

Newsletter „neues PR-Portal“ (Gerhard A. Pfeffer) - 50. Woche

Personalien

01+++ **Conny Wüst**, Gründerin von Hiller, Wüst & Partner (HWP), Aschaffenburg scheidet zum 1. Januar 2005 aus der Geschäftsführung aus. Als Nachfolger übernimmt **Markus Hermsen**, bisher Mitglied der Geschäftsleitung, diesen Verantwortungsbereich. Ein weiterer Ausbau der Unternehmensleitung ist für spätestens Mitte 2005 geplant. Wüst wird der Agentur nach 18 Jahren erfolgreicher Agenturarbeit weiterhin als freie Beraterin für das Management und einzelne Kunden zur Verfügung stehen. Unter ihrer Führung hat sich Hiller, Wüst & Partner seit der Gründung 1986 zu einem namhaften Anbieter von Kommunikationsdienstleistungen für IT- und Telekommunikationskunden entwickelt. Die Agentur zählt seit vielen Jahren stabil zu den Top 3-Anbietern im Markt und betreut namhafte nationale und internationale Etats. Seit 1999 ist HWP hundertprozentige Tochter des internationalen Netzwerkes Hill & Knowlton.

02+++ **Stefan Feldmann** (36) wird neuer Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der CSU-Landesleitung in München. Er war bisher Geschäftsführer und Programmchef der Regional-TV-Sender RTL Franken Life TV und Franken TV in Nürnberg.

03+++ **Thomas Luber** (46), noch "Capital"-Chefkorrespondent übernimmt am 1. Februar 2005 die Leitung des neugeschaffenen Bereichs Kommunikation der Deka-Bank in Frankfurt am Main. Für seine Abteilungen Presse und Medien, interne Kommunikation sowie die Verbindung zu Sparkassen und Landesbanken berichtet er direkt dem Vorstandschef Axel Weber.

04+++ **Alexander Hopstein** (36) hat die Leitung Produkt-PR der DACH-Region bei Adobe Systems in Unterschleißheim übernommen.

05++ Nachfolger von Alexander Hopstein als Leiterin der Kommunikationsabteilung von Easynet in Hamburg wird **Sabine Beselin** (34).

06+++ **Olaf Pempel** (38) verstärkt jetzt als Senior Consultant den Düsseldorfer Standort der Pleon Kohtes Klewes (GPRA). Pempel war zuvor über sechs Jahre für Sony Deutschland tätig.

07+++ **Ingo Runge** ist neuer Pressesprecher der Werbeagentur Springer & Jacoby, Hamburg - als Nachfolger von Barabara Dohr.

08+++ **Susanne Burgdorf** wechselte von 12move als PR-Chefin zu Sony Ericsson Mobile Communications, Düsseldorf - als Nachfolgerin von Myriam Hoffmann.

09+++ **Corinna Kaspar** (25) startet zum Jahresanfang als PR-Volontärin bei WBN:Büro für Kommunikation, Hamburg.

Budgets

01+++ Fashion Pool (Toni Sailer Kollektion), Brunthal
---> **Krauts PR**, München

02+++ Reusch International (Ski- und Torwarthandschuhe), Valencia
---> **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

03+++ DMS EXPO 2005 - Koelnmesse, Köln
---> **good news! Marketing & PR-Consulting**, Stockelsdorf/Lübeck

04+++ Druck- und Informations-Dienstleister Georg Kohl, Brackenheim
---> **News Navigators/Communication Consultants**, Stuttgart

Branche

01+++ Bei der Mitgliederversammlung der **GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen** am 3./4. Dezember in Frankfurt am Main hat Präsidentin Elisabeth Kohl den Eintritt von mindestens zwei **neuen GPRA-Mitgliedern** bekannt geben können: Ergo Unternehmenskommunikation (Köln) und Raike Kommunikation (Hamburg). Wie man hört, sollen auch wieder größere und international operierende Agenturen (mit Deutschlandzentralen in München und Frankfurt am Main), Interesse an einem (Wieder-)Eintritt in die GPRA angemeldet haben.

02+++ Wird der Journalismus von der PR überrollt?

Professionelle Öffentlichkeitsarbeit nimmt nach Ansicht des Leipziger Journalistikprofessors Michael Haller personell ausgedünnte Redaktionen in den Griff. "Die Macht der PR geht einher mit der Ohnmacht der Journalisten", sagte Prof. Dr. Haller auf dem 18. Journalistentag zum Thema "Embedded Forever - Verkommt der Journalismus im bequemen Bett von PR und Marketing?" in Berlin.

In den zurückliegenden fünf bis acht Jahren habe sich die Arbeit der Public-Relations-Agenturen erheblich verbessert und auf die Bedürfnisse der Journalisten eingestellt. "Öffentlichkeitsarbeit simuliert Journalismus oder versucht sich als Trojanisches Pferd unerkannt einzuschleichen."

Dies zeigt auch die seit mehreren Jahren laufende Benchmarking-Studie des Instituts für Journalistik der Universität Leipzig: Das Gros der befragten Journalisten hält demnach PR-Texte notwendig für die tägliche Arbeit. Dennoch sank seit 1993 die für Recherche zur Verfügung stehende Zeit von 130 Minuten auf 90 Minuten pro Tag. "Das ist ein dramatischer Rückgang. Wir haben deutliche Anzeichen, dass durch Produktionsdruck und schwindende Manpower in den Redaktionen die Tendenz zu unkritischer Berichterstattung wächst", sorgt sich Haller.

Dieser Trend, so Haller, sei inzwischen aber auch bei personell gut ausgestatteten Tageszeitungen festzustellen. Als Beispiel nannte er das Hamburger Abendblatt, das zahlreiche Artikel bringe, die sich nur auf Public Relations stützen und auf Recherche verzichten. "Die kontinuierliche Analyse des Lokalteils von sechs Regionalzeitungen unseres Instituts ergab: Von 1998 bis jetzt stieg die Zahl der Texte, die nur eine Quelle nennen, von rund 20 auf rund 30 Prozent." Diese so genannte Einbahnstraßen-Berichterstattung sei oft weit weg von journalistischen Qualitätsstandards, weil sie wie ein Briefträger häufig nur die Botschaft des Absenders transportiere. Die Zahl der Beiträge mit zwei, drei und mehr Quellen liege bei unter zehn Prozent. "Die Medien sägen auf dem Ast, auf dem sie sitzen", sagte Haller.

Viele Redaktionen vergäßen einst eherne Berufsregeln. "Die Schuld liegt aber weniger bei den Kollegen in den Redaktionen, als bei jenen Verlegern, die mit Sparmaßnahmen die Leistungskraft der Redaktionen herunterfahren." Um klare Trennlinien zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus zu ziehen, müsse die redaktionelle Unabhängigkeit gestärkt und die journalistische Infrastruktur wieder ausgebaut werden. Wichtig sei aber auch die Stärkung der Berufsrolle und der handwerklichen Professionalität. "Ein bedeutender Schwerpunkt liegt dabei auf der Aus- und Weiterbildung, der Journalismusforschung und der Mediennutzungsforschung, wie wir es am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig verbinden", sagte Haller. Er forderte die Journalisten auf, ihr Misstrauen gegenüber der Wissenschaft abzulegen und die Erkenntnisse vor allem der Leserforschung endlich ernst zu nehmen.

Informationsdienst Wissenschaft - idw - Pressemitteilung Universität Leipzig, Volker Schulte

03+++ Jahresbericht des Deutschen Rates für Public Relations 2004

Der Deutsche PR-Rat wurde 1987 von DPRG und GPRA gegründet. Er hat kommunikatives Fehlverhalten gegenüber Öffentlichkeiten zu ahnden und ist darin eine dem Deutschen Presserat und dem Deutschen Werberat vergleichbare Institution der freiwilligen Selbstkontrolle. Seit 12 Jahren greift er aktiv in das PR-Geschehen ein: Wie die anderen Räte spricht er öffentliche Rügen und Mahnungen aus, erlässt Verhaltensrichtlinien und nimmt zu kommunikativen Fehlentwicklungen in der Öffentlichkeit Stellung.

Homepage des DRPR: www.drpr-online.de -

Download des Jahresberichtes 2004: www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=37.

04+++ **Politikkongress 2004 in Berlin**

Am 29. und 30. November 2004 war es soweit: Der Politikkongress 2004 brachte über 700 Experten der politischen Kommunikation in Berlin zusammen. Zwei Tage lang präsentierte Ihnen der politikverlag helios ein abwechslungsreiches Programm mit Fachbeiträgen und Diskussionsrunden zu Themenfeldern wie Public Affairs, Kampagnenmanagement, politische PR und Werbung. Hier finden Sie Kongressmaterialien zum Download: www.politikkongress.de/material.htm.

05+++ Einer der drei Keynote-Speaker zum Auftakt des Politikkongresses am 29. November im dbb-Forum in Berlin war **Klaus-Peter Schöppner**, Geschäftsführer von **TNS Emnid**, Bielefeld. Sein mit ungewöhnlich starkem Beifall bedachter Vortrag stellte die provozierende Frage: "**Inszenierst du noch oder argumentierst Du schon?**" Seine Ausführungen über "Politik: vom Verstand zum Gefühl" garnierte er mit dem passenden Tucholsky-Zitat: "Das Volk versteht das meiste falsch - aber es fühlt das meiste richtig."

Den Spin-Doktoren gab er zum Abschluss mit auf den Weg:

Die Strategie des Spindoctors - Alt

1. Du kannst so bleiben wie Du bist
2. Soziale Gerechtigkeit
3. Kurzfristaktionismus
4. Regenbogen
5. Schöne Augen
6. Kümmerer
7. Aktivität

Die Strategie des Spindoctors - Neu

1. Nutzen der Bürger
2. Sache in den Vordergrund
3. Ehrlich
4. Vision
5. Kontrolle.

06+++ **Politikawards 2004 in Berlin verliehen**

Heiner Geißler, ehemaliger Generalsekretär der CDU, wurde am 30. November mit dem Politikaward 2004 für sein Lebenswerk ausgezeichnet. Laudator war Prof. Dr. Peter Glotz, Universität St. Gallen, - und als früherer SPD-Bundesgeschäftsführer Geißlers politischer Widerpart.

Silvana Koch-Mehrin, Spitzenkandidatin der FDP bei der Wahl zum Europäischen Parlament, wurde als Nachwuchspolitikerin des Jahres mit dem Politikaward 2004 ausgezeichnet. Laudator Guido Westerwelle, FDP-Chef, überreicht die Auszeichnung am 30. November im dbb forum berlin. Agentur des Jahres ist die Werbeagentur **Butter.Agentur für Werbung**, Düsseldorf. Geschäftsführer Frank Stauss nahm den Politikaward 2004 aus den Händen von Laudator und Berlins Regierendem Bürgermeister Klaus Wowereit entgegen.

07+++ Die GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Frankfurt am Main relauncht zum Jahresbeginn 2005 das von ihr herausgegebene **Internetportal "PR-Guide"**. Bis dahin wird die Site noch vom Büro Siegen:Kommunikation redaktionell betreut.

08+++ **Wolfgang Braun**, langjähriger Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Südfleisch-Unternehmensgruppe, München, hat in München ein **Büro für Publizistik und publizistische Beratung** gegründet. Die Tätigkeit des Unternehmens wird sich vor allem auf die Ernährungswirtschaft konzentrieren, in der Braun als Vorstandsmitglied der Arbeitsgemeinschaft der Bayerischen Ernährungswirtschaft über die Fleisch- und Wurstbranche hinaus Erfahrungen sammeln konnte. Ein weiterer Schwerpunkt wird die Öffentlichkeitsarbeit für Dienstleistungsunternehmen sein.

09+++ Die Frankfurter Agentur für Corporate- und Brand-PR, **Klenk & Hoursch**, erweitert ihr **Partnernetzwerk** um das renommierte Marktforschungsinstitut Konzept & Analyse AG aus Nürnberg. Das Erheben, Verstehen, Interpretieren und Nutzen von Daten wird für die Verantwortlichen der Unternehmenskommunikation immer wichtiger, um die komplexen internen und externen Kommunikationsprozesse zu managen. Mit den Spezialisten für qualitative Marktforschung entwickelte Klenk & Hoursch in den vergangenen Monaten das Konzept der Research-based PR, eines

konsequent datenbasierten PR-Managements als Voraussetzung erfolgreicher Unternehmenskommunikation.

10+++ **Kommunikation als Krisenhelfer.** Wie wichtig ist Kommunikation, wenn die Wirtschaft schwächelt? Was kann sie gerade dann leisten, wenn die Mittel knapp sind? Und wie lässt sich Kommunikation eigentlich messen? Der **doIT-Kongress „Kommunikation & Marketing“** am 26. November 2004 im Mannheimer Rosengarten zeigte Denkansätze und Strategien für Auswege aus der Kostenfalle. Gift, so wusste es schon der Heilkundler Paracelsus, ist immer eine Dosisfrage. Und so könnte sein historischer Ratschlag auch heute noch all jenen durch den Kopf gehen, die in wirtschaftlich schwierigen Zeiten an den Kommunikationsstrategien ihres Unternehmens feilen. Ein oftmals schwerer Spagat: Nicht selten kreist der Rotstift ausgiebig über den einst prallen Budgets, rufen die Konzernlenker nach Leistungsnachweisen und Erfolgskontrolle. Effizienz heißt einer der meist strapazierten Begriffe der jüngsten Vergangenheit. Wie also richte ich die Kommunikationsstrategie meines Unternehmens aus? Wie fülle ich sie mit Leben? Und vor allem: Wie viel Geld nehme ich dafür in die Hand? Fragen, die in den Überfluss-Zeiten der Dotcom-Euphorie sicher mit etwas sorgloserer Miene diskutiert wurden.

[Den Bericht können Sie hier als PDF downloaden.](http://www.pfeffer.de/downloads/doit-kongress2004.pdf) (<http://www.pfeffer.de/downloads/doit-kongress2004.pdf>)

11+++ Beim **zehnten inkom. Grand Prix**, dem DPRG-Preis für Mitarbeiterzeitungen und –zeitschriften, holte die **Mitarbeiterzeitung der Deutschen Post die meisten Punkte** (159 von insgesamt 200). Die Preise wurden am 3. Dezember 2004 in Frankfurt überreicht. Die Schirmherrschaft über den diesjährigen Wettbewerb hatte Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement. Mehr als 150 Unternehmen und Agenturen hatten in diesem Jubiläumsjahr an dem mittlerweile über Deutschlands Grenzen hinweg anerkannten Wettbewerb unter dem Dach der DPRG teilgenommen. Ein hartes Stück Arbeit für die Juroren um Professor Ulrich Pätzold, Medienwissenschaftler an der Universität Dortmund und Vorsitzender der Grand Prix-Jury. Weitere erste Preisträger in ihren jeweiligen Kategorien wurden der „Cargo Lufthansa“ der Lufthansa Cargo AG und „Das Beste“ der HypoVereinsbank.

12+++ **Griffiths Consulting heißt die neue Münchner PR-Adresse für Markenunternehmen.** Die Kunden der Neugründung profitieren von den Erfahrungen und Kontakten der Inhaberin Ulrica Griffiths (33), die für verschiedene Marken erfolgreich die PR verantwortete, zuletzt als PR-Leiterin für Zentraleuropa beim Spielzeughersteller LEGO. Zu den Kernkompetenzen gehören strategische Beratung, kreative Marketing- und Corporate PR, die Beziehungspflege zu Meinungsführern sowie Krisenkommunikation. Inhaltliche Schwerpunkte der Agentur sind die Bereiche Familie, Jugend, Technologie und Bildung.

Medien

01+++ Gruner + Jahr, Hamburg erwirbt mit Wirkung 1. Januar 2005 von der Würzburger Vogel-Medien-Gruppe deren 45,7 Prozent-Anteile an den **Vereinigten Motor-Verlagen (VMV)** in Stuttgart. Zeitgleich wird die VMV mit dem Motor-Presse-Verlag (MPV) zusammengeführt - somit hält Gruner + Jahr dann an der künftigen MPS mit 54,9 Prozent die Mehrheit.

02+++ Die Initiatoren der **Aktion "Zeitschriften in die Schulen"** ziehen eine positive Bilanz. An dem von der Stiftung Lesen und der Stiftung Presse Grosso gemeinsam organisierten und vom Verband Deutscher Zeitschriftenverleger unterstützten Projekt nahmen bisher 11.709 Klassen aus 2.963 Schulen teil. Durch die Aktion erhalten Klassen regelmäßig kostenlose Zeitschriftenboxen mit 35 Titeln und methodisch-didaktischem Material für die Lehrkräfte.

03+++ Wenn die **Zahl der empfangbaren TV-Sender auf fünf reduziert** werden müsste, würde sich die Mehrheit der deutschen Zuschauer für RTL, ARD, ZDF, Sat.1 sowie die lokalen dritten Programme entscheiden. Das ist das Ergebnis des aktuellen Sensors zum Thema Fernsehen, für den das Bielefelder Emnid-Institut im Auftrag der Media-Agentur mediaedge:cia 1.300 Personen im Alter ab 14 Jahren befragte. (Weitere Infos zur Studie: [w&v werben & verkaufen.](#))

04+++ Der **Deutsche Presserat hat die Berichterstattung der „Bild“-Zeitung über die Schauspielerin Sibel Kekilli als Verstoß gegen die Menschenwürde gerügt.** Die Zeitung hatte nach der Verleihung des Goldenen Bären mehrfach über die Vergangenheit der Schauspielerin

berichtet, die vor ihrer Rolle in dem preisgekrönten Film „Gegen Die Wand“ in Pornofilmen mitgespielt hatte. „Das öffentliche Interesse deckt eine Form der Berichterstattung nicht, in der die Persönlichkeit der Betroffenen auf das reduziert wird, was man über diese in den Klappentexten von Pornofilmkassetten lesen kann“, rügte der Presserat. Die Bambi-Verleihung am 18. November in Hamburg hatte Kekilli für eine drastische Medienschelte genutzt und in ihrer Dankesrede gesagt: „Und denen ich nicht danke, das sind "Bild" und "Kölner Express". Hör endlich auf mit dieser dreckigen Hetzkampagne. Das, was ihr macht, nennt man Medienvergewaltigung“, rief die Schauspielerin unter Tränen.

Service

01+++ Am 01. Dezember erweiterte das Meerbuscher Unternehmen **activemeta.net.gmbh** seine Kernkompetenzen mit Hilfe des Kooperationspartners uknow GmbH aus Hamburg. uknow, Spezialist für Informations- und Archivierungslösungen, **liefert Software-Lösungen mit denen Kunden von activemeta.net ihre PR-Arbeit und Verwaltung von Inhalten in Zukunft noch effizienter koordinieren können**. Recherchierte Medieninhalte aus allen PR-relevanten Quellen, interne E-Mails oder von bekannten Journalisten, oder auch digitalisierte Ergebnisse aus TV- und Radiobeobachtung, können einfach und übersichtlich archiviert werden. Ein wesentlicher Vorteil ist die Möglichkeit, Quelldaten jeglichen Formats automatisiert in jeweils ein Standardformat auszulesen. So ist beispielsweise der regelmäßig erstellte lizenzierte Pressespiegel zeitnah via E-Mail verteilt und im Intranet veröffentlicht. Die Reihenfolge der Presseartikel ist individuell definierbar, zusätzliche Artikel können nachträglich eingebunden werden.

02+++ Anträge auf **Eintragung ins Handelsregister** werden künftig deutlich schneller bearbeitet als bisher. Eine entsprechende Änderung des § 25 Handelsregisterverordnung ist am 1. Dezember in Kraft getreten. Mit dieser Maßnahme wird ein weiteres Projekt der Offensive pro mittelstand umgesetzt. Mit der Neuregelung werden die Gerichte verpflichtet, über alle Anträge auf Eintragung in das Handelsregister innerhalb **eines Monats** zu entscheiden.

03+++ Der "**dwk 2005 Deutscher Werbe Kongress**" und die w&v- "meetnight" finden am 12. Mai 2005 in München statt. Thema: "Vertrauen als Währung. Die Investition in Marken und Medien". Infos: www.dwk2005.de.

Seminare

Deutsche Presseakademie und communication-college kooperieren in der PR Ausbildung

Die Deutsche Presseakademie (DEPAK), Berlin, bietet in Ihrem Ausbildungsprogramm ab 2005 auch ein Fernausbildungsangebot, dass in Kooperation mit dem communication-college (cc) realisiert wird. Der Kurs orientiert sich an dem Curriculum der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Mit 52 Studienbriefen geht er mit Themen wie Kommunikationsmanagement und Führung über die in einer Prüfung geforderten Inhalte hinaus.

In zehn internetgestützten Modulen und insgesamt 52 Studienbriefen trainieren die Teilnehmer für die Prüfung zum PR-Berater/in und zum PR-Referenten/in. Auch Praxiserfahrung aus erster Hand kommt nicht zu kurz: Drei Präsenzwochen in Berlin dienen der intensiven Vermittlung von Inhalten, der Exkursionen zu Institutionen und Unternehmen und der Möglichkeit, sich mit anderen Teilnehmern zu vernetzen. Die zehn Themenfelder der Ausbildung umfassen: Begriffe von PR, Aufgaben und Tätigkeitsfelder, konzeptionelle Aspekte, Mittel der PR, Media Relations, Editorial Services, CI und CD, Reden und Präsentieren, Zusammenarbeit mit Agenturen, Management und Teamarbeit. Jeder Teilnehmer erstellt als Teil der Abschlussprüfung ein eigenes PR-Konzept unter fachlicher Anleitung, das auch als Referenz bei Bewerbungen dienen kann. Eine bestandene Prüfung berechtigt zum Tragen des Titels PR-Berater/in (DAPR), PR-Referenten/in (DAPR) oder Kommunikationsmanager/in (depak). Die Fernausbildung hat die staatliche Zulassung der Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) in Köln, der Kurs des cc ist als förderbar von der Bundesagentur für Arbeit anerkannt.

01+++ Das **FAZ-Institut** für Management-, Markt- und Medieninformationen, Frankfurt am Main bietet eine Trainingsreihe zum Oberthema "Rhetorik und Argumentation an.

Crashkurs Rhetorik: 15. + 16. Februar und 12. + 13. April 2005 in Frankfurt am Main;
Aufbaukurs Rhetorik: 11. + 12. Mai in Offenbach und 11. + 12. Oktober 2005 in Frankfurt am Main;
Argumentationstraining für schwierige Situationen: 8. + 9. März und 6. + 7. September 2005 in Heidelberg
Stimm- und Sprechtraining: 9. März in Frankfurt am Main und 12. Oktober 2005 in Heidelberg
Körpersprache: 28. Februar und 17. Oktober 2005 in Frankfurt am Main.
Weitere Infos: www.seminare-faz-institut.de.

Kommentar

Kerlikowskys Kommentar ... über Mittelstand und Investitionen

Guten Tag! Der Mittelstand ist der Jobmotor in Deutschland. Das zeigen die Ergebnisse des Mittelstands-Panels, das jährlich von der staatlichen KfW-Bankengruppe erhoben wird. Im Gegensatz zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung hat die Zahl der Beschäftigten im Mittelstand zwischen 2001 und 2003 im Durchschnitt jährlich um knapp 3 % zugenommen. Doch die positive Entwicklung ist gefährdet; denn die 3,4 Millionen Mittelständler investierten weniger. 2003 lag das Investitionsvolumen mit 190 Milliarden Euro 15 % unter dem Vorjahresniveau. Da es eine direkte Abhängigkeit zwischen Investitionen und Arbeitsplatzschaffung gibt, ist die Rolle des Mittelstands, der rund 26,6 Millionen Menschen beschäftigt, als Arbeitsmarktmotor gefährdet.

Ein Grund für weniger Investitionen sind die Finanzierungsprobleme, wie das Panel ergab. Ein zweiter, vielleicht wichtigerer Grund, wurde von der KfW nicht abgefragt: die Ausbeutung der Kleinen durch die Großen. Viele Automobilhersteller pressen ihren Zulieferern - selbst bei laufenden Verträgen - Preisnachlässe ab und bürden ihren Händlern immer neue Lasten auf. Das dürften Gründe sein, warum nach der Erhebung von ADAC-Automarx über die Zufriedenheit von Autokäufern in der Rangliste der Marken fast alle ganz weit hinten landen. Die Japaner belegen die Spitzenplätze. Nur Porsche liegt zwischen diesen auf Rang 5. Weit dahinter befindet sich BMW auf dem 14. Platz, Ford dem 21., Audi dem 23., Smart dem 27., Opel dem 28., Mercedes dem 31. und VW dem 33.

Das Prinzip des Mißbrauchs der Nachfragemacht der Autokonzerne läßt sich auf viele andere Branchen übertragen und auch auf den Staat und seine Institutionen. So klagen die freien Fernseh-Produzenten, die es immerhin auf jährlich zwei Milliarden Euro Umsatz bei 50.000 Beschäftigten bringen, über das Verlangen von ARD und ZDF, daß sie 10 bis 15 Prozent weniger für Ihre Filme erhalten sollen - trotz höherer Fernsehgebühren.

Daß den Mächtigen in Wirtschaft und Staat die Folgen ihres Handelns bewußt werden, das wünscht für uns alle

Ihr Dr. Horst Kerlikowsky
Berlin, den 3. Dezember 2004

*Mit freundlicher Genehmigung übernommen aus (Copyright: Dr. Horst Kerlikowsky): **Media Selection - ein Dienst von ETAGE Chef-Information**. Weitere Infos und Abo-Bestellung bei [Dr. Horst Kerlikowsky](mailto:Dr.Horst.Kerlikowsky); Telefon: (030) 3 27 53 67 oder (089) 34 40 12.*

Zur Homepage: [ETAGE Chef-Informationen](#).

Sie lesen in dieser Ausgabe:

Währung: Ausländische Anleger verkaufen ihre US-Wertpapiere

Arbeitsmarkt: Hartz-Reform bringt viele Jobs in der Bürokratie

EU-Erweiterung: Beitritt von Bulgarien und Rumänien ist beschlossen

Österreich: Das Land nutzt am besten die Chancen in Mittel- und Osteuropa

Standort Mittel- und Osteuropa: Zulieferer ziehen mit den Autoherstellern mit

Geld + Steuern: Europaweit Jagd auf Bargeldbesitzer an den Grenzen zu Drittländern

Steuerparadiese: Nach dem EU-Beitritt ist Zypern eine attraktive Fluchtburg

Redaktionsschluss: Montag, 6. Dezember 2004 – 14:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.138 Empfänger** versandt.

Impressum + Copyright ©:

Herausgeber: PR-InternetZentrum; **Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer, Chefredakteur + PR-Berater
(V.i.S.d.P.).

Anschrift: Hauptstr. 12 a, D-53721 Siegburg; Fon: +49 (0) 2241 91 95-0, Fax: +49 (0) 2241 91 95-1;
Mobilfon: 0177 - 7 99 11 74; E-Mail: redaktion@pfeffer.de; neue URL: www.neues-prportal.de.

Alle Informationen + Links ohne jegliche Haftung, nach bestem Wissen und Gewissen - zur
persönlichen Information.