

DIB|M partners in
communications



Donath Business & Media

Public Relations/Public Affairs

Spálená 29

110 00 Prague 1

Tschechische Republik

Tel.: +420-224 211 220

Fax: +420-224 211 620

<http://www.dbm.cz>

E-Mail: mbox_dbm@dbm.cz



"Unter Public Relations versteht die Agentur Donath Business & Media Gestaltung, Kultivierung und Schutz des Unternehmerrmilieus der Klienten. Dies wird durch gezielte qualifizierte Meinungsbildung der Zielgruppen mit Hilfe von kreativen Kommunikationsmitteln, die auf wahren Informationen basieren, erreicht. Die präzise ausgewogene Kombination der Kenntnisse der örtlichen Verhältnisse, die innovative Herangehensweise an die Kommunikation sowie Erfahrungen aus der Arbeit in internationalen Partnerschaften erhöhen unsere Fähigkeit, effektiv auf die Haltungen der Zielgruppen zu wirken. Die Einhaltung strenger ethischen Grundsätze in der Verbindung mit kreativer Kommunikation sind Garantie dafür, dass DBM stets die optimale Lösung der Kommunikationsbedürfnisse ihrer Klienten findet."

Michal Donath

Stammdaten

- Erbringt Dienstleistungen im PR-Bereich und im Bereich Public Affairs
- Firmengeschichte:
 - 1991 gegründet als Burson Marsteller CS, Niederlassung des internationalen Netzwerks von Burson-Marsteller
 - 1998 - 2010 Donath-Burson-Marsteller ist als eigenständige Agentur Bestandteil des internationalen Netzwerks von Burson-Marsteller
 - 2011 - DBM ändert den Namen in Donath Business & Media und bedient den tschechischen und slowakischen Markt selbständig unaffiliert zu internationalen Netzwerken
 - 2012 - 2017 DBM war verbindet mit IPREX internationales Netzwerk der PR Agenturen
- Aktuelle Anzahl der Dauerbeschäftigten: 9
- Ist in Tschechien und in der Slowakei tätig
- Firmenname: Donath Business Media s.r.o.
- Adresse: Spálená 29, 110 00 Praha 1, Česká republika
- Bankverbindung: UniCreditBank Czech Republic, Konto-Nr.: 1125512004/2700
- Id.-Nr.: 25661035, USt-IdNr.: CZ25661035

Unsere Vorteile

- originelle und kreative Lösungen, mit denen die Erwartungen der Kunden nicht nur aus der Sicht ihrer eigenen Geschäftsvorhaben, sondern vor allem auch aus der Sicht der strengen Einhaltung von ethischen PR-Grundsätzen erfüllt werden
- gezielte Suche nach Geschäftschancen über den Rahmen der festgelegten Kommunikations- und Geschäftsziele
- kreatives und fundiertes Herangehen an die Kundenproblematik, um innovative Kommunikationslösungen bei der Auftragsabwicklung zu finden
- Teamarbeit basierend auf Nutzung und Entwicklung von modernen Kommunikationsarten
- Hohes Fachwissen und Professionalität
- Mut und Bereitschaft, für den Kunden auch in Krisensituationen einzutreten und zu kommunizieren
- High-tech-PR
- Service – 24 Stunden täglich, 7 Tage in der Woche

Auszeichnungen



LEMUR Tschechischer Preis für Public Relations 2019: Das Projekt „Zerstörung ist ein Unsinn“ zur Rettung der Terrasse im DBK-Einkaufszentrum wurde von der Wettbewerbsjury als bestes Kommunikationsprojekt in den Kategorien Krisenkommunikation und -dienstleistungen ausgezeichnet.

DBM bemüht sich langfristig, zur fachlichen und ethischen Entwicklung im Fachgebiet Public Relations und Public Affairs beizutragen. Schon seit ihrer Entstehung nimmt sie regelmäßig an lokalen sowie internationalen Fachwettbewerben teil. Die Tätigkeit der Agentur richtet sich nach den ethischen Prinzipien der ICCO Stockholm Charta.

Die nominierte und ausgezeichnete Projekte:

- Tschechischer Preis für Public Relations 2017:
Restoration of respect: Rehabilitation of the old Jewish cemetery in Prostějov
Krisenpoesie
- PR Daily Awards 2016 / European Excellence Awards 2016
Restoration of respect: Rehabilitation of the old Jewish cemetery in Prostějov
- Tschechischer Preis für Public Relations 2011
Projekt zur Unterstützung der tschechischen Ekolandwirtschaft (BILLA) - 2. Platz
Darmtour 2010 (Onkomajak) – 2. Platz
- European Excellence Awards 2010
Zwei Fliege mit einer Klappe... Erster Ombudsman auf der Welt in einem
Telekommunikationsunternehmen (Orange SK)
- European Excellence Awards 2010
Darmtour 2010 (Onkomajak)
- Sabre Awards 2009 (Nominierung)
Zwei Fliege mit einer Klappe... Erster Ombudsman auf der Welt in einem
Telekommunikationsunternehmen (Orange SK)
- Sabre Awards 2008/ European Excellence Awards 2009 (Nomination)
Ausbildungsprojekt für Kinder „Abendteuer der Taube Emil“ (The Bell School)
- Tschechischer PR-Preis 2008
Leuchtstofflampen gehören nicht in den Abfalleimer (Ekolamp)
- European Excellence Award 2008
Meinungen slowakischer Journalisten zu bestimmten Fragen des Medienumfelds in der
Slowakei (Slovak Press Watch)
- Tschechischer Preis für Public Relations 2007
Missbrauch von Pseudoephedrin enthaltenden Medikamenten versus Recht auf
Selbstmedikation (Reckitt Benckiser, Zentiva und GlaxoSmithKline)

Angebot der Dienstleistungen

Bereits seit 1991 erbringt DBM Dienstleistungen im Bereich Public Relations und Public Affairs in der Tschechischen Republik und der Slowakei. Wir bieten Beratung an, beteiligen uns an Organisationstätigkeiten und gemeinsam mit unseren Lieferanten erbringen wir auch weitere Marketingleistungen. Wir gehen davon aus, dass ausschlaggebend für den Geschäftserfolg unseres Klienten im Rahmen von PR insbesondere Kreativität und Ethik und in den meisten Fällen auch die Nutzung der modernsten Informationstechnologien ist. Unsere Arbeit basiert auf detaillierter Planung und konsequenter Einhaltung der im Vorfeld vom Klienten freigegebenen Budgets.

Die Agentur bietet ihren Klienten Dienstleistungen vor allem in diesen Bereichen an:

- Beziehungen zu Medien
- Internet Relations
- Krisenmanagement
- Unternehmensverantwortung
- Public Affairs
- Strategische Beratung im PR-Bereich
- Aufbau der Marke und Reputation
- PR-Instrumente und Organisationsförderung
- Anzeigen und Advertorials
- Ausbildung im PR-Bereich

Beziehungen zu den Medien

Die Fähigkeit, prompt Kernmitteilungen zu Zielgruppen zu kommunizieren, kann die Wahrnehmung eines Unternehmens, Produktes oder einer Dienstleistung grundsätzlich positiv beeinflussen. Dies gilt allerdings unter der Voraussetzung, dass die grundlegenden ethischen Prinzipien der Beziehungen zu den Medien erhalten bleiben. Nur dadurch wird eine langfristige auf dem Wert und der Qualität von Informationen basierende professionelle Beziehung garantiert. Den Aufbau und die Aufrechterhaltung von transparenten und professionellen Beziehungen zu den Medien halten wir für einen langfristigen Prozess.

Die Beziehungen zu den Medien haben einen grundsätzlichen Einfluss auf den guten Ruf eines Unternehmens und dürfen auf keinen Fall vernachlässigt werden. Strategie und Taktik in diesem Bereich sind stets ein Bestandteil der Kommunikationskonzepte von Donath Business & Media. Unsere Spezialisten verfügen auf diesem Gebiet über langjährige Erfahrungen.

In der Rolle des Firmensprechers treten neben dem Pressesprecher auch Vorstandsmitglieder oder andere Mitarbeiter auf. Zu einer erfolgreichen Formulierung von Schlüsselmitteilungen ist kein Talent erforderlich, das kann man sich aneignen. Die Bekanntmachung mit den Grundprinzipien der Medienarbeit und der Präsentation in ihnen bildet daher den Kern jedes beliebigen Kommunikationsprogramms. Dies kann durch ein hochwertiges Training erreicht werden, dessen Inhalt individuell auf die Branche des Kunden abgestimmt wird. Die Agentur Donath Business Media führt regelmäßig Medientrainings für bedeutende Firmen, Institutionen sowie auch Einzelpersonen durch.

Im Bereich Beziehungen zu den Medien erbringt die Agentur diese Dienstleistungen:

- Identifikation relevanter Medienkontakte
- Schreiben und Verbreiten von Pressemitteilungen
- Pressekonferenzen
- Medientraining
- Medienbeobachtung
- Analyse von Medien-Outputs
- Vorbereitung von Schlüsselmitteilungen
- Vorbereitung von Fragen und Antworten
- Schreiben von Texten und Artikeln
- Medientrips
- Platzierung von Artikeln in den Medien
- Vertreten der Klienten als Pressesprecher

Internet Relations

Das Internet ist für alle Unternehmen ohne Ausnahme ein wichtiges Medium beim Aufbau von direkten Beziehungen zu fast allen Zielgruppen. Einerseits funktioniert es als Sprachrohr und Meinungsplattform für die Kommunikation mit der ganzen Welt, andererseits eröffnet es neue Dialogmöglichkeiten mit einer konkreten Zielgruppe. Das Internet ermöglicht persönliche Kommunikation und bietet kreative Instrumente, die die Aufmerksamkeit der Zielgruppe wecken. Für den guten Ruf eines Unternehmens ist maßgebend, dass es auf seine Internetseiten relevante Informationen für die „Fach- und Laien-Öffentlichkeit“ und die Geschäftspartner stellt. Heute reicht es nicht mehr aus, im Internet nur „präsent zu sein. Daher raten wir unseren Klienten, dass sie neben den üblichen Möglichkeiten der traditionellen Medien der Massenkommunikation auch die neuesten Kommunikationswege wie Internet und soziale Netzwerke nutzen.

DBM hilft ihren Kunden auf diesem Gebiet bei der Formulierung einer wirksamen Strategie und sorgt zusammen mit hausinternen Spezialisten und erfahrenen Zulieferern für eine ganze Skala von Internet-Dienstleistungen beginnend mit Meinungsumfragen bis hin zu Internet-Übertragungen und Kontextwerbung.

Die Agentur sichert für die Klienten ab:

- Internetmonitoring mit MediaToolkit
- Websiteverfassung
- Arbeit mit Sozialmedien
- Beratung im Blog-Bereich und Sozialnetzen und Vorbereitung von konkreten Applikationen
- Internet-Meinungsumfragen
- Internet-Sendungen und -übertragungen
- Internet-Chats
- Intranet
- Direkte Kommunikation mit den Zielgruppen per Videomail® und VIPmail®

Krisenmanagement

Beratung und Unterstützung in Krisensituationen

Unter einer Kommunikationskrise wird eine Situation verstanden, in der der Ruf des Unternehmens in den Augen der Öffentlichkeit gefährdet ist. Risiken, darunter auch Kommunikationsrisiken können allerdings im Voraus identifiziert und anschließend minimiert werden. Erfolgreiche Krisenlösungen liegen nach der Meinung von DBM in kreativer Arbeit mit zugänglichen Informationen, in angemessener und schneller Rückreaktion sowie in einfallsreichen Kommunikationslösungen. Auf dem Spiel steht nämlich der gute Name des Unternehmens, das Wertvollste, was es hat. Eine Kommunikationskrise kann ohne eine möglichst schnelle Lösung bis hin zum Verlust des Vertrauens der Kunden und Angestellten gegenüber dem Unternehmen, zu finanziellen Verlusten oder zur Schädigung der Geschäftschancen führen.

Im Bereich der Krisenkommunikation nutzen die DBM-Berater eine ganze Reihe von Public Relations-Instrumenten und Aktivitäten. DBM hat auf dem tschechischen und slowakischen Markt umfassende Erfahrungen mit der Lösung von Krisensituationen verschiedener Unternehmensbereiche.

DBM ist bereit, Ihren Klienten 24 Stunden täglich, 7 Tage in der Woche und nicht nur in Krisensituationen Hilfe zu leisten.

Bei Bedarf von Krisenkommunikation bietet die Agentur:

- Krisenkommunikationsberatung
- Krisenkommunikationstraining
- Simulierung von Krisensituationen
- Vorbereitung eines Krisenhandbuchs
- Errichtung und Betrieb eines Krisentelefon und Webs

Die Unternehmensverantwortung (CSR)

Der Erfolg jedes Unternehmens wird logischerweise auch von der Verantwortung gegenüber seiner Umgebung, also der Gesellschaft, in der es tätig ist, begleitet. Eine Verantwortung, die das Unternehmen selbst spürt und die auch ihre Mitbürger von ihm erwarten und manchmal sehr laut verlangen. Eine Verantwortung, die in der Endkonsequenz einen Schlüsselfaktor für eine tatsächlich haltbare Prosperität des Unternehmens darstellt.

Die Unternehmen wenden oft bedeutende Mittel für Projekte gesellschaftlicher Verantwortung auf, aber meistens schaffen sie es nicht, den erzielten Effekt zu bemessen. Ohne klare Strategie und genau eingestellte Prozesse sind die Ausgaben „für Wohlfahrt“ oft nur aus dem Fenster rausgeschmissenes Geld. Und darüber hinaus kann die Firma statt Lob in den Medien ganz leicht eine öffentliche Anschuldigung wegen Korruption erleben.

DBM hat Erfahrung mit allen Phasen der Professionalisierung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung: von der Analyse der bestehenden Praxis über die Vorbereitung der Strategie und organisatorische Absicherung bis hin zur Einstellung von transparenten Prozessen zur Auswahl von Projekten und deren Auswertung.

Im Bereich Unternehmensverantwortung bieten wir den Klienten an:

- Ausarbeitung der Strategie der Unternehmensverantwortung
- Realisierung der Projekte der Unternehmensverantwortung und deren Kommunikation
- Bewertung der Projekte der Unternehmensverantwortung aus der Sicht der Zielgruppen und der Ziele der Gesellschaft

Public Affairs

Die Entscheidungen der öffentlichen Organe haben einen maßgeblichen Einfluss auf das geschäftliche und unternehmerische Umfeld. Führende politische Repräsentanten des Staates, Gesetzesgeber und Staatsbeamte treffen tagtäglich Entscheidungen, die die Prosperität eines Unternehmens oder das Leben der Bürger erheblich beeinflussen können. DBM bietet Fachleute an, die in der Lage sind, Kundeninteressen mit qualifizierten Argumenten wahrzunehmen.

DBM engagiert sich in diesem Bereich in der Tschechischen Republik bereits seit 1995. Damals setzte sie zugunsten kleiner und mittelständiger Brauereien erfolgreich mit dem Bemühen ein, die Aufhebung von Steuervorteilen gerade für die kleineren Brauereien zu verhindern. So konnte die Vielfalt der Brauereiproduktion auf dem tschechischen Markt gesichert werden. Im Jahr 2008 wurde der Agentur der Tschechische Preis für Public Relations für das Public Affairs Projekt „Missbrauch von Pseudoephedrin enthaltenden Medikamenten versus Recht auf Selbstmedikation“ verliehen, das sie für das Konsortium von Reckitt Benckiser, Zentiva und GlaxoSmithKline vorbereitet hatte.

Zu den Aktivitäten im Public affairs Bereich gehören:

- Aufbau von Beziehungen mit der Staatsverwaltung, Selbstverwaltung und nichtstaatlichen Organisationen
- Monitoring der Legislative im Rahmen der Tschechischen Republik und der EU
- Unterstützung von geschäftlichen und diplomatischen Missionen
- Unterstützung von Investitionsprojekten
- Empfehlungen im Bereich Unternehmensverantwortung

Strategische Beratung im PR-Bereich

Strategische Beratung im Bereich Public Relations bedeutet in der Auffassung von DBM vor allem Suche nach Kommunikationschancen und deren Umsetzung in erfolgreiche Kommunikationsprojekte. Wir sind bereit, die Möglichkeiten unserer Kunden einzuschätzen und alle Kommunikationschancen zur Intensivierung der Geschäftsbeziehungen mit ihren Kunden oder Lieferanten zu nutzen. Wir sichern die strategische PR-Beratung auf der Vorstandsebene und auf der Ebene der Marketingabteilung, der Abteilung interne Kommunikation, der Personalabteilung oder auch des Risikomanagements ab.

Im Bereich Strategische Beratung sichern wir ab:

- Beratung im Bereich Interne Kommunikation
- PR-Erfolgsmessung
- Suche nach Kommunikationschancen
- Suche nach Sponsoring-Gelegenheiten
- Beziehungen mit Investoren, Aktionären, Jahresberichte
- Beziehungen mit Geschäftspartnern

Aufbau der Marke und Reputation

Die Marke hat auf die Kunden eine magische Wirkung. Sie ist eines der wichtigsten Attribute, nach denen sich der Kunde entscheidet, ob er das jeweilige Produkt oder die Dienstleistung kauft oder nicht. Eine starke Marke braucht keine Sonderverkäufe, Ermäßigungen oder Sonderangebote. Der Aufbau einer Marke ist ein langfristiger Prozess, der zu einer Wahrnehmungs- und Erwartungsänderung bei potentiellen Kunden und in der Endkonsequenz auch zur Änderung seines Verbraucherverhaltens führen soll. Dabei handelt es sich keineswegs nur um schnelldrehende Konsumgüter (FMCG), sondern auch um Dienstleistungen und Produkte, die für das Segment „Business to Business“ bestimmt sind.

In diesem Bereich bieten wir den Kunden kreative Ideen zur effektiven Kommunikation der Schlüsselmitteilungen in Richtung Zielgruppe und gleichzeitig auch Aktivitäten zur Verbesserung der Unternehmenszahlen an.

Wir leisten Unterstützung in diesen Bereichen:

- Produkt-PR
- Corporate PR
- Markteinführung von Produkte
- Rebranding
- Relaunch
- Rückruf von Produkten vom Markt

PR-Instrumente und Organisationsförderung

Produktionsunternehmen bieten in der Regel Formen an, um die vom Klienten vergebenen Tätigkeiten abzusichern. DBM tritt bereits in der Planungsphase an und unterstützt die Kunden bei der Auswahl der besten Kommunikationsart der Schlüsselmitteilungen. Die Agentur empfiehlt die effizienteste und gleichzeitig auch kosteneffektive Kommunikationsart.

Unsere Dienstleistungen in diesem Bereich umfassen nicht nur das klassische „Eventmanagement“, sondern auch Internetumfragen, Design von Internetportalen, Broschüren, Flyern, Zeitschriften oder Einladungen. Wir bemühen uns, solche Materialien und Aktivitäten hervorzubringen, die den Menschen auch dann in Erinnerung bleiben, wenn „der sog. letzte Vorhang gefallen ist“. Innovative Leistungen erbringt DBM für seine Klienten in Tschechien und in der Slowakei insbesondere im IT-Bereich. 1999 haben wir zum Beispiel die weltweit erste Live-Fernsehsendung übers Internet realisiert.

DBM legt die Betonung auf den wichtigsten Bestandteil der Produktionstätigkeit, und zwar auf die interaktive Beziehung zwischen dem Kunden und seiner Zielgruppe. Public Relations bauen auf einem Dialog mit den einzelnen Zielgruppen auf und dem müssen auch alle gewählten Instrumente entsprechen.

- Broschüren
- CD-ROM/DVD
- Unternehmenszeitschriften
- Massenmailings
- Info-Hotline
- Informationsmaterialien
- Flyer
- P.O.Box
- Einladungen
- VIP und andere Events

Anzeigenwerbung und Advertorials

Bei der Kommunikation mit der Öffentlichkeit kann es zu Situationen kommen, in denen man sich nicht auf das Interesse der Medien verlassen kann, dass sie der Öffentlichkeit alle wichtigen Tatsachen präsentieren. Es kann sich zum Beispiel um die Info-Hotline-Nummer für den Fall handeln, dass ein Produkt flächendeckend aus dem Vertrieb zurückgerufen wird. In solchen Fällen kann eine anziehende und gut platzierte Anzeige helfen. Die Agentur DBM hat langjährige Erfahrungen mit der Anwendung von Werbemitteilungen als einem der Instrumente der Unternehmenskommunikation.

Wir beraten unsere Kunden bei der Werbenutzung im Rahmen der Krisenkommunikation, bei der Verbesserung des Unternehmensrufs, dem Aufbau der Marke und der Beziehungen zwischen Firmen sowie bei der Kommunikation mit der Öffentlichkeit im Verlauf von Rechtsstreitigkeiten (litigation support).

Wir bieten die Unterstützung in diesen Bereichen:

- Verfassung von Texten für Anzeigenwerbung und Advertorials
- Übereinkommen über die Platzierung in den Medien
- Grafische Gestaltung der Anzeigenwerbung und Advertorials

Ausbildung im PR-Bereich

DBM bietet ihren Klienten auch die Ausbildung im PR-Bereich mit dem Ziel an, die persönliche Entwicklung und Realisierung von PR-Programmen ohne eine direkte Agenturunterstützung zu erleichtern. Unsere Lektoren halten auch im Rahmen des zertifizierten Ausbildungsprogramms der Assoziation der PR-Agenturen „London School of Public Relations“ und an der PR-Akademie Vorlesungen, was von der Assoziation der PR-Agenturen (APRA) an der Wirtschaftsuniversität in Prag organisiert wird. Sie schöpfen dabei aus den Erfahrungen von DBM, die in der Tschechischen Republik bereits seit 1991 tätig ist.

Die Ausbildungsprogramme werden jeweils individuell entworfen und sind insbesondere für die Mitglieder der satzungsgemäßen Organe, des höheren Managements und für Mitarbeiter von Marketing- und Presseabteilungen eines Unternehmens bestimmt. Das Ausbildungsprogramm ist im Hinblick auf unterschiedliche Anforderungen und Erfahrungen der Beteiligten konzipiert. Einen Programmbestandteil stellen Fallstudien und praktische Übungen dar.

Meist geforderte Trainingsbereiche:

- Einleitung in PR
- Kommunikationsberatung in Krisen
- Vorbereitung für die Arbeit mit Medien
- Erfolg beim Interview
- Firmenreputation und Identität
- Produkt-PR als Alternative zur Werbung
- Organisierung der Gesellschaftsveranstaltungen
- Entwicklung von Kommunikationsfähigkeiten
- Optimierung der Firmenkommunikation
- Kommunikationsvorbereitung des Hilfspersonals
- Internet Relations

Kunden – Auswahl umgesetzter Projekte

Bank- und Finanzwesen:

- Advent International
- Czech CFA Society
- ČSOB
- Expandia Banka
- HSBC
- GE Capital Bank
- Genesis Capital
- Pioneer Investments
- OVB Allfinanz
- Raiffeisen Investment
- Winterthur penzijní fond

Pharmazie und medizinische Betreuung:

- Bristol-Myers Squibb
- IKEM
- Iscare I.V.F.
- Johnson&Johnson / Janssen Cilag
- Pfizer
- Reckitt Benckiser
- Roche

Gastronomie, Lebensmittelindustrie und schnelldrehende Konsumgüter:

- Balírný Douwe Egberts
- BEL Sýry Česko
- Karlovarské minerální vody
- Nutricia
- McDonald's ČR
- UNILEVER

Institutionen:

- Magistrat der Hauptstadt Prag
- Ministerium für Schulwesen, Jugend und Sport ČR
- Pittsburgh
- Regierungsamt der Tschechischen Republik
- Türkische Botschaft und Verband der Automobilindustrie

IT und Telekommunikationen:

- Czech On Line
- 3 COM
- Fujitsu Siemens Computers / Fujitsu
- GTS Czech
- Lucent Technologies / Avaya Czech Republic

Ausstellungswesen:

- Incheba
- Reed Exhibitions

Developerprojekte, Immobilien:

- Asociace realitních kancelář / Immobilienkanzlei-Assoziation
- Orco
- Housing & Construction
- Skanska

Kommunale Dienstleistungen/Utility:

- Ekolamp
- IOC (Conoco, Shell, Agip)
- Shell

Transport- und Kurierdienste:

- United Parcel Service Czech Republic
- Lufthansa

Medien und Verlage:

- CME / ČNTS
- Euromedia Group
- Mediacop
- Mediaservis
- Mladá fronta

Stiftungen und Wohltätigkeit:

- NESsT
- Nadace pro transplantace kostní dřeně / Stiftung Knochenmarktransplantation
- Prager Literaturhaus deutschsprachiger Autoren

Handelsketten:

- Plus Discount
- BILLA

Fachdienstleistungen:

- Accenture
- Czech Invent
- Deloitte&Touche
- KPMG
- The Bell School

Industrie:

- ArcelorMittal Ostrava
- Boeing Aerospace Limited
- České lupkové závody / Ökologie
- TVX Bohemia Důlní
- Rockwool



Michal Donath
Managing Director

Michal Donath arbeitet in der Agentur als Managing Director. Seine Tätigkeit im Bereich Public Relations begann er 1991 als Generaldirektor der Agentur Burson-Marsteller. Mitte des Jahres 1998 übernahm er das Prager Burson-Marsteller -Büro und gründete die Gesellschaft Donath-Burson-Marsteller. Seit Januar 2011 hat die Firma einen neuen Namen, und zwar Donath Business & Media.

Michal Donath hat sich in seiner beruflichen Laufbahn im PR-Bereich als renommierter Berater für Krisenkommunikation etabliert. Er ist eines der Gründungsmitglieder des Verbands der PR-Agenturen (APRA).

Während seiner weitreichenden beruflichen Laufbahn hatte er leitende Positionen in den Bereichen Planung, Außen- und Innenhandel, Landwirtschaft, Verkehr und Gesundheitswesen inne. Als Prager Korrespondent der amerikanischen Zeitschrift Time und der Agentur UPI baute er Berufskontakte mit ausländischen und lokalen Kommunikationsmedien und tschechischen Politikern auf. Dank seiner hervorragenden Beherrschung der englischen und deutschen Sprache war Michal Donath als Dolmetscher von namhaften Persönlichkeiten des politischen Lebens Tschechiens tätig, zu denen auch der ehemalige Präsident Václav Havel gehörte.

Das Studium an der Fakultät für Außenhandel der Prager Wirtschaftsuniversität schloss er im Jahr 1973 ab. Am Institut für Zeitungswissenschaften der Universität Wien absolvierte er einen einjährigen Stipendienaufenthalt.

Er spricht fließend englisch und deutsch.



Simona Kopová

Media Relations Director

Simona Kopová ist seit 1997 bei der Agentur, derzeit als Media Relations Director. Sie konzentriert sich auf Unternehmen und Marken in erster Linie in den Bereichen Gesundheit, Lebensmittel, Einzelhandel und Dienstleistungen. Sie hat lange Zeit an CSR-Projekten von Agenturen im Bereich der Unterstützung der Bildung begabter Kinder für den Qiido-Stiftungsfonds, die Verwaltung sozialer Netzwerke und die Erstellung digitaler Inhalte gearbeitet. Sie hat beispielsweise an einem Online-Projekt für Home Credit teilgenommen, das mit dem Czech PR 2018 Award ausgezeichnet wurde.

Sie hat einen Abschluss in Medienwissenschaften an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Karlsuniversität in Prag. Sie absolvierte das Berufsausbildungsprogramm der Burson-Marsteller-Universität in den USA, einen von der PR-Agentur in Prag organisierten Kurs der London School of Public Relations, Kurse für neue Medien und soziale Netzwerke. Sie war Jurorin im Fachwettbewerb der Firmenpublikationen Zlatý Středník.



Karla Krejčí
Business Development Director

Karla Krejčí arbeitet in der Agentur Donath Business & Media seit 1996. Gegenwärtig hat sie die Position Business Development Director inne und ist Beraterin für die Bereiche Gesundheitswesen, Verkehr und Finanzdienstleistungen.

Seit 1993 war sie als Hauptredakteurin der wirtschaftlich orientierten Zeitschrift Czech & Slovak Investment News tätig. Zur gleichen Zeit konzipierte sie als externe Mitarbeiterin im Tschechischen Rundfunk Prag Sendungen für die Wirtschaftsnachrichten Občanská burza.

Sie ist Absolventin der Fakultät für internationale Beziehungen der Wirtschaftsuniversität Prag mit der Spezialisierung Wirtschaftsjournalismus (1995) und des Instituts für Massenkommunikation und Journalistik an der Fakultät für Sozialwissenschaften der Karlsuniversität Prag (1998). Ihre Kenntnisse im Kommunikationsbereich vertiefte sie durch den Abschluss von spezialisierten Studienprogrammen, wie z.B. Burson-Marsteller University in den Vereinigten Staaten und Perception Management in London.

Sie spricht fließend englisch und teilweise französisch.



Jan Laštovička
Freelance Creative Consultant

Jan Laštovička arbeitete in der Agentur Donath Business & Media seit Oktober 2005 bis August 2014 als Director Creative Communications. Er arbeitet zur Zeit bei DBM als Freiberufler.

Er studierte Pädagogik und Kunsterziehung an der Pädagogischen Fakultät der Karlsuniversität Prag. Während des Studiums absolvierte er als Stipendiat im Rahmen des internationalen Erasmus-Sokrates-Programms einen sechsmonatigen Aufenthalt an der Fachhochschule Seminariet for Formgivning in Dänemark mit der Spezialisierung auf graphisches Design. Das Magisterstudium schloss er im Jahr 2004 mit der Verteidigung seiner Diplomarbeit ab.

Bevor er zur Agentur kam, arbeitete er extern mit dem Unternehmen Porcela Plus zusammen, wo er in der Designabteilung an der Entwicklung des Porzellandekors mitwirkte. Seine graphischen Entwürfe für Porzellandekor werden z.B. vom Unternehmen Karlovarský porcelán (Karlsbader Porzellan) umgesetzt.

Im Jahr 2006 absolvierte er den zertifizierten „London School of Public Relations“ genannten Weiterbildungskurs des Verbands der PR-Agenturen in Prag.

Er spricht fließend englisch.



Monika Nováčková
Consumer Relations Consultant

Monika Nováčková arbeitet in der Agentur seit März 2015 auf der Position des Consumer Relations Consultants. Des Weiteren nimmt sie Verwaltungsaufgaben wahr und beteiligt sich an der Organisation von Kundenveranstaltungen.

Sie absolvierte ein Masterstudium an der Mendeluniversität Brunn (Brno) im Studienfach Technische Sachverständigung und Expertenengineering. Ihr Studium schloss sie im Juni 2014 mit Auszeichnung ab. An der Fakultät für humanistische Studien der Tomáš-Baťa-Universität in Zlín absolvierte sie einen Lehrgang in Sozialpädagogik mit den Schwerpunkten Schulwesen und Sozialdienstleistungen.

Während des Studiums absolvierte sie ihre Fachpraxis in mehreren Firmen, u.a. in der Gesellschaft Tenza, die komplexen Service im Bereich des Baus und Umbaus von Quellen für die Wärme- und Stromproduktion gewährleistet, ferner in der Firma Authentica, POP & POS solutions, die sich mit Vorschlägen und der Kreation von Designprodukten befasst.

Sie spricht kommunikativ Englisch und vertieft ihre Sprachkenntnisse durch weitere Studien.



Josef Průša
Chief Information Officer

Josef Průša arbeitet in der Agentur Donath Business & Media seit Juni 1996 in der Position Chief Information Officer.

Bevor er in die Agentur kam, war er als Mitglied des Testzentrums und Rezensent für mehrere Computerzeitschriften tätig. Er publizierte im PC Magazine Czech Edition und in den Zeitschriften Computer World und PC World des Verlags IDG. Als Software- und Netzexperte arbeitete er auch für die Firma FCC Folprecht.

Josef Průša ist Diplomingenieur im Fach Elektrotechnologie, sein Diplom erwarb er an der Elektrotechnischen Fakultät der Technischen Universität Prag.

Er spricht fließend englisch, beherrscht auch deutsch, russisch und französisch.



Romana Tomandlová
Consumer Relations Consultant

Romana Tomandlová arbeitet seit Herbst 2021 als Consumer Relations Consultant in der Agentur.

Zuvor war sie in Unternehmen tätig, die auf Markenmode spezialisiert sind. Dort arbeitete sie als Regionalmanagerin - Betrieb aller Filialen, dann arbeitete sie eng mit einer Baufirma zusammen, wo sie als Verwaltungsangestellte tätig war, und anschließend im gleichen Bereich bei Renocar a.s. - Verkauf von BMW- und MINI-Fahrzeugen.

Romana schloss ihre Sekundarschulbildung im Jahr 1991 ab.

Sie spricht, zum Teil, Russisch.

24 Stunden täglich/7 Tage in der Woche Krisen-Kontakt

Kontakte für den Fall von Kommunikationskrisen für Kunden in der Tschechischen Republik und der Slowakei:

Michal Donath

Managing Director

Phone: +420 224 211 220

GSM: +420 602 222 128

E-mail: michal.donath@dbm.cz