

NEWSMARK

Medien Menschen Marketing

EIN NEUES
NEWSMARK
ENDLICH!



Mit Presse und Stars, Preview im Berliner Babylon | Foto: NewsMARK

Rap dokumentiert

Mit dem zweiten Teil der Hip Hop Dokumentation Rap City Berlin präsentiert Mantikor Entertainment derzeit den vermutlich umfangreichsten Bericht, der je über die Berliner Deutsch-Rap Szene gedreht wurde.

Der Umfang beeindruckt. Acht Stunden sind es am Ende geworden, die die beiden DVDs füllen. Über 150 Künstler, solo oder als Band, haben mitgewirkt, 50 Label sind am Start. Auch die Reihe der vertretenden Namen enttäuscht nicht. Allen voran stehen Namen wie Sido oder Kool Savas und Massiv, am Ende kommen aber auch Newcomer und Underground-Künstler vor.

Spannend, von der ersten Folge wurden über 25.000 Stück verkauft, das war vor drei Jahren. Jetzt sieht man, wer noch dabei ist. DJ Tomekk ist auch dabei, läßt einen Blick in sein Privathaus zu, genauso wie die Jungs von K.I.Z., die im vergangen Sommer mit Aktionen wie: "Laßt uns zum

[weiter auf Seite 9](#)

**"Gute Pflege braucht Zeit" -
der bpa zum Internationalen
Tag der Pflege**

[Seite 4](#)

Der Henri Nannen Preis 2008

[Seite 3](#)

**New York Radio Award für
Berlin?**

[Seite 5](#)

**Play with the Dragon – mit
Cab**

[Seite 6](#)

**Stimmung positiv - Analyse
Elektronische Beschaffung**

[Seite 7](#)

In 33 Tage um die Welt

[Seite 8](#)

Neue Duckstein-Motive

[Seite 10](#)

Die Zahl:

42

Auf Reisen fühlen sich die meisten Bundesbürger mit dem Auto am sichersten. Das erklärten in einer Umfrage für das Hamburger Magazin stern 42 Prozent der Bürger. Ein knappes Viertel (24 Prozent) sagt, sie würden sich in der Bahn am sichersten fühlen. 16 Prozent haben im Flugzeug am wenigsten Angst.

Willkommen!

Herzlich Willkommen in der neuen NewsMARK. Alle 14 Tage präsentiert sich das PDF-Magazin mit dem Mix aus dem neusten in Sachen Medien Menschen Marketing.

Immer aktuell und für den Leser zum kostenlosen Download aus dem Internet.

Klar im Vorteil ist, wer sich auf unser Abo einläßt. Dafür sind lediglich die Daten in unserem Onlinesystem auf newsmark.de zu hinterlassen. Mit der dann verschickten Ankündigungs-mail besteht die Möglichkeit, das Magazin direkt auf den Rechner zu holen. Wir informieren und keine Ausgabe NewsMARK wird mehr verpasst. Ein weiterer Vorteil: Zugriff auf das NewsMARK-Archiv mit allen bisherigen Ausgaben.

Die wichtigsten Meldungen haben wir dann noch auf unserem Block zusammengefasst. Unser Angebot blog.newsmark.de bietet nochmal einen ergänzenden Überblick und Durchblick zu unserem Magazin.

NewsMark Medien Menschen Marketing ist jetzt jeden 2. Montag neu!

Wir freuen uns, wenn Sie dabei sind!

Ihr NewsMARK-Team

Köpfe

Wolf-Peter Camphausen (47), Executive Creative Director bei BBDO Stuttgart, ist in den exklusiven Kreis des Art Directors Club für Deutschland (ADC) aufgenommen worden. Zuletzt gewann er mit der Arbeit „Geschichten in Öl“ für Mercedes-Benz zwei silberne Nägel beim ADC Festival, dem wichtigsten deutschen Wettbewerb der Werbebranche.



Daniel Palm (29) vom Inselradio Mallorca moderiert jetzt bei Radio Hamburg. Er wird sonntags von 10 bis 15 Uhr und wochenweise in der Abendschiene von 19 bis 23 Uhr on air gehen. Palm wird auch als Springer in Urlaubs- oder Krankheitsfällen eingesetzt.

Nicole Ruhl (28) wird Leiterin der Scholz & Friends Unternehmenskommunikation. Sie wird die Pressearbeit der Agenturgruppe betreuen und ist für die Scholz & Friends Holding Commarco. Ruhl ist bereits seit Oktober 2005 in der Pressestelle von Scholz & Friends tätig. Zuvor war sie bei der Leipziger Kommunikationsagentur Visionauten, u.a. für das Bundesfamilienministerium und die Bundeszentrale für politische Bildung. Sie studierte Kultur- und Kommunikationswissenschaften in Leipzig.



Harald Schmidt will der ARD treu bleiben

ots - Der Entertainer Harald Schmidt würde seinen Ende Mai 2009 auslaufenden Vertrag mit der ARD gern verlängern. Das erklärte er gegenüber dem Hamburger Infodienst 'new business'. Schmidt sagte: "Ich bin sehr zufrieden bei der ARD, und von mir aus könnte es noch viele Jahre weitergehen." Aber das müsse die ARD entscheiden. Die Late-Night-Show 'Schmidt & Pocher', die er gemeinsam mit dem Komiker Oliver Pocher moderiert, hat dem 'Ersten' zwar jüngere Zuschauer zugeführt und damit ein wichtiges Ziel erreicht, gerade in letzter Zeit löste die Sendung aber auch heftige Kritik aus. Ob es nach einer möglichen Vertragsverlängerung gemeinsam mit Pocher weitergehen wird, ließ Schmidt offen: "Das muss man mal sehen. Es hängt ja auch davon ab, wozu Pocher Lust hat. Aber momentan bin ich wunschlos glücklich." Harald Schmidt, der bis Dezember 2003 bei Sat.1 aktiv war, startete seine ARD-Show am 23. Dezember 2004. Die Solo-Sendung 'Harald Schmidt' wurde am 25. Oktober 2007 von dem neuen Format 'Schmidt & Pocher' abgelöst.

Die Preisträger des Henri Nannen Preises 2008

Henri Nannen Preis 2008 geht an: Sabine Rückert (Reportage), Lars Abromeit, Katja Trippel, Torsten Hampel (Dokumentation), Detlef Hacke, Matthias Geyer, Lothar Gorris, Udo Ludwig (Investigation), Harald Martenstein (Humor) und Lu Guang (Fotoreportage)

Weitere Preisträger der vom Verlagshaus Gruner + Jahr und stern vergebenen Auszeichnungen sind Marcel Reich-Ranicki für sein Lebenswerk und Zainab Ahmed für ihren besonderen Einsatz für die Pressefreiheit.

Der Verlag Gruner + Jahr und der stern haben zum vierten Mal den Henri Nannen Preis vergeben, mit dem die Bestleistungen im deutschsprachigen Printjournalismus ausgezeichnet werden. Die insgesamt 12 Preisträger wurden im Rahmen einer festlichen Veranstaltung im Deutschen Schauspielhaus Hamburg vor rund 1.200 prominenten Gästen aus Medien, Kultur, Politik und Wirtschaft geehrt.

G+J-Vorstandsvorsitzender Bernd Kundrun betonte, dass der Henri Nannen Preis 2008 - in diesem Jahr mit 830 Arbeiten von Journalisten aus 181 Zeitungen und Zeitschriften aus Deutschland, Österreich und der Schweiz - wiederum in beeindruckender Weise die Qualität des deutschsprachigen Printjournalismus dokumentiert: "Der Henri Nannen Preis geht 2008 in sein viertes Jahr. Auch diesmal zeichnen der stern und das Medienhaus Gruner + Jahr herausragende Journalisten aus, die mit ihrer Arbeit dem großen Namensgeber dieses Preises alle Ehre gemacht haben. Diese



Ulrich Wickert und Julia Jäkel-Wickert | Foto: Roman Babirad / stern

große Zahl an Einsendungen ist ein Indiz dafür, dass auch in einer Zeit des dramatischen Wandels der Medienlandschaft hohe journalistische Qualität nicht verkümmert, ja vielleicht sogar als Reaktion von den Besten mehr gepflegt wird denn je."

Mit dem Henri Nannen Preis stellen Gruner + Jahr und der stern die Bedeutung von anspruchsvollem Printjournalismus heraus, leisten einen Beitrag zu seiner Pflege und

erinnern zugleich an das Werk des stern-Gründers Henri Nannen (1913-1996). Der Preis ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert. Außerdem erhalten die Preisträger den "Henri", eine von dem Berliner Bildhauer Rainer Fetting geschaffene Bronzeskulptur Henri Nannens im Andenken an dessen Lebenswerk.

Internet: www.henri-nannen-preis.de

“Gute Pflege braucht mehr Zeit”

bpa-Präsident Bernd Meurer äußert sich zur Pflegesituation in Deutschland. Pfingstmontag, der 12. Mai, war "Internationalen Tag der Pflege" - Mehr Zeit für gute Pflege, so die Forderung. Es geht nicht nur um Waschen und Zähneputzen. Der Mensch gehört in den Mittelpunkt der Pflege, nicht die Bürokratie. Der Bedarf ist gestiegen, aber die Klientel hat sich verändert. Pflege ist wichtiger als je zuvor.



Mehr Zeit für Pflege fordert Bernd Meurer | Foto: bpa

"Gute Pflege braucht mehr Zeit! In den letzten Monaten, in denen zäh um den Inhalt der Pflegeversicherungsreform gerungen wurde, drohte leicht aus dem Blick zu geraten, dass professionelle Pflege mehr bedeutet als nur 'Waschen', 'Zähneputzen' und 'Abrechnung im Minutentakt'", erklärt Bernd Meurer, Präsident des Bundesverbands privater Anbieter sozialer Dienste e. V. (bpa) zum "Internationalen Tag der Pflege" am 12. Mai. Der Tag erinnert an den Geburtstag der englischen Krankenschwester Florence Nightingale, der Pionierin der modernen Krankenpflege.

"Vielmehr umfasst qualitativ hochwertige Pflege den respektvollen Umgang mit pflegebedürftigen Menschen und das Maß an liebevoller Zuwendung, das sie benötigen. Und genau dafür brauchen ambulante und stationäre Pflegeeinrichtungen mehr Zeit. Zeit für gemeinsame Spaziergänge und für Gespräche, die Vertrauen und Nähe vermitteln."

Bernd Meurer weiter: "Diese Zeit ist nicht immer vorhanden, weil die den Einrichtungen zugestandene personelle Ausstattung oder der zugestandene Zeitumfang oft knapp bemessen wird. Da

der bpa über 5.700 private Pflegeeinrichtungen vertritt, kennen wir die hohen psychischen und physischen Belastungen unserer Pflegekräfte, die damit verbunden sind. Und die Anforderungen steigen weiterhin.

Eine der Ursachen dafür ist, dass sich die Bewohnerstruktur der Heime stark verändert hat. So genannte "leichte Fälle", Bewohner, die nur wenig Hilfe benötigen, gibt es in den meisten Pflegeheimen schon seit langem kaum noch. Zugenommen hat, auch in den Pflegediensten, die Zahl an Demenzkranken. Besonders diese Bewohnergruppe benötigt die volle Aufmerksamkeit der Pflegekräfte, um sich aufgehoben zu fühlen."

Wie sehr sich die Situation geändert hat, zeigt auch eine jüngst veröffentlichte Langzeitstudie des Gesundheitsministeriums. Den Ergebnissen zufolge lebten Ende 2005 insgesamt rund 750.000 Menschen in stationären Einrichtungen. Die Zahl der Heimplätze hat in 10 Jahren nur um 17 Prozent zugenommen, die Zahl der pflegebedürftigen Heimbewohner hat sich aber von 420.000 im Jahr 1994 bis 2005 auf knapp 640.000 erhöht. Das bedeutet einen

Anstieg von 50 Prozent. Trotz der mit dieser Entwicklung einhergehenden enormen Steigerung der Belastung hat sich die personelle Ausstattung in den letzten zehn Jahren verschlechtert. In der ambulanten Pflege klagen viele Pflegekräfte über die in Komplexen zusammengefassten Leistungen, die den individuellen Zeitbedarf der Pflegebedürftigen nur unzureichend abbilden.

"Durch die veränderte Klientel entsteht ein anderer Hilfe- und Pflegebedarf, auf den unsere Einrichtungen im Rahmen der heutigen Möglichkeiten sehr differenziert reagieren, zum Beispiel mit neuen Konzepten und Tagespflegeangeboten", erklärt der bpa-Präsident weiter. "Aber um zu sichern, dass auch in Zukunft professionelle, qualifizierte Pflege möglich ist, ist weitere Unterstützung gefragt. Jetzt muss die gesellschaftspolitische Brisanz des Problems erkannt werden. Und jetzt ist es an der Zeit, dass Politik und Gesellschaft über eine Neuordnung in der Priorität ihrer Werte nachdenken. Denn nicht irgendwann in Zukunft, sondern heute müssen die Weichen dafür gestellt werden, dass ein würdevolles und selbstbestimmtes Altern möglich bleibt."

ADAC: CO2-Steuer für Kfz

Anlässlich seiner Hauptversammlung am 10. Mai in Landau/Pfalz hat ADAC-Präsident Peter Meyer im Hinblick auf die nochmals gestiegenen Spritpreise die Bundesregierung aufgefordert, eine Stufe der Ökosteuer zurückzunehmen. "Durch die steigenden Spritpreise sprudeln Mehreinnahmen aus der Mehrwertsteuer in den Bundeshaushalt, so dass Volumen für eine Senkung der Ökosteuer vorhanden ist", so Meyer. Darüber hinaus forderte der ADAC-Präsident Bund und Länder auf, sich endlich auf ein tragfähiges Modell für eine Änderung der Kfz-Steuer auf Basis der CO2-Emissionen zu einigen.

Kahn sieht das Tor im Zweiten

Oliver Kahn, langjähriger Torhüter der deutschen Nationalmannschaft und des FC Bayern München, wird ab September 2008 als Experte das ZDF-Team bei Fußball-Großereignissen verstärken. Kahn wird an der Seite von Johannes B. Kerner die Spiele der Fußball-Nationalmannschaft - inklusive der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika - analysieren und bewerten. Der Vertrag, der eine Laufzeit bis 31. Juli 2010 hat, sieht darüber hinaus seinen Einsatz beim DFB-Pokal-Halbfinale 2009 und beim DFB-Pokal-Finale 2010 vor.

313 Stunden Bundestag

Der Fernsehsender PHOENIX hat im vergangenen Jahr 313 Stunden Plenardebatten aus dem Deutschen Bundestag übertragen. An allen 60 Sitzungstagen berichtete der Ereignis- und Dokumentationskanal aus dem deutschen Parlament. Von den insgesamt 463 Stunden reinen Plenardebatten zeigte der Bonner Sender damit den allergrößten Teil live. Darüber hinaus berichtete PHOENIX in Zusammenfassungen und in seiner werktäglichen Sendung "der Tag" ausführlich über die Bundestagssitzungen, über Sitzungen von Bundestagsausschüssen und über offizielle Gedenkstunden im Bundestag.

New York Radio Award für Berlin?

Der Berliner Radiosender KISS FM ist für das Finale der New York Radio Awards nominiert worden. Die Jury wählten den Sender in der Kategorie "Best Sound" auf die Shortlist. Die Juroren würdigten bei ihrer Nominierung vor allem die Kreativität des On-Air-Designs, aber auch die Innovationsfähigkeit der Station durch die Einführung neuer Sound-Technologien wie "True ADP" ("True Advanced Digital Processing"), das im Februar diesen Jahres eingeführt wurde. KISS FM-Geschäftsführer und -Programmdirektor Christian Schall: "Diese Final-Nominierung

PAULI ergänzt Bussi Bär

"Großer Spaß für kleine Leute!" - das ist das Motto des neuen Vorschulmagazins PAULI. Hier darf nach Herzenslust gelesen, gebastelt, gemalt und gespielt werden. Der Maulwurf PAULI stammt aus der Feder von Fix & Foxi und Bussi Bär-Erfinder Rolf Kauka. Erstmals tauchte er 1954 im Magazin Fix & Foxi auf. Neben zwei Vorlesegeschichten animiert das Heft die Leser auf vielen Mitmach-Seiten zum aktiven Gestalten und Verstehen ihrer Welt und behandelt schwerpunktmäßig die Themen Tiere und Natur, Basteln und Malen sowie erstes Rechnen, Lesen und Schreiben. Der Copy-Preis liegt bei 2.90 € Die Erstausgabe erschien am 10. Mai. Die

ist für das Team von KISS FM die größte denkbare Auszeichnung. Sie zeigt, auf welchem hohem Standard bei KISS FM gearbeitet wird und macht uns sehr stolz." Die New York Radio Awards gelten als die wichtigste Auszeichnung im Radiobereich weltweit und werden einmal jährlich vergeben. Zu den letztjährigen Gewinnern zählten unter anderem die britische BBC und die amerikanische Senderkette ABC. Die diesjährige Award-Zeremonie findet am 19. Juni in New York statt.

Internet: www.newyorkfestivals.com

Play with the Dragon – mit Cab



Cab-Kampagne von BBDO | Foto: BBDO

Die Krombacher Brauerei präsentiert die erste von BBDO Düsseldorf entwickelte Kampagne zum Relaunch des beliebten Bier-Mix-Getränks Cab. Sie ist seit dem 1. Mai On Air.

Ziel der Kampagne ist es, die Markenbekanntheit weiter zu stärken und über die Ansprache einer breiteren jugendlichen Zielgruppe den Absatz deutlich zu steigern. Aufbauend auf den etablierten Markensymbolen, präsentiert sie Cab als

coolen Bier-Mix mit mystischer Aura – als erfrischenden Alkoholgenuss mit der „Dragonfruit“. Das Motiv „Beach“ zeigt das aufeinandertreffen einer jungen Frau und eines jungen Mannes in einem Beach Club. Die Chemie zwischen den beiden stimmt, wie sich nach wenigen Sekunden zeigt.

Cab wurde vor sechs Jahren auf den Markt gebracht. Die gestützte Markenbekanntheit liegt bei 86%.

Werde Hellseher

(für Schokolade und Autos).

Jetzt bewerben!

Das Strategy-Weekend
von Scholz & Friends
28./29. Juni 2008

Weit in die Zukunft sehen können nicht viele. Da sind Meteorologen, die bei jeder Wetterprognose über drei Tage richtig falsch liegen. Oder Propheten, die das jüngste Gericht ankündigen und mit viel Glück den Sendetag von Armageddon auf Pro 7 vorher-sagen. Aber es gibt auch Strategen. Kreative Köpfe, die sich nicht nur auf Gefühle und Hirngespinnste verlassen, sondern durch Trend-forschungen, Marktanalysen und Menschenkenntnis schon heute

die Zukunft einer Marke erkennen. Und wenn du voraussehen kannst, dass das Strategy Weekend der Scholz & Friends Strategy Group deine Chance ist, zwei Tage lang unter realen Bedingungen mit echten Profis im Team zu arbeiten, dann informiere dich unter www.s-f.com/strategyweekend, mache den Copytest und schicke ihn bis zum 6. Juni 2008 an uns zurück. Aber das hast du ja eh schon kommen sehen.

Stimmung positiv - Analyse Elektronische Beschaffung

Dass Internet setzt sich durch, wie eine Studie des BME zur Elektronischen Beschaffung 2008 zeigt. Vor allem die elektronische Kataloge sind auf dem Vormarsch.

Unternehmen erzielen weiterhin nachweislich Erfolge im Einsatz mit internet-basierten Tools für die elektronische Beschaffung: bei den Prozesskosten durchschnittlich zwischen 15 und 35 Prozent, bei den Einstandspreisen im Schnitt zwischen 7 und 15 Prozent. Dabei werden elektronische Kataloge schneller ausgebaut als andere Lösungen. Das Volumen der elektronisch beschafften C-Artikel wird bei 79 Prozent der Unternehmen weiter steigen.

So das "BME-Stimmungsbarometer Elektronische Beschaffung 2008", das der Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME) bereits im 5. Jahr im Vorfeld der e_procure & supply in Nürnberg (Fachmesse mit Kongress) durchgeführt hat. Die Analyse erfolgte

durch die Universität Würzburg (Lehrstuhl Industriebetriebslehre). 119 Unternehmen haben sich beteiligt, darunter 65 Großunternehmen (mit über 2.000 Mitarbeitern) und 54 KMU.

Der Einsatz elektronischer Kataloge ist inzwischen für viele Betriebe - vom Global Player bis zum KMU - Standard: 69 Prozent

setzen E-Catalogs in der Praxis ein, 21 Prozent befinden sich in der Plan- und Einführungsphase. 10 Prozent verzichten derzeit noch auf den Einsatz. Nach wie vor besteht ein großer Unterschied: 80 Prozent der "Großen" sind seit mehreren Jahren dabei, längere Erfahrung weisen nur 54 Prozent der KMU auf.

Internet: bme.de

Strategische Talente gesucht

Mit der Aufforderung „Werde Hellseher (für Schokolade und Autos)“ ruft Scholz & Friends Studierende aller Studienfächer auf, ihr Talent als Strategen unter Beweis zu stellen.

Die 20 besten Bewerber werden zu einem Strategy-Weekend nach Berlin eingeladen, um gemeinsam mit den Profis der Scholz & Friends Strategy Group an konkreten Projekten zu feilen.

Bewerbungschluss ist der 6. Juni. Bewerben können sich Studierende aller Studienfächer mit dem ausgefüllten Strategy-Copytest und einem Lebenslauf. Einzige Bedingungen sind: Lust auf Werbung, leidenschaftliches Interesse für Marken, Neugier auf Menschen und auf das, was sie denken. Die besten Einsender erleben am 28. und 29. Juni 2008 in Berlin die Welt der Strategie hautnah. Zu einem spannenden Briefing eines realen Kunden werden sie an zwei Tagen Bedürfnisse von Konsumenten erforschen, Märkte untersuchen, Marken analysieren und neue Positionierungen kreieren. Zwei Hotelübernachtungen in der Hauptstadt von Freitag bis Sonntag sind natürlich inklusive.

Die Friends möchten durch das Strategy-Weekend auch gezielt Talente für die eigenen Reihen entdecken. Dabei ist Strategie nicht gleich Strategie: Die Scholz & Friends

Strategy Group besteht aus individuellen Talenten mit ganz unterschiedlichen Erfahrungen; die Mitarbeiter haben zum Beispiel Psychologie, BWL oder Sinologie studiert, in der Filmbranche gearbeitet, Bücher geschrieben oder sind professionell gespedskatet.

Anfang 2004 gegründet, beschäftigt die Scholz & Friends Strategy Group an den Standorten Hamburg und Berlin derzeit 20 Strategy Consultants. Damit ist sie die größte strategische Planungseinheit eines deutschen Agenturnetzwerks. Als netzwerkübergreifende Einheit bietet sie die gesamte Bandbreite der strategischen Kommunikations- und Markenberatung an. Zu den Kunden gehören Unternehmen wie Tchibo, Carlsberg Group, Honda, Siemens, Mars, Saturn und Imperial Tobacco. Informationen und Copytest zum Download www.s-f.com/strategyweekend

Werbeplakat siehe Vorseite.

schau hier:
blog.NewsMARK.de

In 33 Tage um die Welt

Skype startet das „Skype Nomad“-Projekt. Als Live-Demonstration zeigt es, wie sich Skype auch unterwegs an jedem beliebigen Punkt der Erde nutzen lässt und Menschen noch mobiler und flexibler in ihrer Kommunikation macht.

gesamten Reise wird sie in „ständiger Bewegung“ bleiben und sich selbst im Schlaf ununterbrochen fortbewegen.

Mit dem ungewöhnlichen Projekt will Skype auch das internationale Behinderten- und Entwicklungshilfswerk „Motivation“ unterstützen. Die Organisation ist in einkommensschwachen Ländern tätig und verbessert dort die Lebensqualität von in ihrer Mobilität eingeschränkten Menschen. Skype wird dem Hilfswerk eine Spende zukommen lassen.

Campbell wird auf ihrer Reise möglichst viele Transportmittel benutzen – vom Flugzeug, Zug und dem Auto bis hin zum Heißluftballon, Hundeschlitten oder Bumboot. Ihre Eindrücke übermittelt sie während der Reise mit einer Reihe Skype-fähiger Geräte vom 3 Skypephone bis zum Nokia N810 Internet Tablet live via Internet.

In dem Blog www.skype.com/go/nomad wird sie immer wieder praktische Tipps zur Fortbewegung geben.



Rund um die Welt in Bewegung Rebecca Campbell | Foto: Skype

Das Unternehmen schickt dabei die australische Autorin Rebecca Campbell als „The Nomad“ ab dem 5. Mai 2008 auf eine 33-tägige Weltreise durch 15 Länder, zu denen neben China, Australien, USA und Italien auch Deutschland gehört. Während der

Heinen bleibt BDZV-Präsident

Der Präsident des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Helmut Heinen, ist am 7. Mai 2008 in Berlin von der Delegiertenversammlung der Verlegerorganisation mit überwältigender Mehrheit im Amt bestätigt worden.

Heinen ist Herausgeber der „Kölnischen/Bonner Rundschau“; er steht seit dem Jahr 2000 an der Spitze des Verlegerverbands. Zuvor war er zehn Jahre lang Vizepräsident.

Als Vizepräsidenten in ihrem Amt bestätigt wurden Dr. Wolfgang Pütz, Verleger des „Remscheider General-Anzeigers“; Dr. Richard Rebmann, Geschäftsführer der Südwestdeutschen Medien Holding GmbH, Stuttgart; sowie Rudolf Knepper, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und Vorstand Technik und Logistik der Axel Springer AG, Berlin/Hamburg. Neu in das Gremium gewählt wurde Hans Georg Schnücker, Sprecher der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Rhein Main, Mainz. Er folgt dem Vorsitzenden des Aufsichtsrats der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main, Karlheinz Röthmeier, nach, der nicht mehr kandidiert hatte.

Kooptiertes Mitglied des Präsidiums ist Werner Hundhausen, Geschäftsführer des „General-Anzeigers“, Bonn. Als Ehrenmitglieder gehören dem BDZV-Präsidium an: Professor Alfred Neven DuMont, Herausgeber und Verleger von

„Kölner Stadt-Anzeiger“ und „Express“, Köln, sowie von „Mitteldeutscher Zeitung“, Halle, und „Frankfurter Rundschau“; Rolf Terheyden, Altverleger des „Bocholter Borkener Volksblatts“; Eberhard Ebner, Verleger der „Südwest Presse“ in Ulm, sowie Wilhelm Sandmann, früherer Vorsitzender des Aufsichtsrats der Verlagsgesellschaft Madsack in Hannover.

Über 6 Millionen neue Mitglieder?

Nach einer repräsentativen Studie im Auftrag aller DGB Gewerkschaften, für die im Sommer 2007 über 5.000 Beschäftigte von TNS Infratest befragt wurden, haben die Gewerkschaften gute Chancen ihre Mitgliedschaft zu verdoppeln.

Über sechs Millionen nicht organisierte ArbeitnehmerInnen fühlen sich den Gewerkschaften besonders verbunden. Darunter sind überproportional viele junge Frauen, Teilzeitbeschäftigte und Azubis vertreten.

Literatur

Vision 2017

Gesellschaft, Werte, Konsumkultur sind die Zauberworte der Zukunft. Wie verhalten sich Menschen in einer Welt, die sich ständig im Umbruch befindet? Welche Werte werden wichtig? Und welche Auswirkungen hat das auf das Konsumverhalten?

Die beiden Trendforscher Kerstin Ullrich und Christian Wenger geben ganz konkrete Antworten und zeichnen so ein detailliertes Bild unserer zukünftigen Welt. In den kommenden Jahren werden folgende zentrale Veränderungsprozesse unser Leben beeinflussen: Die Sehnsucht nach Überschaubarkeit und Berechenbarkeit wächst, gleichzeitig verhalten sich die Menschen zunehmend nutzenorientiert – und wünschen sich doch mehr Gemeinschaft und Einbindung. Was das für die Gesellschaft, für Unternehmen und für den Einzelnen bedeutet, beschreiben Kerstin Ullrich und Christian Wenger aufgrund von zahlreichen Experteninterviews.

Ullrich, Kerstin, Wenger, Christian
Vision 2017
Was Menschen morgen bewegt
1. Auflage 2008
295 Seiten, Hardcover
Verlag: Redline Wirtschaft
ISBN 978-3-636-01582-2
Euro 19,90



Marketing nach Maß

Das Marketing der next generation: Hochaktuelles aus der McKinsey-Kaderschmiede. Im heutigen Vermarktungsgeschäft verzettelt man sich, so die hochkarätigen Autoren: Online-Medien haben geburtenstarke Jahrgänge, neue Technologien explodieren, die Zahl der Absatzkanäle strebt gegen Unendlich, Zielgruppen zersplittern unüberschaubar. Das Marketing des jungen Jahrtausends ist zwar vielfältiger denn je – aber was die Effizienz angeht ... Mit »Marketing nach Maß« läutet die Reihe McKinsey Perspektiven die Vermarktungszukunft ein.

Hajo Riesenbeck & Jesko Perrey stellen die Kunden von Morgen vor. Sie zeigen branchenübergreifend, wie man künftig (Marken-)Portfolios managt, kundenorientiert operiert und als logische Konsequenz daraus: seinen Umsatz in die Höhe treibt. Ein Buch mit innovativen Strategien, kreativen



Kommunikationsmodellen, effektiven Absatzkanälen sowie visionärer Produkt- und Preispolitik.

Was bringt die Zukunft:

- ChannelMatics-Konzepte & Life-Cycle Pricing
- Customer-Loyalty-Management
- Marketing-and-Sales-Transformation

McKinsey & Company Inc. (Hrsg.)
Riesenbeck, Hajo, Perrey, Jesko
Marketing nach Maß
Von der Vielfalt profitieren
1. Auflage 2007
360 Seiten, Hardcover
Verlag: Redline Wirtschaft
ISBN 978-3-636-01231-9
Euro 39,90

Rap dokumentiert

Fortsetzung von Seite 1

FKK-Konzert in der Berliner U-Bahn treffen!“ für eine Abriegelung der Kreuzberger U-Bahn sorgten.

Zum Screening kamen neben zahlreichen Vertretern der Presse auch eine große Anzahl der Künstler selber. Am 16. Mai findet ab 19:00 Uhr das Release-Konzert im Berliner Columbia Club statt. Ab dann sind die DVD und der gleichnamige Doppel-CD-Sampler im Handel.

Der Vertrieb läuft über Grooveattack. Als Medienpartner konnten MTV, Bravo Hip Hop, MySpace und MyVideo gewonnen werden. Das Berliner Modelabel Picaldi Jeans gehört ebenfalls zu den Sponsoren, bietet die DVD auch über seine Läden an.

Internet: www.rapcityberlin.de

rap2soul ist neu

“Alles Neu macht der Mai!“, titelte das Internetportal rap2soul. Tatsächlich wurde die Website für Black Music einem Relaunch am Pfingstwochenende unterzogen. Im Vordergrund ein neues modernes Design, im Hintergrund moderne Technik. rap2soul ging bereits 2002 ans Netz und ist die einzige Website im deutschsprachigen Raum die Black Music von Hip Hop und Rap bis Soul und R&B bedient.

Internet: www.rap2soul.de

Neue Duckstein-Motive

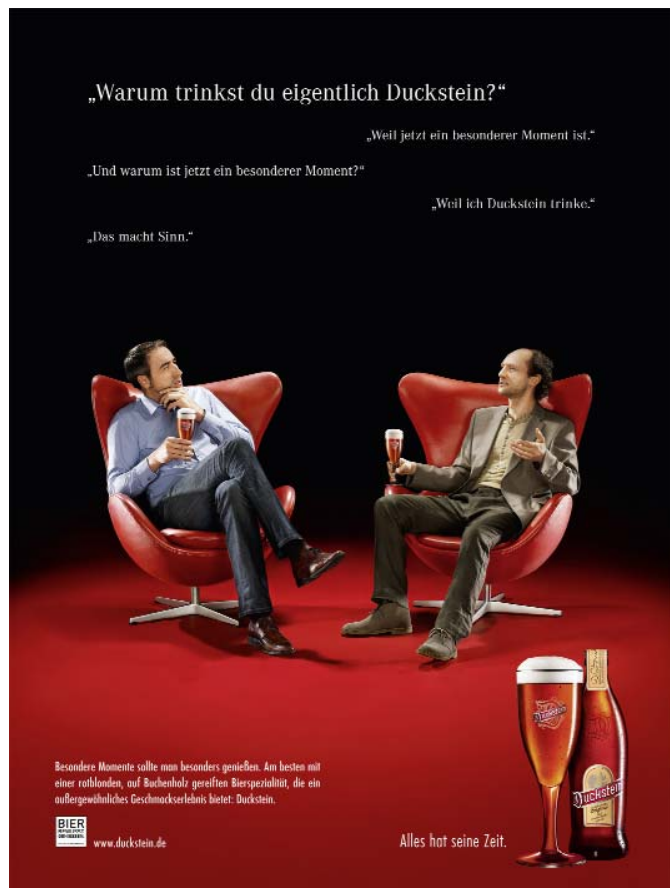
Scholz & Friends Hamburg startete eine orchestrierte Kampagne für Duckstein, das Superpremium-Bier der Carlsberg Deutschland Gruppe.

Im Fokus der Kampagne stehen Genussmomente, die durch Duckstein und eine gute Unterhaltung vollendet werden. Die Kampagne startete am 28. April und umfasst Printanzeigen, Online- und PoS-Werbemittel.

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen immer zwei Duckstein-Genießer, die mit einem Glas Duckstein in der Hand in roten Designer-Sesseln in einem edlen Ambiente sitzen, das mit seiner rot-schwarzen Farbe perfekt zu Duckstein passt und die visuelle

Klammer der Kampagne bildet. Einzige weitere Zutat: Die charmant-hintergründigen Dialoge zwischen den Protagonisten, in denen es um bewussten Genuss zur richtigen Zeit geht. So auch im Auftaktmotiv, das besondere Momente zum Thema hat.

Die Kampagne besteht aus mehreren Motiven, die wechseln und verschiedene Themen aufgreifen. Das Auftaktmotiv ist seit dem 28. April u.a. in Focus, Der



Duckstein by Scholz&Friends | Foto: Scholz & Friends

Spiegel, Wirtschaftswoche, Die Zeit, Cicero, Playboy und Der Feinschmecker zu sehen.

Termine

14. Mai 2008 - 10:00 Uhr PK
DGB Eckpunkte zur Rente
DGB-Haus (S-Bahn Hackescher Markt),Henriette-Herz-Platz 2, 10179 Berlin, Saal 4
Kontakt: Axel Brower-Rabinowitsch
Telefon 030-24060-212

16. Mai 2008 - 11:30 Uhr PK
„Ressourceneffizienz im Betrieb“
Bundesumweltministerium Sigmar Gabriel, DGB-Vorstandsmitglied Dietmar Hexel
Hauptverwaltung der IG BCE,
Königsworther Platz 6, 30167 Hannover
Kontakt: Axel Brower-Rabinowitsch
Telefon 030-24060-212

21. Mai 2008 - 18:00 Uhr Jour Fixe
Jour fixe des Deutschen Anwaltvereins

Thema: Zugang zum Recht auch für sozial Schwache? - Anwaltliche Beratung im Asylrecht aufgrund der Gebührenbegrenzung gefährdet
Restaurant Theodor Tucher, Pariser Platz 6a, 10117 Berlin
Kontakt: Frau Lehmann
E-mail: lehmann@anwaltverein.de
Telefon: 030/72 61 52 – 1 39

9. Juni - 11. Juni 2008 - Kongress
20. medienforum.nrw.
Vom Wert der Medien
Koelnmesse, Köln
Kontakt: www.medienforum.nrw.de

NewsMARK veröffentlicht auch Ihre Pressetermine, senden Sie uns eine E-mail: redaktion@newsmark.de

IMPRESSUM

Chefredakteur und Herausgeber: Jörg Wachsmuth (V.i.S.d.P.)
Redaktion: Jennifer Fuentes, Thomas Grau, Andreas Kolbe, Georg Schubert, Bastian Schmidt, Oliver Springer, Jörg Wachsmuth, Max Werner

Homepage: www.newsmark.de mit freundlicher Unterstützung von GOLDVISION.COM

Verlag:
Medienbüro Wachsmuth, Riehlstraße 14, D-14057 Berlin
Telefon: +49-30-626 088 27 Telefax: +49-30-626 088 29
Mail: redaktion@newsmark.de

Anzeigen, Vertrieb und Service: Thomas Grau (Leitung) Telefon: +49-172 525 78 38 Mail: thomas.grau@newsmark.de

Sonderdrucke: Alle Beiträge können für Werbezwecke als Sonderdruck hergestellt werden. Anfragen über Thomas Grau.

Hinweis: Die mit dem Namen des Verfassers oder seinen Initialen gekennzeichneten Beiträge geben die Meinung des Autors, aber nicht unbedingt die Meinung des Verlags oder Herausgebers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Unterlagen wird keine Haftung übernommen. Nachdruck der Texte - auch auszugsweise - nur mit Quellenangabe gestattet. Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 2 vom Mai 2007 NewsMARK erscheint als innovatives PDF-Magazin und steht Abonnenten zum kostenlosen Download auf der Website www.news-mark.de zur Verfügung. Kostenlose Abonnements können über die Homepage abgeschlossen werden. Marke, Name und Inhalte von NewsMARK sind nach deutschem Medien- und Urheberrecht geschützt.