

 SZENE CLIPPING


Frank Lilie

Frank Lilie leitet RTL II-Pressearbeit

Frank Lilie (37) ist seit dem 1. Juni Leiter der Abteilung Presse und PR beim Privatsender **RTL II** in Grünwald. Er folgt auf **Barbara Faltermeier**, die das Unternehmen bereits im Dezember 2007 verlassen hat. Lilie war für verschiedene PR-Agenturen tätig. Zuletzt war er stellvertretender Leiter Presse und PR bei RTL II. Nach dem Weggang Faltermeiers leitete er die Presseabteilung übergangsweise. Künftig berichtet er an **Oliver Haase**, Direktor Marketing und Kommunikation.



Marco Haase

Haase neuer Leiter Pressearbeit der Hamburger Innenbehörde

Marco Haase (37) ist seit dem 1. Juni Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecher der **Hamburger Innenbehörde**. Haase folgt damit auf **Reinhard Fallak**, der neuer Polizeivizepräsident in Hamburg wird. Zuletzt war Haase in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Innenressorts der **Hamburger Landesvertretung** in Berlin tätig. In seiner neuen Position berichtet er an den neuen Hamburger Innensenator **Christoph Ahlhaus**.



Bernhard Grander

Grander verlässt Microsoft

Bernhard Grander (46) hat Ende Mai seinen Posten als Pressesprecher bei **Microsoft Deutschland** verlassen, um sich mit einer eigenen Kommunikationsagentur selbstständig zu machen. Grander war seit 16 Jahren in der Pressearbeit für Microsoft tätig. Zuletzt verantwortete er die kommunikativen Belange für MSN und Windows Live Deutschland und berichtete an **Dorothee Ritz**, Country Manager Online Services Group. Wer bei Microsoft auf Grander folgt, steht noch nicht fest.



Alexander Wiech

Wiech neuer Pressesprecher von Haus & Grund Deutschland

Alexander Wiech (37) leitet seit dem 1. Juni die Verbandskommunikation der **Eigentümerschutz-Gemeinschaft Haus & Grund Deutschland**. Er folgt damit **Stefan Diepenbrock**, der den Verband Mitte März verlassen hat. Wiech war die letzten sechs Jahre Pressereferent beim **Bund der Steuerzahler Deutschland**. Davor war er als Referent in der Hauptgeschäftsführung bei der **IHK Kiel** tätig. In seiner neuer Position berichtet er an Generalsekretär **Andreas Stücke**.

Anzeige

PMG · Presse-Monitor®

Themenwellen erkennen, bevor sie zur Flut werden ...

► Wie Sie das Presse-Monitor®-System als Frühwarnsystem nutzen und damit auf unvorhergesehene Ereignisse reagieren können, möchten wir Ihnen gerne zeigen. Besuchen Sie unsere Roadshow und lernen Sie den Nutzen des Presse-Monitors® für die Unternehmenskommunikation in Kombination mit den modernen Analysetools der elektronischen Medienanalyse kennen.

PMG Roadshow 2008

Dresden: 10. Juni

Hamburg: 11. Juni

Berlin: 03. Juli

München: 23. Juli

Düsseldorf: 28. August

Frankfurt: 04. September

Referenten und Details unter www.pmg-roadshow.de

+++ TICKER

+++ **Nina Glaser** (32) ist seit dem 1. Juni Pressereferentin in der Kommunikationsabteilung von **Wella** in Darmstadt. +++ **Torsten Borchers** (42) ist seit dem 15. Mai Pressesprecher des **Finanzministeriums Schleswig-Holstein**. +++ **Myriam Kappelhoff** (33) ist ab sofort Pressereferentin bei **Gruner + Jahr Frauen/Familie/People**. **Simone Lönker** (31) wird zusätzlich zu ihren bisherigen Aufgaben als Pressereferentin für Titel der P.M.-Gruppe und „emotion“ die Pressearbeit für „Healthy Living“ betreuen. +++ **André Stark** (31) ist seit Anfang Mai PR-Manager beim Immobilienvermarkter **Lührmann**. +++ **Thomas Herrmann** (35) ist seit dem 5. Mai Marketing Communications Manager bei **Kiska** und damit auch für die Unternehmenskommunikation verantwortlich. Unterstützt wird er von **Daniela Berger** (28). +++ **Katharina Kirsch** (30) ist seit Anfang Juni Referentin Public Relations von **Tomorrow Focus**. +++ **Nicolas Schmied** (30) ist seit Anfang Mai neuer Mediensprecher bei **Coop Schweiz**. +++ **Christina Hartmann** (30) ist neue Sprecherin der **Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU** in Berlin. +++ **Susanne Frischling** (40) ist seit dem 2. Juni neue Sprecherin der **Behörde für Kultur, Sport und Medien** in Hamburg. +++ **Dominique Nadelhofer** (30) ist seit Anfang Juni Referent für Wirtschaftspresse und internationale Kommunikation bei **MAN**. +++

V.i.S.d.P.
präsentiert

Journalist der Woche



Matthias Matussek

soll laut „WELT AM SONNTAG“ demnächst als „SPIEGEL“-Korrespondent nach Indien gehen. Die Wochenzeitung will aus Redaktionskreisen erfahren haben, dass Matussek seinen neuen Posten im Herbst antreten werde. Endgültig entschieden sei aber noch nichts.

20 ZEILEN

NACHGETRETEN

Nein, Alice Schwarzer war nie eine Freundin diplomatischer Zurückhaltung. Unbequem und kompromisslos gibt sie sich in der Öffentlichkeit – notwendig im Kampf für eine gerechte Sache. Ihren Hang zur Konfrontation bewies sie nun erneut. Erst trat sie noch einmal kräftig nach, nachdem Lisa Ortgies nach nur zweimonatigem Intermezzo ihren Posten als Chefredakteurin der „Emma“ verlassen hat. Ortgies war nicht geeignet, ließ sie verlauten. Wer eine solche Herausgeberin hat, braucht keine Feinde mehr. Dass die alte und inzwischen wieder neue Chefredakteurin der „Emma“ nun in der „FAZ“ das Militärregime in Burma verharmlost, ist ebenso empörend. In einer derart kurzen Zeit einen solchen kommunikativen Scherbenhaufen zu hinterlassen, das schaffen nur wenige.

Sebastian Gülde

sebastian.guede@pressesprecher.com

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
Rudolf Hetzel

REDAKTION:
M.-O. Voigt (V.i.S.d.P.), S. Klein,
J. Altmeyer, S. Gülde, L. Kamprolf

pressesprecher

Magazin pressesprecher
Helios Media GmbH, Friedrichstraße 209, 10969
Berlin

Tel +49 (0) 30 / 84 85 90
Fax +49 (0) 30 / 84 85 92 00

info@pressesprecher.com
www.pressesprecher.com

ISSN 1612-7668

ANZEIGEN:

Sabine Wolf
Tel +49 (0) 30 / 84 85 90
Fax +49 (0) 30 / 84 85 92 00
sabine.wolf@helios-media.com

Anzeige

de pak Hörbibliothek

Die Welt erklären

Plädoyer für eine dialogorientierte Unternehmenskommunikation

Dr. Christoph Ehrhardt, Leiter Konzernkommunikation EADS

Die Hörbibliothek der depak bietet im monatlichen Takt wertvolle Beiträge von Kommunikationsleitern, Akademikern und anderen PR-Experten zum kostenlosen Download an. In dem ersten Beitrag, fordert Ehrhardt eine dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Nur so können Unternehmen einen realistischen Eindruck ihrer Fremdwahrnehmung gewinnen und diese für die Positionierung des Unternehmens nutzen.



Dr. Christof Ehrhart — 00:09:50 — www.depak.de

Jetzt Frühbucherrabatt nutzen und anmelden!

Tagung „Interne Kommunikation“

Potentiale heben, Chancen nutzen, Unternehmenskultur stärken

19.–20. Juni 2008 /// Intercontinental Berlin



CHRISTIAN ACHILLES, LEITER
KOMMUNIKATION UND MEDIEN,
DEUTSCHER SPARKASSEN- UND
GIROVERBAND



PROF. DR. ULRIKE BUCHHOLZ,
FACHHOCHSCHULE HANNOVER



EGBERT DEEKELING,
MANAGING PARTNER,
DEEKELING ARNDT ADVISORS IN
COMMUNICATIONS



ANDREAS ENNEKING,
SENIOR CONSULTANT,
TOWERS PERRIN



STEFAN HAVER,
LEITER INTERNE UNTERNEHMENS-
KOMMUNIKATION,
EVONIK INDUSTRIES



VOLKER KNAUER,
LEITER KONZERNMEDIEN/ INTERNE
KOMMUNIKATION,
DEUTSCHE BAHN



DR. HENRIK MÜLLER,
GESCHÄFTSFÜHRENDE
REDAKTEUR,
MANAGER MAGAZIN



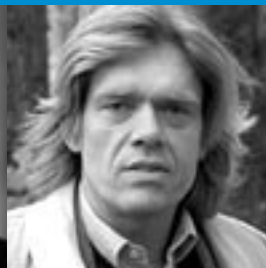
EBERHARD SCHMITT, DIREKTOR
ZENTRALBEREICH KOMMUNIKATION/
VORSTANDSBÜRO,
RAG



HEIKE SCHOCK,
SENIOR VICE PRESIDENT FIRST
CHOICE & CHANGE COMMUNICA-
TIONS,
DEUTSCHE POST WORLD NET



CHRISTIAN SCHUBERT,
HEAD OF CORPORATE
COMMUNICATIONS,
BASF



DR. HAJO SCHUMACHER,
FREIER AUTOR, JOURNALIST UND
MODERATOR



DR. HARRIET SEBALD,
PRINCIPAL,
TOWERS PERRIN

Informationen und Anmeldung auf
www.tagung-interne-kommunikation.de

pressesprecher

de pak

Deutsche
Presseakademie

AUSGESUCHTE SEMINARE FÜR 2008

Alle Seminare unter www.depak.de/seminare



Deutsche
Presseakademie

SEMINAR KREATIVE INSZENIERUNG IN DER PR

18.09.2008

INHALT

Die Grenzen der Kommunikationsdisziplinen weichen immer weiter auf. Im Kampf um Aufmerksamkeit und Budgets rückt die klassische Kommunikation immer tiefer in die Kompetenzfelder der PR vor. Marketingfloskeln wie »Branded Entertainment« dienen den Media- und Werbeagenturen als Verkleidung, um sich immer häufiger der Tools der PR zu bedienen. Egal, ob Event oder Below-the-line Maßnahme, die kreative Inszenierung von Botschaften ist eine Hauptaufgabe der täglichen PR-Arbeit. Leider bleibt im Arbeitsalltag zwischen

Pressemitteilung und Medienanfrage oft zu wenig Zeit, um diese Tools kreativ zu spielen. Darüber freuen sich die klassischen Disziplinen der Kommunikation, denen wir immer häufiger das Feld überlassen. Ziel des Seminars ist es, vom Presse-Get-Together über den Consumer-Event bis hin zur Guerillakampagne Ansätze zu vermitteln, um überraschende und erfolgreiche PR-Konzepte zu entwickeln. Im Mittelpunkt stehen dabei die richtige Verpackung einer Botschaft sowie das Vermitteln von Kreativitätstechniken.



Christoph Kamps

Ort: relexa hotel Stuttgarter Hof, Berlin

Gebühr: 690 Euro*

Teilnehmer: 6 bis 15

Zielgruppe: Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter der Kommunikations- und Presseabteilungen aus Unternehmen, Institutionen, PR-Agenturen und Verbänden.

SEMINAR DIE NEUE WELT DER GESCHÄFTSBERICHTE

18.–19.09.2008

INHALT

Die meisten Geschäftsberichte, die heute veröffentlicht werden, bieten dem Leser eine reine Rückschau: Welche Ergebnisse konnten erwirtschaftet werden und wie verlief das Geschäft im vergangenen Berichtszeitraum, welche Investitionen wurden getätigt und welche Firmen oder Anteile wurden veräußert? Präsentiert wird häufig eine nüchterne, bürokratische und rückwärtsgewandte Faktensammlung, die sich aufgrund EU- und finanzpolitischer Anforderungen immer umfangreicher gestaltet.

Zur echten Königsdisziplin der Finanzkommunikation wird der Geschäftsbericht aber erst, wenn diese Medienform als

hochwertiges Image-Instrument genutzt wird. Mit kreativen Konzepten, Reportagen und Interviews, die vor allem Zukunftsprognosen wagen und Ausblicke und Einblicke in das Unternehmen geben: Wie verändern sich die Märkte und Rahmenbedingungen, wie müssen sich Strategien und Businessmodelle wandeln und welche Risiken und Chancen tun sich auf für Unternehmen, Geschäftspartner und Anleger?

Fazit: Unser Seminar vermittelt anhand von praxisnahen Beispielen die aktuellen Anforderungen an Geschäftsberichte und wie man mit mutigen Themen und Bildwelten neue Lesergruppen erschließen kann.



Blasius Thätter



Wolfgang Miller

Ort: NH Berlin Mitte

Gebühr: 990 Euro*

Teilnehmer: 6 bis 15

Zielgruppe: Das Seminar richtet sich an Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen sowie an Projektleiter und verantwortliche Redakteure bei CP-Dienstleistern.

SEMINAR Einstieg in die Welt der PR

18.–19.09.2008

INHALT

Die aktuellen Anforderungen von Unternehmen, Organisationen, Institutionen, Verbänden und Parteien an ihre Kommunikationsarbeit wachsen. Gleichzeitig gibt es kaum wachsende Budgets oder personelle Ressourcen. PR-Abteilungen und Agenturen sind faktisch gezwungen, theoretische Überlegungen und den effizienten Einsatz des Instrumentariums zu verbinden.

Die Erfolgreichen sind nicht immer diejenigen, die blind loslaufen. Deshalb ist die Analyse der entscheidende Punkt. Welche Stärken und welche Schwächen haben wir? Wo liegen Chancen und Risiken. Es geht also um die Frage: Wie

will das Unternehmen, die Organisation, der Kandidat wahrgenommen werden? Das ist das »Delta«, welches in der Öffentlichkeit zu erarbeiten ist. Ziele, nicht pauschal »besser zu werden«, sondern mit qualitativen, quantitativen und temporären Komponenten. Wenn dann noch eine kreative Leitidee ein kommunikatives Dach bildet, wird die Sache rund. Dann geht es an die Umsetzung. Einer der Grundirrtümer ist es, erst nach deren Umsetzung mit der Evaluation zu beginnen. Gewiss gehört diese an den Schluss, aber sie sollte uns bereits mit der Analyse permanent begleiten und Fingerzeige zur Feinjustierung liefern.



Peter Nietzold

Ort: Hotel Angleterre, Berlin Mitte

Gebühr: 690 Euro*

Teilnehmer: 6 bis 15

Zielgruppe: (Quer-) Einsteiger in die PR/Öffentlichkeitsarbeit sowie Hoch- und Fachhochschulabsolventen.

*Preis gilt zzgl. gesetzl. MwSt.

ANMELDUNG

Ich akzeptiere die Teilnahmebedingungen sowie die AGB und nehme teil an:

- Kreative Inszenierung in der PR
- Die neue Welt der Geschäftsberichte
- Einstieg in die Welt der PR

Bitte senden Sie mir das depak-Seminarprogramm zu.

FAX: +49 (0)30/447 29 300

Vorname, Name	
Firma	
Straße, PLZ, Ort	
Telefon, Fax	
E-Mail	
Position im Unternehmen	
Ort, Datum	Unterschrift