

Pfeffers Newsletter 52. Woche (neues PR-Portal)

Die Meldungen der letzten Woche sind hier zusammengefasst – aktuelle Meldungen finden Sie auf unserer Homepage www.neues-prportal.de.

Personalien

Strang schon wieder weg von Conti

Rainer Strang (52) gab beim Reifenhersteller Continental in Hannover nur ein kurzes Gastspiel - meldet kress.de. Am 1. Oktober hatte er dort Markus Burgdorf (40) als PR-Leiter Reifen ersetzt. Im Februar 2005 wird Strang neuer PR-Chef der TÜV-Süd-Gruppe in München. In dieser Funktion ist er u.a. verantwortlich für Medienarbeit, interne Kommunikation und politische Kontakte. Außerdem wird er Chefredakteur des jährlich (gemeinsam mit Springers "Auto Bild" herausgegebenen) Gebrauchtwagen-Ratgebers "TÜV Auto-Report". Strang war früher neun Jahre lang Kommunikationschef beim TÜV Rheinland in Köln.

Kons wird RTL-Kommunikationsdirektor

Wolfram M. Kons (40) wird am 1. Januar 2005 die Gesamtleitung der Kommunikation bei RTL Television in Köln übernehmen. Im unterstehen dann: Unternehmenskommunikation (Leitung: Christian Körner), Event Services und Programmpresse. Außerdem wird er Gesamtprojektleiter des RTL-Spendenmarathons. Seinen Job als Hauptmoderator bei den "RTL-News am Morgen" behält er bei. Kons ist seit 1991 bei RTL und berichtet in seiner neuen Funktion an Generalsekretär Thomas Kreyes.

Personalien compact (12) (52.KW-04)

01: **Alexander Felsenberg** (40), Initiator und Mitgründer des dmmv Deutscher Multimedia-Verband (heute: BVDW - Bundesverband Digitale Wirtschaft) in Düsseldorf scheidet nach zehn Jahren aus. Der Verband vertritt mehr als 940.000 Beschäftigte.

02: Am 03. Januar 2005 wird **Daniel Braxton** (33) als Global Internal Communications Manager seinen Dienst bei Novartis Pharma in Basel antreten. Er war zuvor als Assistent des Vorstandsvorsitzenden bei Heidelberger Druckmaschinen AG tätig.

03: **Carsten Tilger** (37) wechselt von Aventis, Straßburg zu Kabel Deutschland (KDG) in München und leitet dort ab Januar 2005 die Unternehmenskommunikation (gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit). Vorgängerin Kathrin Kleinjung ist ausgeschieden.

04: Die "Rhein-Zeitung" in Koblenz bekommt eine Doppelspitze: die bisherigen Stellvertreter **Christian Lindner** und **Jochim Türk** werden gleichberechtigte Chefredakteure. Sie lösen Martin Lohmann ab.

05: Chefwechsel auch in Halle/Saale bei der "Mitteldeutschen Zeitung": die bisherige Chefredakteurin **Monika Zimmermann** (55) wechselt als Chefkorrespondentin für ihre bisherige Zeitung und den "Kölner Stadtanzeiger" nach Berlin. **Peter Pauls** (51) übernimmt derweil die Leitung in Halle.

06: Neuer Chefredakteur der "Rheinischen Post" in Düsseldorf wird **Sven Gösmann** (38) - als Nachfolger von Ulrich Reitz, der Chef der WAZ in Essen wurde. Gösmann war bisher Mitglied der "Bild"-Chefredaktion.

07: Der bisherige Chefredakteur der "Pforzheimer Zeitung" **Thomas Statinsky** (45) wird im neuen Jahr Chef des "Südkuriers" in Konstanz. Er löst dort Werner Schwarzwälder (61) ab.

08: **Robert Scheib** (39) leitet künftig die Kommunikation bei GE Bayer Silicones in Leverkusen. Seine Funktion: Communications Leader Europe für die interne und externe Unternehmenskommunikation.

09: **Michael Preuss** (31) wird neuer Leiter Wirtschaftspresse bei Bosch in Stuttgart. Dazu gehören: Pressearbeit für Wirtschafts-, Lokal- und Publikumsmedien, Hörfunk und TV-Redaktionen sowie das internationale Kommunikationsnetzwerk.

10: **Christine Gellersdörfer** hat als Nachfolgerin von Volker Braetsch die Leitung der Unternehmenskommunikation der Siltronic AG in München übernommen.

11: **Gerhard Meier-Röhn** hat seinen interessanten Job in der Frankfurter DFB-Zentrale (nicht ganz freiwillig) aufgegeben. Er war dort neben Harald Stenger Kommunikationsdirektor des Deutschen Fußball-Bundes und für die elektronischen Medien zuständig. Der frühere SWF-Sportchef muss sich nun für eine Präsenz bei der Fußball-WM 2006 in Deutschland ein neues "Spielfeld" suchen.

12: **Ina Bauspiess** (26) leitet jetzt die Pressestelle des Berliner Luxushotels "The Regent".

Etats

achtung! kommunikation macht MPC Capital-PR

Die PR-Agentur achtung! kommunikation hat den PR-Etat des Finanzdienstleisters MPC Capital, beide in Hamburg, gewonnen. Der Entscheidung ging ein umfassendes Agenturscreening voraus. Die MPC Capital AG ist das größte Emis-

sionshaus geschlossener Fonds in Deutschland und entwickelt, initiiert und vertreibt Kapitalanlagen. achtung! kommunikation beschäftigt 18 Mitarbeiter und betreut im Finanzdienstleistungsbereich bereits unter anderem: Citibank, Condor Versicherungsgruppe, ppi financial systems, Pylon sowie Star Finanz.

Etats compact (5) (52.KW-04)

01: Dynamic Logistics Systems ((DLS), Gelnhausen
 an ▶ **chain relations**, Frankfurt am Main

02: Mitarbeitermagazin "Xpress" des Chemieunternehmens Lanxess (ehemals Teil der Bayer AG), Leverkusen

an ▶ **muehlhaus & moers kommunikation**, Köln

03: Microcar (Leichtkraftfahrzeuge), Montaignu/Frankreich
 an ▶ **Sympra** (GPRA), Stuttgart

04: devolo AG (Kommunikationslösungen für Endkunden), München
 an ▶ **Harvard Public Relations**, München

05: Vertilas (Laserdioden-Hersteller), Garching
 an ▶ **Maisberger Whiteoaks**, München

Branche

Branche compact (2) (52.KW-04)

01: **Sabine Reinhart** (33), bisher bei Worx-PR hat sich mit ihrem **Beratungsbüro "PR 13"** in Hamburg selbstständig gemacht. Gründungskunde ist der IT-Anbieter July Systems.

02: In Bonn wurde die **PR-Agentur "Haus 7"** neu gegründet - von **Thomas Busch** (43) und **Heike Lewald** (41). Hier sind die Gründungskunden: Goodyear Deutsch-

land, Shimano Europa und die Emscher-Lippe-Energie.

Medien

FAZ macht besten Wirtschaftsteil

Die "FAZ" macht auch in diesem Jahr Deutschlands besten Wirtschaftsteil. Im jährlichen **Ranking des Branchenmagazins "Wirtschaftsjournalist"** ist die Wirtschaftsredaktion der FAZ mit einer Gesamtnote von 1,48 erneut auf Platz 1 gelandet, allerdings mit einer leicht schlechteren Note (Vorjahr: 1,24) und knapper als beim ersten Mal. Für das jährliche "Wirtschaftsjournalist"-Ranking hatten die Pressestellen der großen deutschen Unternehmen die Arbeit der Wirtschaftsredaktionen zu bewerten. Welche Wirtschaftsmagazine oder Wirtschaftsteile sind Pflichtlektüre? Wie steht es um Einfluss, Branchenrelevanz, sachliche Exaktheit und Fairness?

Informationsfreiheitsgesetz: geplanter Abschied vom Amtsgeheimnis

Die Journalisten- und Bürgerrechtsorganisationen begrüßen den geplanten Abschied vom Amtsgeheimnis. "Mit dem Informationsfreiheitsgesetz wird die Möglichkeit für einen Kulturwandel in der Verwaltung eröffnet. Endlich soll das obrigkeitstaatliche Erbe des Amtsgeheimnisses überwunden und der Grundsatz der Transparenz zum Prinzip erhoben werden. Die Mauer, mit der sich die öffentliche Verwaltung zum Schutz vor der Neugier der Bürger umgibt, beginnt zu bröckeln." Mit diesen Worten begrüßte Dr. Christoph Bruch von der Humanistischen Union die Vorlage des Entwurfs eines Informationsfreiheitsgesetzes, das am 17. Dezember in erster Lesung im Deutschen Bundestag beraten wurde.

Mit dem Informationsfreiheitsgesetz erhalten alle Bürger und alle Journalisten

das Recht, Unterlagen öffentlicher Stellen einzusehen oder Informationen daraus anzufordern. Eine Antragsbegründung oder eine persönliche Betroffenheit sind nicht erforderlich. Falls die Behörde der Meinung ist, Informationen aufgrund von Ausnahmeklauseln nicht herausgeben zu müssen, muss sie dies begründen.

"Der Journalismus wird durch bessere Recherchemöglichkeiten von dem neuen Gesetz profitieren, auch wenn sich der Entwurf stellenweise wie ein Informationsfreiheitsverhinderungsgesetz liest.", kommentierte Volker Hummel, stellvertretender Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes (DJV), die Gesetzesvorlage. Journalisten seien nicht mehr nur auf Tipps und Indiskretionen aus Behörden angewiesen, sondern könnten mehr als bisher und ganz offiziell in Akten und Dokumenten recherchieren. So soll es jetzt einen Rechtsanspruch geben, Originalakten einzusehen, während der Auskunftsanspruch nach den Landespressegesetzen häufig nicht weiter führte als bis zu abweisenden Auskünften der Behördenpressestelle. "Das Gesetz macht uns Journalisten die Arbeit leichter und den Staat für alle Bürger transparenter", so Hummel.

Das Bündnis für das Informationsfreiheitsgesetz besteht aus den Journalistenorganisationen Netzwerk Recherche e.V., Deutscher Journalisten-Verband (DJV), Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (dju) sowie der Anti-Korruptions-Organisation Transparency International (Deutsches Chapter) und der Bürgerrechtsgruppe Humanistische Union.

Medien compact (6) (52.KW-04)

01: NRW-Ministerpräsident Peer Steinbrück (SPD) hat Kritik am **Europäischen Medieninstitut** und dessen Leiter Jo Groebel zurückgewiesen. Was dort gelaufen sei, sei "vollkommen in Ordnung", sagte Steinbrück am 20. Dezember in Düsseldorf. Laut einem Bericht des Nachrichtenmagazins "Spiegel" werfen zwei frü-

here Aufsichtsräte des mit Landesmitteln finanzierten Instituts Groebel "Versagen" und eine "skrupellose Sanierung" vor. Nach Ansicht der Ex-Aufsichtsräte sei der Institutsleiter für die Schließung der Einrichtung in Düsseldorf verantwortlich. Groebel habe nicht nur "das Institut im Stich gelassen", sondern auch durch "seine exzessiven Reisen und persönlichen Ausgaben die Kosten erhöht".

02: Der Münchner Verlag Hubert Burda Media steht Presseinformationen zufolge vor der **Übernahme der Verlagsgruppe Milchstraße** in Hamburg. Die Verhandlungen über den Kauf der Anteile des Mitgesellschafters Rizzoli seien weit fortgeschritten, es gehe nur noch um letzte Details. In der Verlagsgruppe Milchstraße erscheinen unter anderem die Zeitschriftentitel "Fit For Fun", "Cinema", "TV Spielfilm" und "Amica".

03: ZDF gegen ARD: **Kerner soll Sabine Christiansen am Sonntagabend Konkurrenz machen.** Damit reagiert das ZDF auf Pläne der ARD, die "Tages-themen" auf 22.15 Uhr vorzuziehen und den "Bericht aus Berlin" unmittelbar vor der ZDF-Sendung "Berlin direkt" am Sonntagabend zu platzieren.

04: Der **BDZV** Bundesverband Deutscher Zeitungs-Verleger, Berlin **sieht die wachsende Bedeutung des Internet gelassen.** Die Nutzungszahlen seien nicht vergleichbar. BDZV-Sprecher Hans-Joachim Fuhrmann: "Das Netz eröffnet für die Zeitungen enorme Möglichkeiten, Print und online zu verknüpfen."

05: **Hillary Rodham Clinton**, US-Senatorin von New York und Ehefrau des früheren US-Präsidenten Bill Clinton, erhält den **"Deutschen Medienpreis 2004"**. Die Verleihung ist am 13. Februar 2005 in Baden-Baden. Ihr Mann hatte den Preis bereits 1999 erhalten. Verliehen wird der Award von einer Jury deut-

scher Chefredakteure sowie von Media Control, Baden-Baden.

06: **47 Millionen Deutsche sind online** - noch nie hat sich ein Medium schneller verbreitet wie das Internet. Vor zehn Jahren wurde es weltweit erst von 16 Millionen Menschen genutzt - heute sind es 830 Millionen - sagt researchworldwide.com. Absolut gesehen liegen wir Deutsche auf Platz vier - verhältnismäßig liegen wir mit 57,1 Prozent aber nur auf Rang 14.

Services + Tipps

Services compact (5) (52.KW-04)

01: Der PR REPORT hat die sechste Auflage des jährlich erscheinenden **"PR Report Compendium"** vorgelegt. Erstmals sind darin Agenturen und Dienstleister nicht nur aus Deutschland, sondern auch aus der Schweiz und Österreich enthalten. 160 Seiten, 1.000 Agenturen und 300 Dienstleister sind drin. Für 35 Euro erhältlich beim Haymarket-Verlag, Mexikoring 33, 22297 Hamburg.

02: Im Kroll-Verlag, Seefeld ist ein neues Presse-Taschenbuch erschienen: Transport und Logistik 2004. Für 29 Euro beim [Kroll-Verlag \(www.kroll-verlag.de\)](http://www.kroll-verlag.de) oder im Buchhandel erhältlich.

03: Die Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg hat ihr neues **Internetportal zur Arbeitsmarktreform** (Hartz IV) gestartet: www.arbeitsmarktreform.de. Darin sollen alle Informationen über die neue Grundversicherung für Arbeitssuchende und zum Arbeitslosengeld II enthalten sein.

04: Die **Arbeitnehmer** in Deutschland **"verschenken"** jährlich ca. **75 Millionen Urlaubstage** im "Gegenwert" von neun Milliarden Euro. Das hat eine Studie des Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Instituts (WSI) der DGB-eigenen Hans-Böckler-Stiftung ergeben. Jeder Berufstäti-

ge würde 2004 statistisch auf 2,2 Urlaubstage verzichten.

05: Der **Krankenstand** der deutschen Arbeitnehmer hat sich erneut verringert: **13,5 Tage Fehltage waren 2003** zu verzeichnen (1991 waren es noch 25 Tage). Dies berichtet der Bundesverband der Betriebskrankenkassen. Ein wichtiger Grund sei die Angst vor Arbeitslosigkeit.

Seminare + Tagungen

"Seite Eins" Folge 2: Atomisierung der Medienlandschaft

Am 25. Januar 2005 findet zum zweiten Mal "**Seite Eins - Meinungsmacher im Dialog**" in Düsseldorf statt (im Congress Center der Düsseldorfer Messe), eine Veranstaltungsreihe von GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen und dem Landesverband NRW des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher. Thema diesmal: "Atomisierung der Medienlandschaft - Fluch oder Segen?". Infos: www.seite-eins-nrw.de. Es geht dabei um den Umbruch der Medienlandschaft und dessen Konsequenzen für die Kommunikationsbranche.

Seminare compact (4) (52.KW-04)

01: Vom 15. bis 18. Februar 2005 findet im Kongresszentrum Karlsruhe die "**Learntec 2005**" statt (13. Europäischer Kongress für Bildungs- und Informationstechnologie mit Fachmesse). Infos: www.learntec.de.

02: Am 8. + 9. März 2005 veranstaltet das FAZ-Institut in Frankfurt am Main das **PR-Training "Schreiben und Gestalten im Netz"** (Erfolgreich Marken, Dienstleistungen und Werbung online darstellen). Infos: www.seminare-faz-institut.de.

03: Am 9. + 10. März 2005 veranstaltet das FAZ-Institut in Frankfurt am Main

das **PR-Training "Intensives Issues Management"** (im Rahmen der Reihe "Issues Management und Krisen-PR"). Infos: www.seminare-faz-institut.de.

04: Am 9. + 10. März 2005 veranstaltet die Berliner Bringmann Managemententwicklung das "**Wolf-Schneider-Spachseminar**" (Was tun, wenn man gelesen werden möchte?). Infos: www.bringmann.de

Rezensionen

Handbuch "politiko"

Im Berliner politikverlag helios ist neu erschienen: "politiko - Handbuch für politische Kommunikation 2005". "politiko" ist ein umfassendes und kompaktes Handbuch, das über 600 Repräsentanten von 300 Organisationen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im "Politischen Berlin" ausführlich vorstellt. Ob Verbände, Gewerkschaften, Stiftungen, Unternehmensrepräsentanzen, Parteien oder Kommunikationsagenturen – "politiko" gibt der Berliner Republik Gesichter und Namen. Es kann für 35 Euro in jeder Buchhandlung unter der ISBN-Nr. 3-9810024-0-7 bestellt werden. Oder direkt beim Verlag unter politiko@politikverlag.de

Nun - die meisten Daten finden sich sicher auch (ohne Fotos) im "Taschenbuch des öffentlichen Lebens" vom Bonner Festland-Verlag - aber eben nicht so komprimiert auf "Berlin" dargestellt. Auch wenn in "politiko" noch einige Daten aus Bundestag und Bundesregierung fehlen (sollen in der 2005er-Ausgabe nachgeholt werden), ist das Handbuch sicher für alle, die in Bonn professionelle Lobbyarbeit betreiben (wollen), ein untentbehrliches Arbeitswerkzeug.

Das "politiko" - Inhaltsverzeichnis:

1. Landesvertretungen
2. Bundesparteizentralen
3. Stiftungen

4. Verbände
 5. Gewerkschaften
 6. Unternehmensrepräsentanzen
 7. Kommunikationsagenturen
 8. Medienbeobachtung
 9. Ausschüsse im Deutschen Bundestag
 10. Sitzungstermine des Deutschen Bundestages und des Deutschen Bundesrates
 11. Sitzungstermine der deutschen Landesparlamente
 12. Ferienkalender 2005
- Personenverzeichnis
Firmenverzeichnis

Themen der Zeit

Kommunikationsmanager suchen den direkten Dialog

Live Communication stärkt Kundenbindung nachhaltig

Entscheider in den Unternehmen setzen immer stärker auf den persönlichen Kontakt zum Kunden. Davon profitieren vor allem die Instrumente der Live Communication, wie Events, Promotions, Roadshows und Messen. Im Kommunikations-Mix beweisen sie vor allem ihre Stärken, wenn es darum geht, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und Kunden längerfristig zu binden.

Die steigende Bedeutung der Live Communication belegt die Studie „Uniplan LiveTrends 2004“. Sie wurde in Kooperation von Uniplan und dem Lehrstuhl Marketingmanagement der HHL - Leipzig Graduate School of Management durchgeführt. In der repräsentativen Untersuchung wurden 387 Kommunikationsmanager zur Wirksamkeit von Live Com-Instrumenten befragt. Die Befragung führte Emnid im Auftrag der beiden Partner durch.

Erfolgreiches Markenmanagement basiert in hohem Maße auf einer engen Kunden-Marken-Beziehung. Die Studie

zeigt, dass vor allem in den kritischen Phasen des Vertrauensaufbaus und der Kundenbindung Live Communication gegenüber der klassischen Werbung eine dominante Rolle einnimmt. Hier punkten vor allem zielgruppenspezifische Events mit ihren Möglichkeiten, Markenwelten interaktiv in einzigartiger und emotionaler Atmosphäre zu präsentieren.

Bei der Bewertung der Live Com-Instrumente sehen die befragten Kommunikations-Entscheider deutliche Unterschiede. Während Events durchweg auf dem Vormarsch sind, so wird bei Messen aufgrund des hohen Budgetaufwands immer häufiger die Frage nach der Effizienz gestellt. 65 Prozent aller Messeauftritte werden von den Marketing-Managern als austauschbar bewertet. Starke Messen sind „unique“, also einzigartig. Nur über sie und keinesfalls über Messeauftritte „von der Stange“ können Markenbotschaften glaubhaft zum Kunden transportiert werden.

Dabei führt nur jedes zweite Unternehmen regelmäßige Erfolgskontrollen beim Einsatz von Live Communication-Instrumenten durch, beim Sponsoring ist es sogar nur jedes dritte. Als Gründe für die mangelnde Überprüfung der Maßnahmen führten die Befragten fehlende Instrumente, Zeit- und Kostenprobleme an.

2004 haben die Unternehmen ihre Kommunikations-Etats gegenüber dem Vorjahr wieder leicht erhöht. Zu den budgetstärksten Instrumenten zählen die klassische Werbung, Messebeteiligungen und Events. Für die kommenden Jahre verstärkt sich der Trend hin zur direkten emotionalen Kundenansprache und zum überzeugenden persönlichen Dialog. Hiervon profitieren die Live Communication wie auch der digitale Kundenkontakt per Internet. Parallel dazu verliert die klassische Werbung an Bedeutung.

Kommentar

Kerlikowskys Kommentar... über Konsumklima und Arbeitsmarkt

Guten Tag! Nichts verkauft sich so gut wie der Erfolg, lautet ein Kaufmannspruch. Kein Wunder, daß im Weihnachtsmonat Einzelhändler verkünden, die Verkäufe wären viel höher als im Vorjahresmonat. Sie scheinen bei ihren Äußerungen von Marktforschern bestätigt zu werden. Der Konsumklimaindex der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) war im November „nicht weiter gedrückt“, wie deren Vorstandschef Dr. Klaus Wübbenhorst verkündete. Selbst der Index für die Anschaffung langlebiger Konsumgüter sei leicht gestiegen. Außerdem habe 2004 das Vermögen der Deutschen um 150 Milliarden Euro auf 3,9 Billionen Euro zugenommen. Und im Januar komme eine Senkung der Einkommenssteuer, die mehr Geld im Portemonnaie bedeutet. Allerdings fügte Wübbenhorst hinzu, Anfang des Jahres würden die mit Hartz IV verbundenen Härten die Diskussionen bestimmen. So könnten auch die Ängste in anderen Bevölkerungskreisen zunehmen und sich das Konsumklima eintrüben (Berliner Zeitung 06.425.11).

Wer durch die Einkaufsstraßen und die Weihnachtsmärkte der Städte geht, kann tatsächlich den Eindruck erhalten, daß zum Jahresende die Bevölkerung optimistischer ist; doch die Atmosphäre im Lichterglanz der Weihnachtsbeleuchtung täuscht.

Mit dem Ende der Konsumflaute ist nicht zu rechnen, selbst wenn das Weihnachtsgeschäft gut laufen sollte. Das zeigt auch der von der Europäischen Kommission erhobene Index für das Konsumentenvertrauen in Deutschland. Er bewegt sich seit Monaten kaum auf niedrigem Niveau (WirtschaftsWoche, Düsseldorf 16.425.12). Ohnehin wurden die Voraussagen für das gesamte Euro-

Gebiet für 2005 nach unten korrigiert: statt erst erwarteter 1,9 % nur 1,7 % Wachstum (The Economist, London 11.425.13).

Grund für die miese Stimmung in Deutschland ist die Verfassung des Arbeitsmarktes. Da scheint nach Meinung der meisten Leute keine Besserung in Sicht (WirtschaftsWoche 16.425.12). Das ist verständlich; denn fast jeden Tag gibt es neue Schlagzeilen über den Arbeitsplatzabbau in Unternehmen. Und viele haben inzwischen begriffen, daß die tatsächliche Arbeitslosigkeit in Deutschland 6 Millionen beträgt, wenn man ehrlich rechnet. Aber Politiker aller Parteien wollen die Zahl vertuschen.

Nicht nur die Arbeitslosigkeit nährt die Skepsis der Bevölkerung gegenüber der Zukunftsentwicklung. Die Enteignung der Bürger, wie sie Arbeitslose im Rahmen von Hartz IV erfahren oder fast 20 Millionen Rentner durch jährliche reale Rentenkürzungen bei steigenden Preisen für Strom, Wasser, Stadtreinigung oder Verkehrsmittel, kann nur bewirken, sparsam zu wirtschaften. Daß die Politiker den Bürgern folgen und mit Steuergeld sparsamer umgehen, das wünscht als Weihnachtsgeschenk uns

Ihr Dr. Horst Kerlikowsky
 Berlin, den 17. 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; Telefon: (030) 3 27 53 67 oder (089) 34 40 12.

Vermischtes

Humor (52.KW-04)

Mutter zur Tochter:

"Nun Kind, was wünschst Du Dir den vom Weihnachtsmann?"

Tochter:

"Einen neuen Bundeskanzler!"

Die Mutter erstaunt:

"Wieso denn das?"

Darauf die Tochter:

"Nun, wenn der alte bleibt, bekommen wir die nächsten Jahre eh keine Geschenke!"

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. Dezember – 23:00 Uhr

Der Newsletter wurde an **16.283 Empfänger** versandt.

Impressum:

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer
Verlag: Forum PR-Beratung für Kommunikation, Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 10 Absatz 3 MDStV)
Lars Rademacher, Wolfsburg (Buch-Rezensionen); Dr. Ingo Reichardt, Ladenburg, stellv. Chefredakteur; Wolfgang Reineke, Heidelberg

Ständige Kommentatoren: Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin; Wolfgang Reineke, Heidelberg

Ständige Korrespondenten: Bernd Oliver Bühler, Paris; Frank Hupke, ...; Alexander Kirsten, Frankfurt am Main; Ralf Laumer, Marburg.

Anschrift:

*Hauptstr. 12 a, 53721 Siegburg
Telefon: (02241) 91 95-0, Telefax:
(02241) 91 95-1*

*E-Mail: redaktion@pfeffer.de, URL:
www.neues-prportal.de*

ausgewertete (Online-)Quellen:

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Der Spiegel, Deutsche Bundesbank, Financial Times Deutschland, heise online, Horizont, Kontakter, kressreport, manager magazin, media & marketing, Mediafon Newsletter, medien aktuell, Netzeitung.de, new business, newsroom, ots, politikszene, PR REPORT, prmagazin, sprecherszene, Statistisches Bundesamt, stern, text intern, w&v werben & verkaufen, ZDNet.de.
