

Public Relations

BERATUNGSBRIEF von ars publicandi

AUSGABE 07/06 – JUNI/JULI



www.Public-Relations-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Juni/Juli 2006

Holen Sie sich Ihren PR-Experten ins Haus
Mit dem Beratungsbrief von ars publicandi

Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im
2-Monats-Abo



www.Public-Relations-Experts.de

PR-Manager im Porträt – 12 Fragen an Patrick A. J. Ehring:

Helpen und Handeln

Mit der Idee, durch die Dokumentation von Hilfsprojekten deren Bekanntheit und Wirksamkeit zu erhöhen, wurde die Charity Label GmbH gegründet. Als Geschäftsführer stellt sich Patrick Ehring mit Flexibilität und Hartnäckigkeit der ständigen Herausforderung, um damit Projekte transparent und authentisch nachvollziehbar darzustellen. Sein Talent im Bereich des Organisatorischen hilft ihm dabei.



Patrick A. J. Ehring

leitet als Geschäftsführer den Auf- und Ausbau von charity-label.com. Unternehmen zeigen mit dem Charity-Label, dass sie freiwillig soziale und gemeinnützige Projekte unterstützen. Die Dokumentation der Unternehmensprojekte ist eingebunden in die Präsentation der vielfältigen sozialen Aktivitäten von Schulen, Bürgern und Hilfsorganisationen. charity-label.com bringt die unterschiedlichsten Initiatoren zusammen und fördert die Bekanntheit der Projekte.

Mit zwölf Jahren wollte Ihr bester Freund schon Feuerwehrmann werden ... was wollten Sie werden? Auf welchem (Um)weg sind Sie in die Kommunikationsbranche gelangt?

Mein Talent, gefördert durch eine Erziehung zur Selbstständigkeit, lag immer schon im Bereich des Organisatorischen – geprägt auch durch meinen Vater, der als Geschäftsführer selbst komplexe Strukturen aufgebaut und geleitet hat. Während des Aufbaus meines eigenen Unternehmens (Medizinprodukte), das seit 18 Jahren besteht und kontinuierlich wächst, und der erfolgreichen Beratung von Unternehmensgründern habe ich gelernt, dass eine stets hochsensible Wahrnehmung die Voraussetzung ist, um aus Intuition, Information und Erfahrung zu einem erfolgreichen Ergebnis zu kommen. Die Idee für das Charity-Label entstammt einer persönlichen Erfahrung. Nach intensiver Prüfung habe ich ein Team zusammengestellt und die Entscheidung getroffen, Charity Label und die dazugehörige Internetpräsenz aufzubauen.

Welche Stationen Ihrer Ausbildung und Laufbahn würden Sie im Rückblick als die wichtigsten bezeichnen?

Die mittlerweile 18-jährige Tätigkeit als Unternehmer erforderte ein hohes Maß an selbstkritischer Betrachtung ebenso wie die Beachtung aktueller Entwicklungen und Anforderungen – ohne zeitgleich die mittel- und langfristigen Perspektiven zu vernachlässigen. Das ist ständige Übung und fordert Stehvermögen, Flexibilität und Hartnäckigkeit gleichermaßen. Dies ist eine ständige Herausforderung: Sie erfolgreich zu bestehen war früher wichtig und ist es heute genauso. Herausragende Einzelereignisse gibt es hier bei mir nicht, vielmehr baut alles aufeinander auf.

Was würden Sie sich „ersparen“, wenn Sie die Chance für einen zweiten Anlauf auf der Karriereleiter erhielten?

Hier gilt der alte Spruch, dass man aus allem etwas lernt. Im Übrigen kann ich als unbefriedigend empfundene Umstände selbst zum Positiven wenden und tue dies dann auch nach Kräften.

Wie stehen Sie zum Thema Verbandsarbeit?

Generell halte ich Verbände als Interessenvertretung ihrer Mitglieder und für den Austausch der Mitglieder untereinander für wichtig und gut geeignet. In unserer täglichen Arbeit sind die Verbände von Unternehmen, Schulen, Bürgern und Hilfsorganisationen wertvolle Gesprächspartner. Gelegentlich begegnet man hier aber auch jemandem, von dem man sich eine aufgeschlosseneren Gesprächshaltung wünschen würde.

Was gehört für Sie zum Netzwerk eines PR-Schaffenden unbedingt dazu?

Man sollte, wie immer, genau wissen, wo die eigenen Kompetenzen enden und die der Spezialisten beginnen und diesen auch die Möglichkeit geben, sich, wenn es die Situation zulässt, jenseits ihres Gebietes zu äußern. Auch für mich gilt: Wer selbst redet, hört nicht zu! Also zuhören!

Wozu hätten Sie gerne mehr Zeit – beruflich und privat?

Charity Label bietet die Möglichkeit, vielfältig engagierte Menschen kennen zu lernen und aus jedem guten Gespräch ergeben sich neue interessante Kontakte und Aufgaben, für die etwas geschenkte Zeit sehr gut zu gebrauchen wäre. Privat würde ich das „Mehr an Zeit“ gerne für mehr Zeit am Meer verwenden.

Fortsetzung von Seite 4

Was ärgert Sie in Ihrem Berufsumfeld am meisten?

Eher schade als ärgerlich ist die glücklicherweise seltene Erfahrung, dass potenzielle Gesprächspartner als Folge einer ständigen Überflutung mit Kommunikationsmüll nicht mehr willens oder in der Lage sind, neue Konzepte zu einer Prüfung anzunehmen.

Und was gefällt Ihnen am besten daran, „Kommunikationswerker“ zu sein?

Das Beste ist, zu erleben, dass veritable Gesprächspartner aus den unterschiedlichsten Bereichen nach kritischer Prüfung gleichermaßen Zustimmung zu Strategie und Konzept signalisieren und dies durch ihre Teilnahme bei Charity Label zum Ausdruck bringen.

Was sind aus Ihrer Sicht in Zukunft die wichtigsten Aufgaben der PR?

In unserem Bereich, der Kommunikation sozialen Engagements, steht und fällt die Glaubwürdigkeit dieses Engagements damit, dass die Projekte transparent und angemessen dargestellt werden. Nur eine authentische,

nachvollziehbare Dokumentation verleiht den Projekten auch in der Wahrnehmung die Akzeptanz, die sie verdienen.

Wer ist beruflich Ihr größtes Vorbild?

Mein Vater, der mit einem Höchstmaß an persönlicher Integrität und fachlicher Kompetenz seine beruflichen Aufgaben wahrgenommen hat und sich der sozialen Verantwortung, die Führungskräfte für ihr gesamtes Umfeld haben, immer bewusst war.

Wenn Sie als erster Mensch auf den Mars fliegen, welche drei Zeitschriften lassen Sie sich dorthin nachschicken?

Als Lektüre im Planetenstaub wären „Die Zeit“, „brand 1“ und „Der Spiegel“ willkommen.

Sie haben genau eine Minute lang alle Menschen dieser Welt in einer Konferenzschaltung am Telefon. Was ist Ihr Nachricht?

Ganz einfach: zwei Worte, ein Ausrufezeichen: „Redet miteinander!“

NEWS

PSR-MEDIENGRUPPE:

Stabwechsel in Leipzig und Verstärkungen im Regiocast-Netzwerk

Bei der Leipziger PSR-Mediengruppe und bei den landesweiten Programmen Radio PSR und R.SA gibt es mit Wirkung zum 13. Juni 2006 einen Stabwechsel in der obersten Führungsebene. Klaus Vorbrodts, seit 1998 bei der PSR-Mediengruppe, wird beim Hörfunk-Netzwerk Regiocast die Radio-/Audio-Produktentwicklung für Digitale Verbreitungswege vorantreiben. Bei der PSR-Mediengruppe wird der Wechsel Vorbrodts zur Muttergesellschaft zum Anlass genommen, die Bereiche Geschäft und Programm wieder in unterschiedliche Hände zu legen: Die Geschäftsführung der gesamten PSR-Mediengruppe wird von Dirk van Loh verantwortet. Die Geschäftsführung der beiden Sender Radio PSR und R.SA teilt sich van Loh mit Axel Hose, der als Programmgeschäftsführer für die Sendeinhalte verantwortlich sein wird. Der 38-jährige van Loh ist in Leipzig kein unbeschriebenes Blatt. Er war dort ab 1997 zwei Jahre lang Assistent der Geschäftsführung und später Leiter der PSR-Unternehmensentwicklung. Danach kümmerte er sich in Warschau um die Vermarktung des polnischen Privatsenders Radio WAWA. Van Loh wird seine jetzige Aufgabe als Chef des schleswig-holsteinischen Radiovermarkters MACH 3, ebenfalls eine Regiocast-Beteiligung, weiter fortsetzen. Der 38-jährige Hose war zunächst Programmdirektor, dann ab 2001 Programmgeschäftsführer des norddeutschen Senders Radio Schleswig-Holstein (R.SH). Auch er wird seine bisherige Tätigkeit weiterführen. Zusätzlich zu der Verstärkung durch Vorbrodts vermeldet Regiocast einen weiteren Zuwachs an Management-Kapazität: Von der Hamburger Schickler-Beratungsgruppe wird Malte Niemitz wechseln. Die Schickler-Gruppe unterstützt das Unternehmen seit Jahren.

„CAPITAL“:

Ausbau des Unternehmensressort

Das Wirtschaftsmagazin „Capital“ baut zum 1. Juli sein Unternehmensressort in Köln und seine Präsenz in Frankfurt weiter aus. Im Zuge dessen wechselt der bisherige Büroleiter der „Welt am Sonntag“, Ulrich Reitz, zu „Capital“. Der 38-jährige übernimmt die Leitung des Frankfurter Büros und wird seinen redaktionellen Arbeitsschwerpunkt auf dem Gebiet Banking haben. Jutta Reuffer wird sich dann um die Felder Geldanlage und Börse kümmern. Die 36-Jährige arbeitet seit fast fünf Jahren im Frankfurter Büro des Magazins. Auch der Standort Köln wird erweitert.

Ab 1. Juli soll dort Ingrid Herden das Team verstärken. Die 45-Jährige ist dann redaktionell vor allem für die Versicherungsunternehmen zuständig. Bislange arbeitete Herden im Ressort Budget+Vorsorge. Darüber hinaus stößt Rüdiger Jungbluth, 43, zu „Capital“. Er soll sich um die „großen Geschichten“ im Blatt kümmern.

TNS-EMNID:

Deutsche stehen Handy-TV skeptisch gegenüber

Die Bundesbürger stehen dem Fernsehen via Handy eher skeptisch gegenüber. Nur jeder Dreizehnte – rund acht Prozent – würde sich ein Mobiltelefon kaufen, mit dem er auch fernsehen kann. Vor allem Frauen können mit den neuen technischen „Spielereien“ nicht viel anfangen. Lediglich 5,3 Prozent wollen sich ein solches Gerät anschaffen. Bei den Männern sind es immerhin 10,2 Prozent. Das sind die Ergebnisse einer Umfrage des Meinungsforschungsinstituts tns-ernid, das im Auftrag des Magazins Zeit Wissen rund 1.000 Deutsche zum Thema befragt hat.