politik & kommunikation

politikszene

Ausgabe Nr. 148
24.7. – 30.7.2007

BDI
Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

Jobst-Hinrich Wiskow

Wiskow neuer BDI-Kommunikationschef

Jobst-Hinrich Wiskow (39) leitet in Zukunft die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des **Bundesverbands der Deutschen Industrie** (BDI). Wiskow arbeitet seit 2003 für das Wirtschaftsmagazin „Capital" und wird seine neue Stelle spätestens zum 1. Oktober antreten. Sein Vorgänger, **Albrecht von der Hagen,** ist bereits seit dem 1. Januar als Leiter der neuen Abteilung „Mitglieder und Kunden" für die wirtschaftsinterne Kommunikation zuständig. Olga Wilde, BDI-Pressesprecherin, hatte Wiskows künftige Position übergangsweise inne.

Jutta Limbach

Limbach berät EU-Kommission

Jutta Limbach (73), Präsidentin des Goethe-Instituts und ehemalige Präsidentin des Bundesverfassungsgerichts, berät ab sofort die **EU-Kommission** in Fragen der Mehrsprachigkeit und des interkulturellen Dialogs. EU-Kommissionspräsident José Barroso und der Kommissar für Mehrsprachigkeit, Leonard Orban, haben eine Expertengruppe gebildet, der neben Limbach noch zehn weitere Persönlichkeiten aus den Bereichen Kultur und Sprache angehören. Wesentliche Aufgabe der Gruppe ist es, Orban in Fragen der europäischen Sprachenvielfalt zu beraten, sowie Wege aufzuzeigen, wie der interkulturelle Dialog in Europa gefördert werden kann.

Menschen für Medien

Bettina Lauer

Lauer neu bei Menschen für Medien

Bettina Lauer (36) arbeitet seit dem 1. Juli für die Agentur **Menschen für Medien** in Berlin. In ihrer neuen Funktion ist Lauer in den Bereichen Strategische Gesamtberatung, Pressearbeit und -betreuung sowie Coaching tätig. Zuletzt war sie stellvertretende Pressesprecherin der FDP-Bundestagsfraktion. Davor hat die gelernte Hörfunkjournalistin unter anderem beim Südwestrundfunk in Baden-Baden gearbeitet, wo sie als Reporterin für Nachrichten- und Magazinsendungen wie „Tagesschau" und „Tagesthemen" tätig war.

Anzeige

www.mission-olympic.de

Mission Olympic
Gesucht:
Deutschlands aktivste Stadt!

Gesucht: Deutschlands aktivste Stadt!

Im Rahmen von Mission Olympic suchen Coca-Cola Deutschland und der Deutsche Olympische Sportbund „Deutschlands aktivste Stadt"!

Die aktivste Stadt Deutschlands wird mit einem Fördergeld von 100.000 Euro zur Verbesserung des Sport- und Bewegungsangebots für ihre Bürgerinnen und Bürger ausgezeichnet.

Alle deutschen Städte sind aufgerufen, sich ab sofort bis 31. August 2007 zu bewerben. Nähere Informationen finden Sie hier.

Coca-Cola Deutschland
Lebe die Vielfalt

Deutscher Olympischer Sportbund

politik & kommunikation

politikszene

Ausgabe Nr. 148
24.7. – 30.7.2007

Sabine Arras

Arras spricht für European Bioplastics

Sabine Arras (32) steht ab sofort der Kommunkation des europäischen Biokunst-Verbands **European Bioplastics** vor. In der neu geschaffenen Position des Head of Communications leitet sie den Ausbau der strategischen Kommunikation. Arras wird neben der Sprecherfunktion die Beratung des Verbandsvorstands in der Kommunikation übernehmen und unter anderem die Bereiche Medienarbeit und Kampagnen verantworten. Arras kommt von Hill & Knowlton in Berlin, wo sie als Associate Director und Teamleiterin Kunden aus Energiewirtschaft und Verbänden in den Bereichen Public Affairs beraten hat.

+++ Beförderung für **Margret Dixon**: Ab dem 1. August wird die Geschäftsführerin „Consumer & Retail" für das Marktforschungsunternehmen **TNS Infratest** auch die Geschäftsführung in diesem Bereich für die Standorte Hamburg, Bielefeld und Wetzlar übernehmen. +++ **Lydia Thorn Wickert** übernimmt ab dem 1. August die neugeschaffene Position „Leiterin Public Affairs" von **Rundstedt & Partner** in der Düsseldorfer Unternehmenszentrale. +++ **Michael Ortmanns** (30) wird ab dem 1. September neuer Pressesprecher beim **Senator für Umwelt, Bau, Verkehr und Europa** in **Bremen**, Reinhard Loske. Ortmanns war für Loske bereits als Leiter seines Bundestagsbüros tätig. Zuletzt agierte er als Leiter der Unternehmenskommunikation von TV21, der Produktionsfirma von Sabine Christiansen. +++ **Welf Schröter** ist vom **Deutschen Gewerkschaftsbund** (DGB) zum E-Government-Beauftragten für Baden-Württemberg ernannt worden. Damit will sich der DGB intensiver mit der Herausforderung von E-Government für die Arbeitswelt befassen. +++ **Michael Sodar** (35) ist neuer Senior Consultant und Teamleiter von **Scholz & Friends Agenda**. Er tritt die Nachfolge von Stefan Lennardt an, der im Juni zum neuen Geschäftsführer von Scholz & Friends Profile in Düsseldorf berufen wurde. +++ **Martin Bulheller** leitet beim **Bundesverband Güterkraftverkehr Logistik und Entsorgung** seit dem 1. Juli die neue Abteilung „Öffentlichkeitsarbeit und Wirtschaftsbeobachtung". +++ **Thomas Möller** (30) ist neuer Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmensnetzwerks **Wissensfabrik**. Er löst Lars Rademacher ab, der zur Mediadesign Hochschule in München wechselt. In seiner neuen Aufgabe berichtet Möller an die Vorstandsvorsitzende der Wissensfabrik, Martina von Deessen. +++ **Thorsten Flentje** ist seit dem1. Juli neuer Government Vertical Lead im Public Sector von **Microsoft Deutschland**. Er übernimmt damit die Gesamtverantwortung im Vertrieb für Bund, Länder und Kommunen. +++ **Wolfgang Kalähne** ist neuer Geschäftsführer des **Ausschusses Verteidigungswirtschaft** im **Bundesverband der Deutschen Industrie** (BDI). Er ist Nachfolger von Helmut Harff, der in den Ruhestand wechselte. +++ **Bernhard Thies** (55) ist neuer Geschäftsführer der **Deutschen Kommission Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik im DIN und VDE** (DKE). Er übernimmt die Position des Sprechers der Geschäftsführung. Zusätzlich verstärkt **Gerhard Dreger** (57) seit dem 1. Juli als neues Mitglied der Geschäftsführung die DKE. +++ **Justus Bobke** (45) ist neu bei **Achtung Kommunikation** in Hamburg. Er wird dort das Team „Öffentlicher Sektor" aufbauen. Zuletzt war Bobke bei Trimedia in Berlin und der Konrad-Adenauer-Stiftung tätig. +++

GEBURTSTAGE DER WOCHE

Mehr Geburtstage bei **Politikagenda**

25.7.

Jürgen Trittin (53)

Bundesumweltminister a.D.

24.7. Ute Berg (SPD), MdB +++ Carl-Christian Dressel (SPD), MdB +++ Christian Freiherr von Stetten (CDU), MdB +++ Christoph Waitz (FDP), MdB +++ 25.7. Caio Koch-Weser (Deutsche Bank Group), Vice Chairman +++ Wilhelm Priesmeier (SPD), MdB +++ Erika Steinbach (CDU), MdB +++ 26.7. Peter Albach (CDU), MdB +++ Klaus Hofbauer (CSU), MdB +++ Erwin Huber (CSU), Bayerischer Staatsminister für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie +++ Sabine Leutheusser-Schnarrenberger (FDP), MdB +++ 27.7. Brunhilde Irber (SPD), MdB +++ Lothar Mark (SPD), MdB +++ August-Wilhelm Scheer (Bitkom), Präsident +++ 28.7. Hellmut Königshaus (FDP), MdB +++ Krista Sager (Grüne), MdB +++ 29.7. Klaus Töpfer, Bundesumweltminister a.D. +++ 30.7. Heribert Prantl (Süddeutsche Zeitung), Ressortleiter Innenpolitik +++ Ingo Schmitt (CDU), MdB +++

IMPRESSUM

HERAUSGEBER:
Rudolf Hetzel,
Daniel Steuber
REDAKTION:
Mirjam Stegherr (V.i.S.d.P.),
Johannes Altmeyer, Rüdiger Schramm,
Johann Sternberg
ANZEIGEN:
Sandra Helmerding (Tel 030 / 84 85 90)
sandra.helmerding@helios-media.com

politik&kommunikation
Friedrichstraße 209, 10969 Berlin
Tel 030 / 84 85 90
Fax 030 / 84 85 92 00
info@politik-kommunikation.de

VERLAG:
Helios Media GmbH,
Friedrichstraße 209, 10969 Berlin
Tel 030 / 84 85 90
Fax 030 / 84 85 92 00

depak Deutsche Presseakademie

Zum kompletten depak-Seminarprogramm

NEUE DEPAK SEMINARE 2007/2008

WWW.DEPAK.DE

HIER DIREKT ONLINE ANMELDEN

Public Affairs und Lobbying

08. 11. 2007
13. 03. 2008

INHALT

Public Affairs sind definiert als die Außenpolitik einer Organisation und Lobbying als das Instrument der Public Affairs, um organisationsrelevante politische, legistische und gesellschafts-politischen Entscheidungen zu beeinflussen. Beide Begriffe haben in den vergangenen Jahren enorm an Aufmerksamkeit gewonnen. Nur an Aufmerksamkeit? Faktum ist, dass auch die tatsächliche Bedeutung von Public Affairs Programmen und Lobbying-Aktivitäten gestiegen ist und sich kontinuierlich weiter entwickelt.

Abseits der Debatte, ob es sich dabei um Teilbereiche der Public Relations handelt oder um eigenständige Disziplinen: Was steckt hinter Lobbying, was verbirgt sich hinter Public Affairs? Was müssen Kommunikationsexperten aus Unternehmen, Verbänden und Organisation über Techniken, Strategien und Wirkungsweisen wissen? Und: Wie können Lobbying & Public Affairs als Unterstützung der unternehmerischen Ziele eingesetzt werden?

PROGRAMM

Donnerstag 10.00 – 18.00 Uhr

Wie funktioniert praktische Public Affairs?

- Politische Strategien, Government Relations, Arena-Analyse, Stakeholder- und Issues-Management, CSR, Web Activism, etc.
- Einblick in Wirkungsweisen und Abläufe des Public Affairs Management.

Lobbying auf den Punkt gebracht

- Direktes versus indirektes Lobbying, Lobbying-Kampagnen, Effizienzkriterien und Messbarkeit, »Do's & Don'ts« im Lobbying
- Wie wird Lobbying in der Praxis eingesetzt, um wirtschaftliche und / oder überwirtschaftliche Ziele zu erreichen?
- Was erwartet die Politik von Lobbyisten?

Fallbeispiele

Präsentation, Analyse und Diskussion von Fallbeispielen aus den Bereichen Public Affairs und Lobbying aus den USA, der Europäischen Union, Österreich und Deutschland.

Dr. Peter Köppl M.A. ist Managing Partner der Kovar & Köppl Public Affairs Consulting in Wien. Zuvor arbeitete er als Pressesprecher, PR-Berater, Journalist und Lobbyist einer Interessenvertretung. Der promovierte Kommunikations- und Politikwissenschafter ist Mitglied des Redaktionsbeirates von »politik & kommunikation«, sowie der Fachjury der »Politik-Award« in Berlin.

Ort: NH Berlin Mitte oder
Courtyard by Marriott Berlin Mitte

Gebühr: 690 Euro*

Teilnehmer: 6 bis 14

Zielgruppe: Das Seminar richtet sich an Unternehmens- und Pressesprecher sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden und Institutionen.

HIER DIREKT ONLINE ANMELDEN

Campaigning – Integrierte Kommunikation auf den Punkt

29. BIS 30. 11. 2007
19. BIS 20. 06. 2008

INHALT

Viele Unternehmen und Verbände verschwenden Ressourcen, indem sie einen »Bauchladen« unterschiedlichster Themen kommunizieren. Solch eine Themen-Vielfalt führt zu inhaltlichen Widersprüchen und zur Profillosigkeit von Organisationen. Die Folge: Im zunehmenden Kampf um Aufmerksamkeit dringen Organisationen mit ihren Botschaft immer seltener durch. Wie eine erfolgreiche Kommunikationsplanung funktionieren kann, haben NGOs wie Greenpeace vor- und viele Parteien, Unternehmen sowie Verbände nachgemacht: Mit Campaigning – integrierter Kommunikation auf den Punkt. In Kampagnen werden die Ressourcen auf wenige medien-affine und relevante Themen konzentriert, die damit zur Profilierung der Organisation beitragen. In Kampagnen werden unterschiedliche Instrumente wie Pressearbeit, Werbung, Events und Internet integriert eingesetzt und ermöglichen ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit. Und eine geschickte Kampagnen-Dramaturgie lenkt die Aufmerksamkeit auf den richtigen Zeitpunkt – zum Beispiel auf den Verkaufsstart. Die Planung und Steuerung integrierter Kampagnen stellen an Kommunikationsexperten hohe Anforderungen. Was ist die zentrale Botschaft einer Kampagne? Wie »übersetzt« man die Botschaft für die unterschiedlichen »Kommunikationskanäle«? Wie steuert man Kampagnen? Diese und andere Themen stehen im Mittelpunkt des zweitägigen Seminars.

PROGRAMM

Donnerstag 10.00 – 18.00 Uhr

Freitag 09.00 – 17.00 Uhr

Die »Mitte«: Wie entwickelt man die zentrale Botschaft einer Kampagne?

Das »Mannschaftsspiel«: Welche Maßnahmen sind für welche Themen und Zielgruppen geeignet? Wie greifen die Maßnahmen ineinander und unterstützen sich gegenseitig?

Die »Dramaturgie«: Wie lenkt man die Aufmerksamkeit auf den richtigen Zeitpunkt?

Die Medien-Themen: Wie entwickelt man zu einem Kampagnen-Thema unterschiedliche Medien-Themen, um Berichterstattungsanlässe zu schaffen?

Das Budget: Wie können auch kleine Unternehmen und Verbände erfolgreiche Kampagnen inszenieren?

Prof. Olaf Hoffjann ist Professor für Kommunikationsmanagement und leitet seit 2006 den Studiengang Medienmanagement an der Mediadesign Hochschule in Berlin. Zuletzt leitete er den Bereich Public Campaigning im Berliner Büro von fischerAppelt Kommunikation.

Ort: NH Berlin Mitte oder
Courtyard by Marriott Berlin Mitte

Gebühr: 990 Euro*

Teilnehmer: 6 bis 14

Zielgruppe: Das Seminar richtet sich an Unternehmens- und Pressesprecher sowie Mitarbeiter in Presse- und PR-Stäben von Unternehmen, Verbänden, Institutionen und PR-Agenturen.

ANMELDUNG

FAX: +49 (0) 44 72 93 00

☐ **Public Affairs und Lobbying**

☐ **Campaigning – Integrierte Kommunikation auf den Punkt**

☐ Bitte senden Sie mir das Jahresprogramm der Deutschen Presseakademie zu.

Unsere AGBs finden Sie unter: www.depak.de/agb

RECHNUNGSANSCHRIFT

Name, Vorname _____

Firma _____

Strasse, PLZ, Ort _____

Telefon, Fax _____

E-Mail _____

Position im Unternehmen _____

Ort, Datum _____ Unterschrift _____