Mal in kommenden Jahr.“ Die nächsten Termine: **PR W7 – Journalistisches Schreibtraining**, 26.02.-02.03.2007, **PR W5 – Kreativ Schreiben**: 30.03.2007. Weitere Seminarinhalte, Informationen über die Trainerin und den AFK-Seminarkalender gibt es unter <http://www.afk-online.com/>.

02: Mit aktuellen Themen wie Suchmaschinen gerechtes Texten von Webseiten oder

Networking befasst sich 2007 die **Arbeitsgemeinschaft PR Praxis**. Weitere Themen sind u.a. „Guerilla-Marketing“ und „Internationale PR“. Die AG PR Praxis ist eine Mischung zwischen Weiterbildung und Erfahrungsaustausch von Marketing- und **PR-Leuten aus Unternehmen und Verbänden im Rhein-Main-Gebiet**. Sie wird seit 1998 moderiert von Bärbel Döhring, Journalistin, PR-Beraterin und Trainerin aus Frankfurt am Main. Der erste ist am 1. März 2007 in Offenbach, Anmeldung und weitere Infos unter www.dpr-online.de/04.1.ger.htm.

03: Insgesamt drei Kurse des **PR-Fernstudiengangs von com+plus**, Münster haben in diesem Jahr erfolgreich und zum Teil mit Bestnoten ihre Abschlussprüfung zur PR-Managerin/zum PR-Manager am Zentrum für angewandte Kommunikation (ZAK) in Münster absolviert. Nach einem Jahr intensiver PR-Weiterbildung und Prüfungsvorbereitung bestätigte das unabhängige Prüfungsinstitut den Prüflingen ihre im Fernstudium erworbenen Kompetenzen. Nächster Kursstart bei com+plus ist der 19. Januar 2007. Infos: www.complus-network.de.

04: Kommunikationsdienstleister Convento, Neuss lädt am 8. und 9. Februar 2007 zum **2. Intensiv-Seminar "Kommunikations-Controlling"** ein. Konzept, Organisation und Moderation: Lothar Rolke und Wolfgang Jäger, FH Mainz. Weitere Infos: www.convento.de.

05: Am 1. März 2007 findet in München der **2. Deutsche Medientag** statt. Thema: "Media-Architektur von morgen: Die besten Strategien für Ihre Marke". Infos: www.managerakademie.de.

06: Das Zentrum für Weiterbildung an der Universität Bremen bietet im neuen Jahr eine fünfteilige **Seminarreihe** der Fachbuchautorin **Viola Falkenberg zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** an (aus dem Dschungel der Gesetze zum erfolgreichen Interview). Infos über Themen und Termine: www.weiterbildung.uni-bremen.de.

Kommentare

Der PRR-Kommentar: Gut kooperiert

PRREPORT Für Kommunikations- und Marketingverantwortliche - egal ob in Unternehmen oder Agenturen - ist die Pharmabranche ein heikles Feld. Dass es dabei nicht immer mit rechten Dingen zugehen muss, erfuhr die Öffentlichkeit kürzlich aus der „Zeit“. Sie berichtete, wie Artikel zum Asthma-Mittel "Symbicort" den Weg in die Publikumspresse finden. Es fiel auf, dass ein Mediziner zwar als neutraler Interviewpartner präsentiert wurde, aber trotzdem das Medikament namentlich nannte. Es stellte sich heraus: Er steht in enger Verbindung zum Konzern AstraZeneca, dem Hersteller des Präparats. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

PR-Digest

Ran an die Abgeordneten - Tag und Nacht

Neues Internet-Angebot: Wer einfach mal seinem Abgeordneten eine Frage stellen will, wartet meist wochenlang auf einen Termin. Jetzt nicht mehr: Im Internet sind Bundestags-Politiker rund um die Uhr erreichbar. Und zwar völlig öffentlich - auf www.abgeordnetenwatch.de. Den Artikel von Sonja Pohlmann vom 8. Dezember in spiegel.de [hier weiterlesen](#).

Internes aus der Redaktion

2. Preisträger PRJ-Award "PR-Nussknacker"

Das war aber eine knappe Abstimmung: Der zweite Preisträger unseres neuen PR-Awards "PR-Nussknacker", diesmal für den Monat November 2006, steht fest: mit 24 Stimmen (40,7 %) haben die Besucher des "PR-Journals" entschieden: der Vorschlag **"World Vision Deutschland - Kinderstudie"** ist der Beste.

Knapp dahinter mit nur einer Stimme weniger: "WM-Endspiel-Rasenstücke für guten Zweck" (23 Stimmen - 39,0 %). Der Vorschlag "Bärenmarke hilft WWF (Bärenprojekt)" bekam 12 Stimmen (20,3 %). Es wurden sieben Vorschläge für den "PR-Nussknacker"

für den Monat November eingereicht, 59 Stimmen wurden vom 17. November bis 5. Dezember abgegeben. Infos zu den Kandidaten [hier](#).

PR-Jobs + Karriere

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

Gesuche

Die 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 21 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobangebote/volontariat-trainee-praktikum/

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (13)

Titel [PR-Junior Berater für Berliner Büro sofort gesucht](#)

Titel [Kölner Agentur sucht Redakteur/in Corporate Publishing](#)

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

Titel [Hamburger Agentur sucht Public Relations-Assistent\(in\) und Volontär\(in\)](#)

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

Titel [CrossPR-Juniorberater/in im Bereich Medienarbeit / Redaktion gesucht](#)

Titel [ProjektleiterIn Marken- und Produkt-PR in Stuttgart](#)

Titel [Kölner Kommunikationsagentur rheinfaktor sucht PR-Junior-Berater/in](#)

Titel [Grant Butler Coomber sucht Senior-PR-Berater/-in IT](#)

Titel [PR-Berater/-in in Heidelberg gesucht](#)

Titel [Pleon Kohtes Klewes Frankfurt sucht Verstärkung für den Bereich Consumer PR \(Beauty\)](#)

Titel [Pleon Kohtes Klewes Frankfurt sucht Junior Consultant \(m/w\) Bereich Finanzkommunikation](#)

Titel [the.messengers aus Bad Homburg suchen Verstärkung](#)

In Unternehmen (2)

Titel [Deutscher Sparkassenverlag sucht Berater/in Public Relations](#)

Titel [Odenwald-Institut sucht Referenten/in Öffentlichkeitsarbeit, Marketing und Projektunterstützung](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
 Montag, 04. Dezember 2006 - 16:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.287 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),
 Neuwed; 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; Juliane Bötzel, Leipzig; Arne Borgards, Düsseldorf; Gernot Brauer, München; Lars-Christian Cords, Hamburg; Janine Döring, Düsseldorf; Rechtsanwalt Dominik Eickemeier, Köln; Stephan Fink, Wiesbaden; Oliver Fischer, Köln; Wilhelm Fuchs, Düsseldorf; Wolf-Dieter Gross, Berlin; Jörg Große, Hamburg; Andrejka Hage, Düsseldorf; Jörg

Hoepfner, Leipzig; Andreas Hundt, Berlin; Richard Kastl, Freiburg/Br.; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Professor Dr. Joachim Klewes, Düsseldorf; Dr. Stefan Kombüchen, Heidelberg; Wolfgang Kreuter, Düsseldorf; Cornelia Kunze, Hamburg; Markus Laue, Hanau/Klein-Auheim; Dieter Last, Montabaur; Ralf Laumer, Marburg; Josef Leis, Düsseldorf; Boris Mackrodt, Wiesbaden; Lutz Meyer, Düsseldorf; Hajo Neu, Heidelberg; Jörg Pfannenber, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Peter Radunski, Berlin; Jana Räschele, 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); 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.