

PR-Journal-Newsletter

Nr. 94 / 51. Woche 2006

Nächster Newsletter am 9. Januar 2007

Danke für 2006, für Hilfe, Kritik und Lob. Wir wünschen Ihnen ein frohes, **besinnliches Weihnachtsfest**. Einen guten Rutsch und **alles Gute für 2007**. Wir machen eine "kleine" Weihnachtspause und melden uns mit dem nächsten Newsletter am 9. Januar 2007 wieder. Auf unserer Homepage www.pr-journal.de werden wir aber laufend wichtige, aktuelle Meldungen veröffentlichen - und bei uns ist das kein leeres Versprechen.

Vorschläge für den 3. "PR-Nussknacker" Dezember 2006/Januar 2007 jetzt melden

Wegen des Jahreswechsels vergeben wir diesmal den neuen Award "PR-Nussknacker" für die Monate Dezember 2006/Januar 2007 erst im neuen Jahr. Sie haben also noch etwas Zeit - trotzdem: melden Sie Ihre Vorschläge bereits jetzt unter www.pr-nussknacker.de.

Seite. 1 _____

"PR-Blogger": Das Ende der PR-Agenturen?

Die Meldung der CMA lässt PR-Agenturen den Schweiß auf der Stirn gefrieren. Fünf PR-Agenturen verlieren ihren Job, darunter Weber Shandwick, Ketchum und Pleon Kohtes Klewes. Die Begründung der CMA: „Das Know-how

haben wir bei uns im Haus.“ Wenn die CMA sich zu einem solchen Schritt entschließt, dann könnten andere Unternehmen bald folgen. Daher stellt sich die brennende Frage: „Sind PR-Agenturen zukünftig überflüssig?“ Und wenn ja: Was sind die Gründe dafür? Haben die PR-Agenturen ihre Pfründe nicht genug verteidigt, haben sie nicht genug damit geworben, welche Leistung sie erbringen können - oder liegt es einfach daran, dass sich die Medienlandschaft und damit die Kommunikationsaufgaben drastisch verändern?

Den kompletten Artikel von Heike Bedrich [im PR-Blogger hier weiterlesen](#).

Bessere Karrierechancen mit PR-Qualifikation

Höhere Gehälter, bessere Chancen bei einem Jobwechsel, gute Aufstiegsmöglichkeiten, erfolgreiche Selbstständigkeit - eine PR-Weiterbildung kann der Schlüssel dazu sein. Dies sind einige der Kernergebnisse einer Umfrage, die Metis - Kommunikation & Analyse im Auftrag des Heidelberger Instituts PR+plus im Oktober 2006 unter den Absolventen des 18-monatigen PR-Fernstudiums durchgeführt hat.

Die Ergebnisse belegen eindeutig, dass die Karrierechancen für Öffentlichkeitsarbeiter mit einer soliden PR-Ausbildung sehr gut sind. Sowohl von Karriere- als auch Gehaltssprüngen können die PR+plus-Absolventen berichten: Fast ein Drittel hat Führungsfunktionen inne, knapp 50 Prozent verdienen nach dem Studium mehr als zuvor. Auch zu einer erfolgreichen Selbstständigkeit verhilft die PR-Qualifikation: knapp 23 Prozent der Fernstudien-Absolventen sind als selbstständige PR-Berater tätig und können sich nun in der Branche behaupten.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.



Klage gegen Tabakwerberichtlinie wie erwartet abgewiesen

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat die Klage der Bundesregierung gegen die Tabakwerbe-Richtlinie der EU abgewiesen. Das ist keine Überraschung, denn das Gericht folgte damit dem Votum des Generalanwalts. Die Bundesregierung selbst hatte die Umsetzung der Richtlinie in ein nationales Gesetz vor kurzem bereits beschlossen. Dennoch herrschte über die Entscheidung bei den Verlegerverbänden und auch dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW - "ein dunkler Tag für Europa") Entsetzen. Dietmar Wolff, Hauptgeschäftsführer des BDZV, kommentierte zum Beispiel: "Mit diesem Urteil ist weiteren Werbeverboten Tür und Tor geöffnet - mit allen Konsequenzen im Medienmarkt. Wir werten das EuGH-Urteil als politische Entscheidung, die sich in ihrer Auswirkung gegen die Presse richtet."

Anmerkung: Mit Verlaub, liebe Verbandsfunktionäre, nicht nur groß rumtönen. Auch ich meine, dass eigentlich für alles geworben werden kann, was legal hergestellt wird. Jedoch: hier gleich den Untergang des Abendlandes beschwören zu wollen, ist doch wohl etwas übertrieben. Da man sich lobbyistische Blindheit und Realitätsferne wohl kaum selbst vorwerfen wird, sei hier gesagt: mächtig gepennt und nicht rechtzeitig in Erwartung des Kommenden neue Wege gesucht zu haben, wäre ein berechtigter Vorwurf. Oder hört man z.B. aus Großbritannien oder Frankreich ähnliche Töne (übrigens auch nicht zum Rauchverbot!). Liebe deutsche Manager (und Verbandsfunktionäre), Ihr habt mal wieder versagt. Das ist die wirkliche deutsche Krankheit (neben der überbordenden Brüsseler Bürokratie). Auch wenn's schwer fällt, jetzt gilt es: keine monotonen Scheinargumente, sondern neue, ungewohnte Wege suchen und durch Kreativität die bürokratischen Schwierigkeiten "umgehen". - fff-



Personalien

Personalien compact (14) (51.KW-06)

01: **Lina Krüger** (34) heißt die neue Pressesprecherin der Deutschen BKK in Berlin.

02: **Michael Mronz** (39) vermarktet künftig als Vorstandsmitglied das America's-Cup-Team des United Internet-Inhabers **Ralph Dommermuth**, Montabaur. Mronz organisierte zuletzt die Reit-Weltmeisterschaft in Aachen. Die bisherigen Cup-Vermarkter **Markus Schaps** (Unternehmenssprecher United Internet) und **Eva Heil** (Marketing GMX) konzentrieren sich wieder auf ihre Hauptaufgaben.

03: **Hilmar Höhn** (38) wechselt von der DGB-Öffentlichkeitsarbeit als Leiter der Verbindungsstelle der IG BCE (Bergbau/Chemie/Energie) nach Berlin - als Nachfolger von **Joachim Elsholz**.

04: **Carsten Borgmeier** (37), Inhaber der Borgmeier Media Gruppe in Delmenhorst wurde von "Bild" unter die 100 wichtigsten Bremer gewählt. Er hat jetzt seinen autobiografischen

Ratgeber "Selbständig - Erfolgreich werden und bleiben" veröffentlicht.

05: **Steffen Pörner** (43) wird ab April 2007 der neue Leiter Unternehmenskommunikation der HSBC Trinkaus & Burkhardt in Düsseldorf. Er kommt von der Düsseldorfer Börse (Leiter Kommunikation und Pressesprecher).

06: **Hans Dieter Wollenberg** schaltet einen Gang zurück und scheidet zum Jahresende aus der aktiven Arbeit des von ihm gegründeten Büro für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Wollenberg-Last in Essen aus.

07: **Frederik Stiefenhofer** (28) wurde Public Relations Manager der dpa-Tochter news aktuell in Hamburg (für die in Elternzeit gegangene **Sandra**



Schulz).

08: **Christian Maertin** soll nun Nachfolger von **Michael Pfister** als Kommunikationschef des Finanzdienstleisters MLP in Wiesloch werden. Der Bereich Marketing wird künftig anderweitig betreut.

09: **Heike Scholz** (39) wechselt am 1. Februar 2007 vom Historischen Museum der Pfalz in Speyer als Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Landesmuseums Württemberg nach Stuttgart.

10: **David Eberhart** (33) wurde Pressesprecher des Verbandes Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen. **Kathrin Senner** (27) ist neue Referentin für Wohnungswirtschaft und Politikberatung. Eberhart kommt von der ortsansässigen Agentur Johanssen + Kretschmer.

11: **Oliver Renner** (41) leitet nach der Schering-Übernahme durch Bayer jetzt die Global Public Relations & Public Affairs von Bayer HealthCare und Bayer Schering Pharma in Berlin.

12: **Tanja Laube** (36) übernimmt zum Jahresanfang 2007 die Leitung der externen Kommunikation bei Tchibo in Hamburg - und wird gleichzeitig stellvertretende Pressesprecherin unter Kommunikationschef **Joachim A. Klähn**. Vorgängerin **Stefanie von Carlsburg** wurde neue Leiterin Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin der Hamburger Sparkassen Gruppe.

13: **Yvonne Maier** (28) ist neue Pressereferentin im Langenscheidt PR-Team in München. Sie ist für die Bereiche Reise, elektronische Produkte und Fachwörterbücher zuständig. Vorgängerin **Sabine Urschel** geht in Elternzeit. Maier kommt vom Staatstheater Nürnberg.

14: **Henning Dorstewitz** (31) wechselt von TUI, Hannover ins PR-Team der Agentur a+o nach Hamburg.

Etats

klickTel PR-Etat geht an Fink & Fuchs PR

klickTel, Spezialist für digitale Auskunftsverzeichnisse, Routenplanung und Lokale Suche hat Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden mit dem PR-Etat betraut. Das Mandat umfasst kommunikative Maßnahmen zur Stärkung der Marke "klickTel", zur Positionierung von klickTel.de als führende Plattform im Bereich "Lokale Suche" und zur Steigerung der Bekanntheit des "klickTel infoEintrag", der gewerblichen Darstellung von Unternehmen in allen klickTel-Medien. Das 1999 gegründete Unternehmen mit Sitz in Dorsten und weiteren Standorten in Essen und Hannover hat sich als einer der führenden Anbieter von medienübergreifenden Telefon- und Branchenbüchern in Deutschland positioniert.

Etats compact (15) (51.KW-06)

01: **Die Centrale Marketinggesellschaft der Agrarwirtschaft (CMA) macht ihre PR-Arbeit ab 2007 selbst – einige PR-Agenturen verlieren Aufträge.** Bislang beschäftigt die CMA im Bereich PR mehr als ein halbes Dutzend Agenturen, unter ihnen Weber Shandwick, Ketchum und Pleon Kohtes Klewes. Wegen der ungeklärten Berechtigung der Marketingzwangsabgabe der Landwirte an die CMA wurden die Kommunikationsbudgets um 50 Prozent gekürzt.

02: AMS Yachting, Hofheim/Unterfranken
an: **PR-Agentur Mundo Marketing**, Köln

03: Bildagentur mauritius images, Mittenwald
an: **Harvard Public Relations**, München

04: TechSmith (Screen-Software), München
an: **OnPR**, München

05: Bayer Vital (Aspirin Complex), Leverkusen

MEDIEN-MONITORING

Für Großunternehmen und Verbände

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

> Medienresonanzanalysen
> Zielgruppenanalysen
> Kommunikationsstrategien

FAZ-INSTITUT

PRIME RESEARCH

an: **Haas & Health Partner**, Eltville

06: Möbelhersteller Zack Design, Dortmund +
 Textilstoffproduzent Zimmer-Rohde,
 Oberursel/Ts.
 an: **Thalau PR**, Bremen

07: iPoint-systems, Reutlingen
 an: **Communication Consultants Engel & Heinz**, Stuttgart

08: Intermap Technologies (geografische 3D-
 Datenbibliotheken), München
 an: **Public Relations Partners Gesellschaft für
 Kommunikation**, Kronberg i.Ts.

09: Benefon (Personal-Navigationsgeräte),
 München
 an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**,
 München

10: RTX (dänischer Telefonhersteller), München
 an: **Schwartz Public Relations**, München

11: Handelsportal Gimahot.de + Onlineshop
 MacBuero.de + Seitensprungagentur
 Lovepoint.de
 an: **Kommunikationsagentur Schrader**
 (prdienst.de), Hannover

12: Social-Software zweigeist, Karlsruhe
 an: **Marchsreiter Communications**, München

13: Apeiron (E-Journal
 "Philosophiemonatsbrief"), Bonn
 an: **Alienus Mediaconsulting -
 Strategie/Image/Public Relations**, Bonn

14: Versicherungsgruppe Rasselstein, Neuwied +
 Initiative "Sicher stark", Euskirchen
 an: **Scheben, Scheurer & Partner (SSP)**, Hürth

15: SWR Südwestrundfunk (ARD-Themenwoche
 "Kinder sind Zukunft"), Stuttgart
 an: **a+o PR-Agentur**, Hamburg

Branche

Audi MediaServices erhalten Master of Excellence

Die neu konzipierte und gestaltete Medienschnittstelle der Audi Kommunikation im Internet hat im Wettbewerb "Corporate Media - The European Masterclass" die höchste Auszeichnungsstufe, den "Master of Excellence" erhalten. Damit ist die Webpage zugleich in die "European Masterclass 2006" aufgenommen worden. Als beste Einreichung in der Wettbewerbskategorie "Public Relations" verliehen die Juroren exklusiv eine zusätzliche Jury-Auszeichnung für herausragende Leistungen.

Die Auszeichnungen des "Corporate Media"-Wettbewerbes zählen zu den profiliertesten Ehrungen in der europäischen Kommunikationsbranche. Seit 1989 haben sich bereits rund 3.400 Medienlösungen um die exklusive Aufnahme in die European Masterclass beworben. In diesem Jahr zählten die Veranstalter wieder mehr als 100 Anmeldungen in den 13 Wettbewerbskategorien. Der Internet-Auftritt der Audi Kommunikation ist in seiner Handhabung grundlegend neu konzipiert und neu gestaltet worden (www.audi-mediaservices.com).

PR-Rat rügt Schleichwerbung im Fernsehen

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat wegen Schleichwerbung im Fernsehen sieben Rügen gegen beteiligte Verbände und Unternehmen ausgesprochen. Wie das Selbstkontrollorgan der PR-Branche am 12. Dezember in Bonn mitteilte, haben die Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände und der Bundesverband der Arzneimittelhersteller sowie der Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft gegen geltendes Recht und das Standesrecht der PR-Branche verstoßen. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Branche compact (5) (51.KW-06)

01: Die PR-Agentur **Maisberger Whiteoaks** **startet eine eigene Podcast-Serie**. Unter dem Namen „Komm-Pod“ veröffentlicht die Münchner Kommunikationsberatung im monatlichen Rhythmus Hörbeiträge (so genannte Podcasts) rund um die Themen Unternehmenskommunikation und PR auf ihrer Website. Erste Ausgabe verrät Tipps & Tricks zur Messe-PR. Der Podcast ist ab sofort unter www.maisberger.com/podcast verfügbar.

02: Das **Marktforschungsinstitut Konzept & Analyse** hat jetzt im Auftrag von FriendScout24 über **13.000 Internetnutzer ab 18 Jahren** zu ihren Nutzungsgewohnheiten von Foren, Blogs, Networks und Newsgroups **befragt**. Insgesamt nutzt knapp ein Viertel der Deutschen, 23,4 Prozent, Blogs & Co. im Internet. 54 Prozent dieser Gruppe bezeichnen sich als reine „Leser“, 33 Prozent verfassen außerdem Kommentare und 12,5 Prozent (drei Prozent aller Befragten) nutzen die Tools intensiv oder schreiben in Eigenregie. **„Die Gruppe der echten Nutzer ist erheblich kleiner als in der momentanen Euphorie angenommen wird“**, so Ralph Ohnemus. „Das wird besonders deutlich vor dem Hintergrund unserer Stichprobe, die fast ausschließlich aus Internet-affinen Personen besteht.“

03: Die norwegische **Hugin Group**, zu der auch der Kommunikationsdienstleister **directnews**, Leipzig gehört, wurde **von Euronext übernommen**. Zu Euronext gehören die Börsenplätze Amsterdam, Brüssel, Lissabon und Paris.

04: Die Stuttgarter Agenturgruppe LässigMüller hat die **LässigMüller Public Relations gegründet**. Die Gesellschaft wird von Volker Lässig (44) und Volker Simon (37) als Geschäftsführer vertreten. LässigMüller Public Relations versteht sich vor allem als Partner für nachhaltige Marken- und Produkt-PR, Corporate Publishing und elektronische Kundenkommunikation (Newsletter und Corporate Blogs).

05: **Die auf IT, Telekommunikation und Hightech spezialisierte Agentur für Öffentlichkeitsarbeit Hiller, Wüst & Partner (HWP) baut ihr Analyst Relations (AR) Angebot weiter aus**. Speziell auf den deutschen Markt zugeschnittene Programme zur

Kommunikation mit Technologieanalysten ermöglichen lokalen Unternehmen den Einstieg in die AR und ergänzen die europaweiten Aktivitäten internationaler Kunden. Das Angebot umfasst neben der strategischen Beratung und dem Kontaktmanagement auch die Vermittlung von Hintergrundgesprächen mit führenden Analysten oder das Einholen von Analystenzitaten für PR und Marketing. HWP engagiert sich aktiv für die Professionalisierung der AR in Deutschland und gehört zu den Gründungsmitgliedern des Deutschen Analyst Relations Arbeitskreises (DARA). Infos: www.hwp.de.

Medien

Medien compact (6) (51.KW-06)

01: **Am 15. Dezember starten die deutschen Zeitungen eine große Kampagne in eigener Sache**. Die Botschaft lautet „Die Zeitungen. Wer liest, versteht“. Mit diesem Claim werden in den nächsten Monaten 40 Motive in Zeitungen und Anzeigenblättern geschaltet. Dahinter stehen der BDZV und die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft. Mehr als 160 Zeitungsverlage haben sich bereits bereit erklärt, an der Kampagne teilzunehmen. Nur wer Zeitung liest, kann wirklich mitreden. Nur wer Zeitung liest, kann mitentscheiden. Und wer es in dieser Gesellschaft zu etwas bringen will, muss Zeitung lesen. Das Medium vermittele Wissen, Bildung, soziale Anerkennung, gesellschaftlichen Erfolg und natürlich auch Spaß.

02: **Werbeformen, die sich über den Content legen**, haben zwar ein hohes Aufmerksamkeitspotenzial, **stoßen aber beim Nutzer auf wenig Gegenliebe**. Zu diesem Ergebnis kommen zwei Studien, die die Wirkung von Online-Werbeformen untersuchen. Tomorrow Focus analysierte mit seiner Studie "AdEffects 2006" qualitative Aspekte, die Mediaagentur OMD mit ihrer Studie "reconnect Europe" quantitative Aspekte zum Wirkungsgrad der Online-Werbeformen. Hingegen erlangen Werbeformen, die außerhalb des Contents platziert sind, spät die Aufmerksamkeit des Nutzers. Sie werden aber von Seiten der User als überdurchschnittlich wirkungsvoll beurteilt.

03: Die deutsche Online-Werbebranche bleibt weiterhin auf Wachstumskurs. Im aktuellen Quartal konnten die Umsätze um knapp 22 Prozent zulegen. Und auch für das kommende Jahr rechnen Branchenkenner mit einer Fortsetzung des Booms. Laut Fachmagazin "Werben und Verkaufen" soll 2007 ähnliche Erfolge für die gesamte Werbung bringen wie dieses Jahr. Obwohl die Entwicklung im ersten Quartal vermutlich etwas abflauen wird, erwarten die Experten für das Gesamtjahr weiterhin kräftige Zuwächse. Zum Ende des nächsten Jahres rechnet die Werbebranche mit einem Plus von rund 3,5 Prozent. Die Online-Werbung wird dafür wohl weiterhin der wichtigste Antriebsmotor sein.

04: Auch im November 2006 bleibt T-Online.de mit 2,13 Milliarden PageImpressions **die meistbesuchte deutsche Online-Site im Internet.** Auf Platz zwei und drei: Yahoo.de (992,6 Millionen PI's) und Mobile.de (811,9 Millionen PI's). Auf Platz vier dann bereits die erste Web 2.0-Site: Myvideo.de mit 595,6 Millionen PI's.

05: Der **DJV** fordert die Abgeordneten des Europäischen Parlaments auf, die **EU-Fernsehrichtlinie nur anzunehmen, wenn Schleichwerbung darin verboten bleibt.** "Der aktuelle Kompromissvorschlag zur Richtlinie aus Finnland bietet viel zu viele Ausnahmen und damit ein viel zu großes Schlupfloch", kritisierte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken die geplanten Regelungen, über die die EU-Abgeordneten abstimmen werden. EU-Medienkommissarin Viviane Reding hatte bezahltes Product Placement ursprünglich in allen Programmen legalisieren wollen.

06: Deutsche Journalisten sind gestresst, aber zufrieden mit Ihrem Beruf. Das ergab eine Untersuchung der Forschungsgruppe „Biopsychologie von Stress“ der Technischen Universität Berlin und des Instituts für Psychologie der Universität Würzburg. Die Wissenschaftler befragten 321 Journalistinnen und Journalisten in Deutschland und Österreich. Von den 244 befragten Deutschen gaben 46 Prozent auf die Frage, wie innerlich belastend ihre berufliche Tätigkeit sei, Werte zwischen „ziemlich“ und „äußerst“ an. Als häufigste Belastungen wurden die Faktoren „Arbeitszeit“ und „Arbeitspensum“ genannt, als am meisten belastend wurden „Beeinträchtigung des Privatlebens“ und „ungesunde Lebensweise“ angegeben. Trotz dieser Stressfaktoren gab die

Mehrheit mit knapp 80 Prozent der Journalisten an, dass sie „ziemlich zufrieden“, „sehr zufrieden“ oder sogar „äußerst zufrieden“ mit ihrer beruflichen Tätigkeit seien. Nach den einzelnen Aspekten ihres Berufes befragt äußerten sich die Journalisten am positivsten über das Verhältnis zu ihren Kollegen und am negativsten über Bezahlung und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Service + Tipps

Unternehmen Menschlichkeit: Christliche Werte haben Konjunktur

Menschliches, auf christlichen Tugenden basierendes Verhalten zahlt sich das ganze Jahr über aus, nicht nur persönlich. Unternehmen, die Menschlichkeit in der Wertekultur verinnerlicht haben, profitieren langfristig durch höheren Gewinn, so eine Studie der Bonner Unternehmensberatung Deep White. Das Ergebnis der Studie „Manager-Tugenden als Erfolgsfaktor“ ist ein messbarer unternehmensrelevanter Zusammenhang von ethischen Werthaltungen in Unternehmen, die aus der Christlichen Sozialethik abgeleitet werden und dem Geschäftserfolg. Die Berücksichtigung christlicher Werte wie Personalität (Achtung des Menschen), Gemeinwohlorientierung und beidseitige Loyalität zwischen Führung und Mitarbeitern des Unternehmens bieten einen praktischen Ansatz für erfolgreiche Unternehmensführung und dadurch zusätzliche Erfolgspotenziale der sog. weichen Faktoren. *Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.*

Service compact (6) (51.KW-06)

01: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (**BMWi**) präsentiert ab heute die **neue Förderdatenbank des Bundes im Internet** mit erweiterten Suchmöglichkeiten, zusätzlichen Inhalten und rundum aktualisierter Optik. Unter der Adresse www.foerderdatenbank.de stehen detaillierte Informationen über mehr als 1.000 Förderprogramme von Bund, Ländern und Europäischer Union zum Abruf bereit. Das erweiterte Angebot umfasst u. a. einen Förderassistenten, der interessierte Gründer und

Unternehmer Schritt für Schritt zum passenden Förderangebot führt.

02: "Es ist das erklärte Ziel der Bundesregierung, den Menschen Mut zum Aufbruch in die Selbständigkeit zu machen. **Dafür ist die Einführung eines Pfändungsschutzes für die Altersvorsorge Selbständiger ein wichtiger Meilenstein**", so der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Hartmut Schauerte, nach der Verabschiedung dieses Gesetzes am 14. Dezember im Deutschen Bundestag. Der Pfändungsschutz dient dazu, das angesparte Kapital einer Lebensversicherung oder einer privaten Rentenversicherung vor einem unbeschränkten Pfändungszugriff zu schützen. Der Pfändungsschutz ist in der Höhe nach dem Lebensalter gestaffelt und beträgt bis zu maximal 238.000 Euro, die für die Alterssicherung in bestimmten Verträgen zurückgelegt werden können. "Besonders erfreulich", so Schauerte, "ist es auch, dass es gelungen ist, das Thema der Hinterbliebenenversorgung in den Pfändungsschutz mit einzubeziehen."

03: Das Statistische Bundesamt in Wiesbaden meldet eine **Erhöhung der Verbraucherpreise** im November 2006 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,5 Prozent.

04: In fünfter Auflage ist jetzt das **Nachschlagewerk "Zimpel Kundenmagazine"** erschienen. Rund tausend verzeichnete Zeitschriften vermitteln einen umfassenden Überblick über den deutschen Markt der Corporate Publishing Medien. Infos: www.zimpel-kundenmagazine.de .

05: Konsequentes Engagement zahlt sich aus: **Von allen deutschen Biermarken wird Krombacher am stärksten für seine Sponsoring-Aktivitäten wahrgenommen.** Dies ergibt eine repräsentative Bevölkerungsbefragung, die die Hamburger Agentur pilot im Rahmen der Studie SPONSOR VISIONS 2007 zusammen mit IPSOS durchgeführt hat und nun vorab veröffentlicht. Demnach erinnert sich jeder Fünfte spontan an die Sponsoring-Maßnahmen von Krombacher im Fußball, in der Formel 1, im Rahmen eines Tatort-Presentings sowie an das Krombacher-Regenwald-Projekt. Auf Platz zwei und drei folgen Hasseröder und Bitburger, die bei gestützter Abfrage eine Bekanntheit von 16 beziehungsweise 14 Prozent erreichten.

06: Weltweit erste Kundenbefragung durch Booz Allen Hamilton: **Massenphänomen Web 2.0: 12,4 Millionen Nutzer aller Altersgruppen unabhängig von Geschlecht und Ausbildung /** Trotz hoher Kundenakzeptanz geringe zusätzliche Wertschöpfung in der wachsenden Internetökonomie / 1,7 Milliarden Euro Umsatzvolumen von traditionellen Telekommunikationsanbietern in Gefahr / Nachfrage nach mobilem Web 2.0 als Herausforderung für die Industrie. 50 Prozent verlassen sich bereits heute bei Kaufentscheidungen auf Empfehlungen in Web 2.0-Foren. Die Studie prognostiziert, dass die weiter steigende Akzeptanz und Nutzung von Web 2.0-Diensten ein wichtiger Treiber der kontinuierlichen Verschiebung von Offline- zu Onlineaktivitäten und eines weiterhin starken Wachstums der Internetökonomie ist. Infos: <http://presseportal.de/story.htx?firmid=44015> .

Tagungen + Seminare + Ausbildung

PR-Kolleg: Start des 29. PR-Abendstudiengangs

Am 31. Januar 2007 startet das PR Kolleg – Institut für Kommunikationsmanagement der UMC Potsdam (FH) seinen 29. Abendstudiengang Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit. Die einjährige Ausbildung bereitet PR-Mitarbeiter sowie Neu- und Quereinsteiger auf die Kommunikationsarbeit in Unternehmen, Organisationen und Verwaltungen vor. Der Abschluss zum PR-Berater wird durch die branchenweit anerkannte Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) abgenommen. Das Studium findet an zwei Abenden pro Woche statt und wird von Fall zu Fall durch Präsenzphasen am Wochenende vertieft. Inhaltlich orientiert sich das Studium an der PR-Berufspraxis. Weitere Informationen und Kontakt über Jan Ahrens (www.umc-potsdam.de).

Intensiv-Seminar Kommunikations-Controlling

Mit den Professoren Lothar Rolke und Wolfgang Jäger findet am 9. und 10. Oktober im Collegium Glashütten bei Frankfurt am Main das Intensiv-

Seminar "Kommunikations-Controlling" statt. Unternehmenskommunikation ist eine junge Managementfunktion, die jedoch für den Erfolg von Unternehmen immer wichtiger wird, weil sich Image und Reputation zu einem bedeutenden Erfolgstreiber entwickelt haben. Knapp 50 Prozent des Unternehmenserfolgs – sagen Kommunikations-Chefs und Vorstandsvorsitzende heute – gehen auf das Image zurück. Und das wird im Wesentlichen durch Kommunikation beeinflusst.

Wer aber seine Kommunikationsprozesse nicht erfolgsorientiert steuern kann, wird am Ende gegenüber seinen Mitbewerbern verlieren. Wer die Unternehmenskommunikation jedoch ergebnisorientiert steuert und kontrolliert, wird am Ende nicht nur effizienter, sondern effektiver sein. Er wird nicht nur mehr aus jedem EURO gemacht haben, sondern jeden für Kommunikation eingesetzten EURO auch in eine größere Rendite umgewandelt haben. Im Mittelpunkt des Intensiv-Seminars stehen Tools und Kennzahlen, die in Übungen erprobt werden. Infos bei k.hormann@djm.de.

Termine compact (6) (51.KW-06)

01: Die gute PR-Assistenz muss effektiv unterstützen und kompetenter Ansprechpartner sein, so die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts.. Eine fachliche Basis für diese Aufgaben liefert die AFK vom 22. bis 26 Januar 2007 im **Seminar "PR BA – PR für Sekretariat und Assistenz"**. Themen des Trainings: Persönliche Arbeitstechniken und Arbeitsorganisation, Presse- und Medienarbeit sowie ein Einblick in die AFK-Konzeptionstechnik. Weitere Seminarinhalte, den Seminarkalender und mehr Infos gibt es unter www.afk-online.com.

02: Die **PR School (Konstanz / St. Gallen)** lädt zur kostenlosen Informationsveranstaltung zur **PR-Fortbildung „Fachwirt(in) Public Relations (IHK)“** ein. Wer interessiert hat, mehr über die Fortbildung zum PR Fachwirt zu erfahren, eine Karriere in dem Bereich anstrebt oder seiner PR-Arbeit eine anerkannte Profession verleihen will, kann sich zur kostenfreien Informationsveranstaltung am 5. Januar 2007 anmelden. Infos: www.pr-school.com.

03: Am 18. Dezember fand in Potsdam der **erste nationale IT-Gipfel des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie** statt. Ziel des IT-Gipfels ist es, den IKT-Standort Deutschland weiter zu stärken und die Weichen zu stellen für mehr Wachstum und Beschäftigung in Deutschland. Infos: www.bmwi.de.

04: Zum Sommersemester 2007 vergeben die Deutsche Kreditbank und das Institute of Electronic Business je ein **Stipendium** für den berufsbegleitenden **Studiengang „Leadership in Digitaler Kommunikation“** an Interessenten, die das Studium nicht aus eigener Tasche finanzieren können. Die Bewerbungsfrist für beide Stipendien läuft parallel zur Bewerbungsfrist für den Studiengang vom 1. Januar bis zum 15. Februar 2007. Infos: www.udk-berlin/ldk.

05: Der **BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher** lädt zu seinem nächsten **Mediendisput** am 17. Januar nach Berlin ein. Thema: **"Europa kommunizieren"**. Infos: www.pressesprecherverband.de.

06: Der **2. Deutsche Podcast-Kongress** des Verbandes der deutschen Internetwirtschaft (eco) findet am 26. + 27. Januar 2007 im KOMED im Kölner Mediapark statt. Infos: www.podcast-kongress.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Misstrauen durch Unternehmerfehleistungen



Guten Tag, Mehr Deutsche haben noch weniger Vertrauen in die großen Wirtschaftsunternehmen als in die Bundesregierung. Nur elf Prozent stellen den Wirtschaftsriesen gute Noten aus. Allerdings wird der Bundesregierung mit 14 Prozent nur geringfügig mehr Vertrauen ausgesprochen. Als Ursache werden vor allem die Top-Manager in ihrem Verhalten verantwortlich gemacht. Nur eine Minderheit von 13 Prozent beurteilt die großen Konzernchefs positiv. Mittelständler werden viel besser bewertet. 42 Prozent der Befragten vertrauen ihnen (TNS-Emnid-Umfrage im Auftrag der gemeinnützigen

Stiftung „Wertevolle Zukunft“ 22.625.11).
 Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

Pfeffer & Salz & Senf

Journalisten stören doch nur!

Was ist der Unterschied zwischen dem HSV (Hamburger Sport-Verein) und der DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft)? Beim HSV wurden auf Initiative einer "pöbelnden" Aktivistengruppe die Journalisten von der Teilnahme an der HSV-Mitgliederversammlung am 11. November ausgeschlossen. Chaos, Entsetzen (nicht nur bei Uwe Seeler) und Abbruch der Versammlung waren die Folge. Bei der DPRG wurde auf der Mitgliederversammlung 2005 aufgrund eines diktatorischen Beschlusses ohne Rechtsgrundlage des damaligen Verbandspräsidenten Jürgen Pitzer die Presse erst gar nicht eingeladen/zugelassen.

Die anwesenden Mitglieder ließen schönfärberische Berichte über sich ergehen, Probleme über Finanzen, Mitgliederentwicklung und Organisationsprobleme wurden nicht hinterfragt. Zum Dank erhielt der abgetretene Präsident die Verbands-Ehrenmitgliedschaft - sein Nachfolger Ulrich Nies war stolz, gerade ihm diese "Auszeichnung" an dessen 60. Geburtstag überreichen zu können. Welche Lobhudelei haben dann wirklich Berechtigte verdient, wenn man für Finanzverschleierungen, Abwürgen von Junioren- und Landesgruppenarbeit sowie "Förderung" der Gründung des Konkurrenzverbandes BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher und Verhinderung von brancheneinheitlichen PR-Prüfungen und -Zertifizierungen durch Tricksen und Täuschen die Ehrenmitgliedschaft bekommt.

Ohne Journalisten lässt es sich halt besser im Dunkeln arbeiten und vermeintliche Imagebesserung betreiben - meinen einige vorgestrige Sturköpfe. Dass dies schief geht, zeigt sich nicht nur bei HSV und DPRG. Sagte doch die Hamburger DJV-Vorsitzende: "Wer Journalisten aussperrt, zeigt, dass er die Grundprinzipien einer pluralistischen Gesellschaft nicht verstanden hat." So ist es - und das ist auch gut so. -fff-

Rezensionen

Knobel: Public Relations-Agenturen führen

Eine Rezension von Regina Raab (DAPR), Bad Wildungen

Public Relations-Agenturen führen kostet 26,90 Euro, hat 224 Seiten, die ISBN 3-937822-58-5 und ist im Viola Falkenberg Verlag erschienen.

Für Auftraggeber und Agenturleiter - Basiswerk für PR-Agenturen und ihre Auftraggeber, Herbst 2006 im Viola Falkenberg Verlag erschienen. Auftraggeber fordern von PR-Agenturen Kreativität, ohne ihnen dafür Raum zu lassen und PR-Agenturen überziehen chronisch Termine und Budgets. Sind das Vorurteile oder eine Realität, die die Zusammenarbeit mit PR-Agenturen belasten und deren Image schaden? Sowohl als auch stellt der Autor des Buches „Public Relations-Agenturen führen“ Dr. Peter P. Knobel fest, benennt strukturelle Ursachen und hält sich doch nicht unnötig lange mit deren Erkundung auf. Stattdessen geht er auf die typischen Missverständnisse und Probleme in der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Auftraggeber ein, zeigt, wie diese für beide Seiten fair lösbar sind und bietet die erforderlichen Arbeitsmaterialien, wie Verträge und Fragenkataloge.

Zum kompletten Artikel auf der PRJ-Homepage.

PR-Digest

Essay: Wider die Politikverachtung

Alarmismus und "Projekte" helfen nicht gegen die grassierende Politikverachtung, sagt der SPD-Politiker Hans-Peter Bartels. Nur die Vermittlung von Wissen über die Demokratie könne die Verdrossenheit eindämmen. Deshalb plädiert er in SPIEGEL ONLINE für ein Institut für die Didaktik der Demokratie. Den interessanten Artikel von Hans-Peter Bartels [hier weiterlesen](#).

Schon Platon kommentierte diese Haltung vor beinahe 2400 Jahren ironisch: "Diejenigen, die zu klug sind, sich in der Politik zu engagieren, werden dadurch bestraft, dass sie von Leuten regiert

werden, die dümmer sind als sie selbst." Benjamin Franklin klagte vor über 200 Jahren, am Beginn der amerikanischen Demokratie: "Es gibt keine Unehrenhaftigkeit, die ansonsten anständige Leute leichter und häufiger begehen, als die Beleidigung der Regierung." Und Winston Churchill ist das sarkastische Bonmot zu verdanken, die Demokratie sei die schlechteste Regierungsform - abgesehen von allen anderen, die schon ausprobiert worden seien.

Internes aus der Redaktion

Ein Weihnachts-/Neujahrs-Brief

Liebe Freunde und Kollegen! Auch dieses Jahr verging wie im Fluge - persönlich und beruflich. Das "PR-Journal" hat sich nach zwei Jahren Marktpräsenz prima entwickelt - wie auch mein drittes Enkelkind Tom Pfeffer, der Ende Juli geboren wurde. Wie natürlich auch die beiden Mädchen Lotta (5) und Emma (3).

- Neu gestartet haben wir unsere zweite Internetpräsenz "PR-Nussknacker", als Startseite eines neuen PR-Awards. Unser PR-Journal-2.0-Angebot als Multimediablog unter dem Label "PR-Bistro" soll im 1. Quartal 2007 online gehen. Ebenfalls in der Vorbereitung: ein Info-Netzwerk für PR-Berufseinsteiger mit dem Arbeitstitel "PR-Kommune". Danach kommt dann noch der "PR-Store".
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 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

www.pr-journal.de/jobgesuche.html

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Die weiteren Angebote:

In Agenturen (8)

Titel [Junior-PR-Berater \(m/w\) von Agentur mit Schwerpunkt Fachpressearbeit gesucht](#)

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](#)

In Unternehmen (1)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 18. Dezember 2006 - 20:00 Uhr

Dieser **Newsletter** wurde an **23.288 Empfänger** versandt.

Impressum:



© Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur
(V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV)

(pfeffer@pr-journal.de); Ursel Reineke, Heidelberg (ursel@reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke@pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben@t-online.de), Neuwied; Volker Weber, Friedberg/Ts (volker.weber@volker-weber-consulting.de).

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

Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler@web.de); Michael Bürker, München (michael.buerker@commendo.de); Daniel Fazekas, Budapest/Ungarn (daniel.fazekas@mmdcee.com); Frank Hupke, Calgary, Alberta/Canada (frank_hupke@gmx.de); Eric Metz, Hamburg (e.metz@gemeinsam-werben.de); Stefan Munko, Berlin (munko@dprg-berlin.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben@gmx.de)

Autoren: Daniel Barchet, Mannheim; Jan Birkenfeld, Braunschweig; Juliane Bötel, 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 Räschle, 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.