

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 149 / 11. KW 2008

Seite 1

Recherche: Jeder 3. DAX-Konzern manipuliert bei Wikipedia

Geschrieben von: Malte Landwehr in seinem Blog [Online Reputation Management](#)

"Bereits im August hatte ich über zehn dummdreiste Manipulationen bei Wikipedia berichtet. Doch nicht nur international, sondern auch in Deutschland, wird kräftig manipuliert. Darunter sind mehrere Dax Unternehmen, die vor nichts zurückschrecken. Es werden Beziehungen zum Nazi-Regime verheimlicht, das Mitwirken am Irak Krieg heruntergespielt, Kritiken gelöscht und einige Artikel sogar durch Werbetexte direkt aus der hauseigenen Info-Broschüre ersetzt."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Strauß übernimmt Leitung der Unternehmenskommunikation bei Bertelsmann

Nun sind also alle Spekulationen beendet: Thorsten Strauß (40), noch Leiter der Konzerntochter Arvato, wird zum 1. April neuer

Leiter der Zentralen Unternehmenskommunikation des Medienkonzerns Bertelsmann in Gütersloh. Strauß folgt auf Jasmine Borhan, die im Dezember 2007 das Unternehmen verlassen hat. Nachfolger von Strauß bei Arvato soll sein bisheriger Stellvertreter Gernot Wolf werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Porsche: Inszeniertes Davidprinzip

Bei Porsche läuft nicht nur die Autoproduktion rund, sondern auch die PR-Maschine. Wenn man so will, handelt es sich bei den erstaunlichen Vorgängen zwischen Stuttgart-Zuffenhausen und Wolfsburg um das auf die Spitze getriebene Davidprinzip. Um den Höhepunkt einer Inszenierung, deren Regisseure keine Einstellung dem Zufall überlassen und die alle verfügbaren Scheinwerfer auf ihren Hauptdarsteller Wendelin Wiedeking richten. Der Chef dieser Regisseure heißt Anton Hunger, ist Leiter der Presseabteilung bei Porsche und begann zur gleichen Zeit, im Oktober 1992, seinen Job in Zuffenhausen wie sein Vorgesetzter. Damals hätte keiner einen Pfifferling auf die heruntergewirtschaftete Sportwagenschmiede mehr gewettet, die als todsicherer Übernahmekandidat für den nächstbesten Großkonzern gehandelt wurde.

Den Artikel von Dagmar Deckstein vom 10. März in [sueddeutsche.de hier online weiterlesen](#).

PR-Ranking: Daten bis 25. März aktualisieren

Für das PR-Umsatzranking, welches PR-Journal-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer bereits zum 12.



Mal erstellt, können die Daten noch bis zum 25. März abgegeben werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

- Anzeige -



Personalien

Neue Cheflobbyistin der Zigarettenindustrie

Nach dem Austritt des Branchenführers Philip Morris hat sich der Verband der Cigarettenindustrie aufgelöst. Am 14. März wird als Nachfolgeorganisation der Deutsche Zigarettenverband in Berlin gegründet. Neue Geschäftsführerin wird **Marianne Tritz** (44). Die frühere Bundestagsabgeordnete von Bündnis'90/Die Grünen war zuletzt Mitarbeiterin des Grünen-Fraktionschefs Fritz Kuhn in der Berliner Bundestagsfraktion.

Personalien compact (13) (11.KW-08)

01: **Christoph Keese** (43) bisher Chefredakteur "WamS", "Welt online" und Sprecher der "Welt"Chefredakteursrunde wird am 1. April neuer Konzerngeschäftsführer Public Affairs der Axel Springer AG in Berlin.

02: **Frank Wilhelmy** (46) wechselt Ende März als Geschäftsführungsmittglied und Politikberater zu Wiese Consult in Berlin. Er war SPD-Landesgeschäftsführer in Niedersachsen.

03: **Christian Lipicki** (39) wechselte von der "Berliner Zeitung" in die Pressestelle des Bundesverbandes Deutscher Banken in Berlin.

04: **Daniel Gebhardt** (36) ist jetzt als PR-Berater im Team von Ira Wülfing Kommunikation in München. Er kommt von der Weberbank in Berlin.

05: **Klaus Heschke** ist als Nachfolger von **Hans-Peter Mayer** neuer Pressesprecher des Verbandes des Kraftfahrzeuggewerbes Baden-Württemberg in Stuttgart.

06: **Daniela Jaensch** (28) ist ab sofort Leiterin Unternehmenskommunikation bei Broich Premium Catering in Düsseldorf. Sie verantwortete nach ihrem Wechsel von Pleon bereits seit 2007 als Referentin die interne und externe Kommunikation des Unternehmens.

07: **Bianca Frömer** (39) leitet jetzt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Online-Agentur mediascale in München.

komm.passion

Medien-Analysen mit Qualitätssiegel!
Wir sind AMEC-Mitglied

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

08: **Heribert Stadler**, Geschäftsführer von Stadler - Herzschlag für Marken und Kommunikation in Kirchheim/Teck unterrichtet weiter (im vierten Jahr) an der Südwestdeutschen Akademie für Marketing und Kommunikation in Stuttgart.

09: **Helmut Lölhöffel** (64), Ende 2007 als Leiter Unternehmenskommunikation und Mediensprecher bei Veolia Wasser in Berlin ausgeschieden (die er aber weiter berät), hat die Kommunikationsleitung bei Eurosolar Europäische Vereinigung für Erneuerbare Energien, ebenfalls in Berlin übernommen.

10: **Petra Ahlert** (35) ist jetzt als Nachfolgerin von **Ingo Busse** neue Leiterin Marketing und Kommunikation beim Technologieunternehmen Cisco Switzerland in Glattzentrum/Zürich. Sie kommt von Siemens in München.

11: **Jens Herrmann** (40) heißt der neue Leiter Unternehmenskommunikation des Technologiekonzerns Cegelec in Frankfurt am Main. Er folgt auf **Norbert Schneider** und war zuvor bei Bertelsmann (Buchclubs).

12: **Andreas Beuge** (48) wurde als Nachfolger von **Frauke Schäfer** neuer Pressesprecher der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe in Hannover. Beuge war zuvor beim niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr.



13: **Michael Haas** (46) wechselt von F&H Porter Novelli in München zum Stammsitz der PR-Agentur Press'n'Relations in Ulm. Das Münchener Agenturbüro verstärkt **Daniel Abel** (25). Er war zuvor bei BMW.

Etats

PRP: Innovative Themenfelder mit drei neuen Kunden

Gelungener Jahresstart für die Kronberger Agentur Public Relations Partners (PRP): Pitney Bowes MapInfo, Raunheim, Marktführer im Bereich „Location Intelligence“, der Mobilfunkanbieter Ortel Mobile, Düsseldorf und das Beratungsunternehmen Woodox Management vertrauen seit Beginn des Jahres auf die Beratungsexpertise und Networkkompetenz der Agentur im Taunus.

PMG-Press-Monitor®

Elektronische Medienanalyse

▶ Jetzt können Sie die Medienresonanz Ihrer Kommunikationsmittel aktueller messen und bequemer per Internet abrufen. Damit erreichen Sie Ihre Kommunikationsziele schneller. Aktueller, umfangreicher und leichter war Medienanalyse noch nie!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

Etats compact (16) (11.KW-08)

01: compamedia (Benchmarkprojekte für den Mittelstand), ?wo?

an: **wbpr Public Relations** (GPRA), Unterföhring

02: Nomis (australische Fußballschuhmarke), ?wo?

an: **RA&P Public Relations** - Eventmanagement - Sponsoring, Stuttgart

03: Filmproduktion lucie_p, München

an: **Firefly Communications**, München

04: Lüftner Cruises, Innsbruck/Österreich

an: **Inex Communications**, Nidderau

05: Larsen Danish Seafood, Harrislee

an: **PR Affairs**, Hamburg

06: Landesregierung Berlin (Imagekampagne "be berlin")

an: Kommunikationsagentur **WeDo**, Berlin und **A&B Face2Net** (für den Storybrowser und das Screendesign)

07: ATO Weltverband der männlichen Tennisprofis, ?wo?

an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

08: Bundeszentrale für politische Bildung, Berlin (europäische Presseschau "eurotopics")

an: **Netzwerk für Osteuropa-Berichterstattung n-ost**, Berlin

09: Johannesbad-Therme, Bad Füssing
an: **Stromberger PR**, München

10: Wirtschaftsverwaltungen und Wirtschaftsfördergesellschaften der Bundesländer Berlin und Brandenburg (Innovationspreis Berlin-Brandenburg)

an: **Publicis Berlin**, Berlin

11: Sonae Sierra (Bauherr und Betreiber des Alexa in Berlin), ?wo?

an: **Agentur 05**, Köln

12: NGK Spark Plug Europe (Lamdasonden), ?wo?

an: **MSH an more**, Köln

13: Sportwettanbieter Betsson, ?wo?

an: **Lauffeuer Kommunikation**, Hamburg

14: Grendene, Ipanema (brasilianische Sandalenmarke - Testimonial: Giselle Bündchen)

an: **Krauts PR**, München

15: The Security Division of EMC, Schwalbach

an: **Fink & Fuchs PR**, Wiesbaden

16: Exasol (Data-Warehouse-Lösungen), ?wo?

an: **HBI Helga Bailey**, München

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!

Branche

Klenk & Hoursch ist eine familienfreundliche Agentur

Gruner + Jahr, Hamburg ist der Sieger des „W&V Familie“-Wettbewerbes, mit dem der Branchendienst "Werben & Verkaufen" das familienfreundlichste Unternehmen der deutschen Kommunikationsbranche auszeichnet. Bei den Agenturen gewann Scholz & Volkmer in Wiesbaden. Der Wettbewerb „W&V Familie“ wurde in diesem Jahr zum ersten Mal ausgeschrieben. Insgesamt haben sich 34 Unternehmen aus allen Medienbereichen um die Auszeichnung beworben, von der kleinen Agentur mit fünf festangestellten Mitarbeitern bis hin zu internationalen Medienunternehmen. Die PR-Agentur **Klenk & Hoursch** aus Frankfurt am Main bekam eine von vier Belobigungen. Jury: "Hier lebt die Führungsebene die Vereinbarkeit von Familie und Agenturjob selber vor."

Branche compact (7) (11.KW-08)

01: Die Münchner PR-Spezialisten von Maisberger Whiteoaks verstärken ihr Engagement in der Cleantech-Branche: Zusammen mit nationalen und internationalen Partnern unterstützt Maisberger Whiteoaks Unternehmen bei der Markterschließung, bei Public und Investor Relations, bei Lobbying sowie in der strategischen Patentverwertung. Das gestiegene Umweltbewusstsein, die verstärkte Nachfrage nach Technologien, die auf

Schadstoff reduzierte und Ressourcen schonende Verfahren, Produkte und Systeme setzen sowie positive Rahmenbedingungen haben zur Entwicklung einer rasant wachsenden Cleantech-Industrie geführt. Weitere Informationen zu den angebotenen Dienstleistungen und zum Cleantech-Markt finden sich auf der Website www.maisberger.com.

02: Bauern-Marketing: Nie mehr schöne Schenkel. Geschmacklos, verschwenderisch, träge: Seit Monaten massiv in der Kritik, plant die **CMA** jetzt den Befreiungsschlag. Mit einer Neuorganisation und unter anderem Namen will die Marketingorganisation der deutschen Bauern verlorenes Vertrauen zurückholen - und dabei möglichst wenig ändern. Den Artikel von Susanne Amann am 11. März in SpiegelOnline [hier im Internet weiterlesen](#).

03: Der Marken-Award 2008 wurde am 12. März in Düsseldorf vergeben und geht an GlaxoSmithKline, Erdal-Rex und Loewe. Mit dem Preis zeichneten "absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing" und der Deutsche Marketing-Verband (DMV) zum achten Mal Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus. Der Preis in der Kategorie „Beste Neue Marke“ geht an GlaxoSmithKline für die Einführung des Migränemittels „Formigran“. Der „Beste Marken Relaunch“ gelingt der Loewe AG, die ihre Premium-Marke erfolgreich revitalisiert hat. Für die Expansion in das Segment der natürlichen Dauerluftefrischer mit der Marke „Frosch“ erhält Erdal-Rex den Preis für die „Beste Marken-Dehnung.“

04: Fink & Fuchs Public Relations steigerte im Geschäftsjahr 2007 den Honorarumsatz um gut

**Integrierte Analysen
für integrierte Kommunikation**

www.kommunikationsanalysen.de

E.A.Z.-INSTITUT
PRIME RESEARCH

drei Prozent auf 6,5 Millionen Euro (Vorjahr 6,3 Millionen Euro). Insgesamt sind 76 Mitarbeiter in Wiesbaden und München beschäftigt. Das Unternehmen ist auch 2007 nach Umsatz- und Mitarbeiterzahl mit Abstand die größte deutsche PR-Agentur im Feld der Kommunikation von Technologiethemata. Fink & Fuchs PR betreute im vergangenen Jahr 51 Kunden in den Märkten Solarenergie, IT/TK und Unterhaltungselektronik, Electronic Banking und Optik.

05: **Engel & Zimmermann**, eine der führenden Kommunikationsberatungen für den Mittelstand, **wird in diesem Jahr eng mit der privaten Universität Witten/Herdecke zusammenarbeiten**. Die Agentur ist seit 1. Februar fester Beratungspartner eines Spin-off der betriebswirtschaftlichen Fakultät der Hochschule, dem Deutschen Kompetenzzentrum für Nachhaltiges Wirtschaften. Dieses Kompetenzzentrum bildet Fach- und Führungskräfte der Lebensmittelindustrie zum „Risikomanager Food“ aus. Engel & Zimmermann wird hierbei den Part „Krisenmanagement sowie Krisenkommunikation“ übernehmen.

06: **Sputnik**, eine bundesweit tätige Agentur für Medienarbeit mit Sitz in Münster, ruft das "**PR-Barometer Münsterland**" ins Leben. "Unser Ziel ist es, einen umfassenden Einblick in die Kommunikationsaktivitäten der Unternehmen in der Region zu gewinnen", sagt Geschäftsführer Maik Porsch. Bis zum 31. März werden Verantwortliche für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen ab einer Größe von 50 Mitarbeitern online sowie per Fragebogen um Auskunft gebeten. Die Veröffentlichung der Ergebnisse ist für Mitte Mai geplant.

07: Die aktuelle **Nachhaltigkeitsbilanz 2003 bis 2007** belegt: **Henkel** (mit Hauptsitz in Düsseldorf) **ist vorbildlich in Sachen nachhaltiges und gesellschaftlich**

verantwortliches Wirtschaften aufgestellt. Und ökologisches und gesellschaftlich verantwortliches Handeln zahlen sich auch in ökonomischer Sicht aus. So sank in den letzten fünf Jahren der Energieverbrauch um 21 Prozent, der Wasserverbrauch um 15 Prozent und das Abfallaufkommen um 32 Prozent. Durch die Einsparungen beim Energieverbrauch konnten auch die damit verbundenen Kohlendioxid-Emissionen um 15 Prozent verringert werden. Die Arbeitsunfälle gingen in diesem Zeitraum sogar um 72 Prozent zurück. Gleichzeitig stiegen im selben Zeitraum die Umsätze um 39 Prozent und der Gewinn um 61 Prozent.

Medien

Studie über die Rezipienten von Corporate Blogs

Zusammenfassung: Guter Inhalt, Quellentransparenz und eine Kommentarfunktion sind primäre Einflussfaktoren für die Glaubwürdigkeit eines Corporate Blogs. Zu den Nutzungsmotiven für das Lesen von Firmen-Weblogs gehören v.a. die allgemeine Informationssuche sowie die Beobachtung einer Branche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (11.KW-08)

01: **Die meisten E-Mail-Newsletter verschwinden ungelesen im digitalen Papierkorb**. Dies geht aus dem neuesten Dr. Haffa & Partner Expert Call hervor. Die auf IT- und Hightech-Unternehmen spezialisierte Münchener Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat dafür etwa 70 Führungskräfte und Meinungsmacher befragt. Nur neun Prozent der Teilnehmer lesen sämtliche

eingehenden Newsletter. Immerhin jeder vierte Befragte ist ein "Totalverweigerer": 19 Prozent der Teilnehmer haben nicht einen einzigen Newsletter abonniert, sieben Prozent löschen die elektronischen Rundschreiben grundsätzlich ungelesen.

02: Der **6. Deutsche Hörfilmpreis** geht an die Hörfilmproduktion "Das wahre Leben".

Schirmherr Mario Adorf überreichte den Preis stellvertretend an Carl Bergengruen, Fernsehfilmchef des einreichenden Senders Südwestrundfunk (SWR), und gratulierte dem Regisseur Alain Gsponer sowie den Hauptdarstellern Katja Riemann, Hannah Herzsprung und Ulrich Noethen. Der Deutsche Hörfilmpreis wird seit 2002 vom Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband (DBSV) verliehen. Hörfilme ermöglichen es blinden und sehbehinderten Menschen, Filme als Ganzes wahrzunehmen und zu genießen.

03: Die **ComSat Media** in Dreieich hat unter der **Marke cms-gomex** eine innovative **Medienplattform** ins Netz gestellt, bei der Redakteure nachrichtliche Übertragungen und Videomaterial erstmals online editieren, downloaden und zu einer Meldung verarbeiten können. Der damit verbundene Zeitgewinn für Unternehmen und Medien ist enorm. Live-Events wie beispielsweise Pressekonferenzen, Präsentationen oder Messe-Veranstaltungen lassen sich am PC-Monitor in Realzeit verfolgen. Dabei kann der Redakteur auf Basis des Timecodes die gewünschten Szenen sofort nach deren Ende schneiden und downloaden. Aktuelle Footage-Bilder werden parallel zur Verfügung gestellt, ebenfalls zum online Schneiden und Herunterladen.

04: Der **WDR wird dem WAZ-Nachrichtenportal "DerWesten.de" künftig über eine Lizenz regionale Radio- und Fernsehbeiträge zur Verfügung stellen**. Damit ist die erste Online-Kooperation eines

Verlagshauses und einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt in Deutschland perfekt - und weitere dürften in den kommenden Wochen und Monaten wohl folgen. Das Kooperationsmodell sieht vor, dass der WDR seine Magazinbeiträge aus Sendungen wie der "Aktuellen Stunde" oder der "Lokalzeit" rund eine Stunde nach Ausstrahlung in die WDR-Mediathek einstellt und parallel dazu auch dem Portal DerWesten.de bereitstellt.

05: **Business Wire**, weltweiter Dienstleister zur Verbreitung von Pflicht- und Pressemeldungen, **wird seine Nachrichten ab sofort auf der europäischen Website der NYSE Euronext (www.euronext.com) integrieren**. Börsennotierte Unternehmen aus Europa erhalten dadurch eine zusätzliche öffentliche Plattform zur Publizität von Unternehmensmeldungen. Die über Business Wire verbreiteten Pflichtmeldungen in französischer, englischer und niederländischer Sprache sind ab sofort unter der Rubrik „Company News“ der NYSE Euronext zu finden.

06: Die **Beliebtheit der öffentlich-rechtlichen Radiosender bei den Hörerinnen und Hörern ist ungebrochen**. Laut Media-Analyse 2008 hörten im letzten Jahr an jedem Wochentag durchschnittlich 33,6 Millionen Menschen eines der rund 60 öffentlich-rechtlichen Radios. Die private Konkurrenz mit ihren über 200 Stationen kam dagegen nur auf über 28,8 Millionen. Gegenüber 2006 haben sich die Zahlen um 0,1 bzw. 0,4 Prozent verschlechtert. Für die Media-Analyse wurden 64.000 Menschen nach ihren beliebtesten Sendern gefragt.

07: Der **Kommunikationsverband** läutet die **Ausschreibung zur 28. Klappe** ein. Ein Jahr nach dem Comeback wurde der Wettbewerb auf zwölf Disziplinen erweitert. Noch bis zum 1. Mai können Arbeiten zu dem Bewegtbild-Kreativwettbewerb eingereicht werden. Zu den neuen Kategorien gehören Regie, Script, Kamera, Schnitt, Sounddesign und Trailer Animation. Darüber hinaus wurde der Wettbewerb um einen Nachwuchspreis

erweitert, der erstmals in Kooperation mit dem Young Director Award der Cannes-Filmfestspiele ausgeschrieben wird. Infos: www.dieklappe.de.

08: Erneut rügt Presserat im März 2008 drei Zeitschriften wegen Schleichwerbung. Gerügt wurde die Zeitschrift "Für Sie" wegen eines Verstoßes gegen den in Ziffer 7 Pressekodex definierten Grundsatz der klaren Trennung von Werbung und Redaktion. Ebenso wie "Gong" (WAZ-Gruppe) und "In" (Klambt). Die "Marburger Neue Presse" erhielt eine nichtöffentliche Rüge wegen Verstoßes gegen die Sorgfaltspflicht.

Services + Tipps

Karrierekiller Internet

Immer mehr Headhunter und Personalchefs prüfen mit Hilfe von Suchmaschinen die Profile potenzieller Bewerber. Wer im Web unvorsichtig ist, kann seinen Traumjob unter Umständen schnell abhaken. Denn jeder hinterlässt Spuren, das Netz vergisst nichts. Unterdessen gibt es aber Möglichkeiten, dem Karrierekiller Internet zu begegnen.

Den Artikel von Ariane Breyer, ddp in managermagazin.de vom 12. März [hier online weiterlesen](#).

Service compact (7) (11.KW-08)

01: Unseriöse Telefonwerbung wird stärker bestraft. Zeitschriften-Abo-Verkauf am Telefon wird für Verlage deutlich schwieriger, wenn spätestens Ende 2008 ein neues Gesetz gegen unlautere Telefonwerbung in Kraft tritt. Ungewollte Anrufe werden höher bestraft. Telefonisch bestellte Abos für Zeitungen und Illustrierte können ohne Angaben von Gründen

widerrufen werden. Darauf haben sich Justizministerin Brigitte Zypries (SPD) und Verbraucherminister Horst Seehofer (CSU) geeinigt. Bis zu 50.000 Euro Strafe drohen für ungebetene Anrufe bei Privatpersonen, 10.000 Euro Bußgeld für Anrufe mit unterdrückten Rufnummern.

02: Sechs Millionen Deutsche arbeiten nach Darstellung des Europäischen Gewerkschaftsbunds (EGB) für einen Bruttolohn von maximal sechs Euro pro Stunde. "Der Exportweltmeister Deutschland ist eines der Länder, das besonders stark vom Problem der Armutslöhne betroffen ist", sagte EGB-Experte Ronald Janssen am 12. März in Brüssel. Demnach bekämen in West-Deutschland Niedriglohn-Arbeiter 6,86 Euro pro Stunde, im Osten 4,86 Euro. Der mittlere Stundenlohn eines Industriearbeiters liege mit rund 25 Euro viel höher.

03: Die Beschäftigten in Deutschland haben sich 2007 erstmals seit Jahren wieder häufiger krankgemeldet. So stieg der Krankenstand bei den 9,5 Millionen AOK-Versicherten Arbeitnehmern von 4,2 Prozent auf 4,5 Prozent, wie das Wissenschaftliche Institut der AOK (Wido) am 10. März in Bonn berichtete. Im Schnitt waren die Arbeitnehmer 16,3 Kalendertage krankgeschrieben, 2006 waren es noch 15,4 Tage. Damit stieg die Zahl der krankheitsbedingt ausgefallenen Arbeitstage um 5,5 Prozent.

04: Trusted Brands 2008: Nivea bleibt Marke Nr. 1. 84 Prozent der deutschen Bevölkerung bleiben bei ihren bewährten Produkten, auch über Jahre. Nur ein Viertel testet auch neue Marken. Traditionsunternehmen wie Nivea genießen weiterhin, nicht nur auf nationaler, sondern sogar auf internationaler Ebene, hohes Ansehen. Bereits zum vierten Mal konnte sich der Klassiker in allen 16 europäischen Ländern auf Platz eins beweisen. Auch die Kreditkarte Visa und Canon konnten in 14 bzw. 13 Ländern diesen Erfolg verzeichnen. Die Studie ist kostenlos erhältlich unter www.readersdigest.de.

05: Das "**Deutsche Markenlexikon**", herausgegeben von Florian Langenscheidt, ist ab sofort für 98 Euro **im Handel erhältlich**. Der „Brockhaus der Marken“ präsentiert auf über 1.200 Seiten mehr als 1.500 Marken. Es handelt es sich um das erste Lexikon dieser Art in Deutschland und wird vom Wirtschaftsverlag Gabler (Wiesbaden) vertrieben.

06: **Ab sofort ist "Change 2.0: Beyond Organisational Transformation" im Buchhandel erhältlich**. Der Sammelband in englischer Sprache bietet anhand von Praxisbeispielen einen aktuellen Überblick über den Forschungsstand im Bereich Change Management und zeigt die Bedeutung von Kommunikation in Veränderungsprozessen auf. Herausgeber des im Springer-Verlag erschienenen Buchs sind Joachim Klewes, Senior Partner Pleon, sowie Ralf Langen, Partner und Practice Leader Pleon. Weitere Informationen zum Thema Change Kommunikation und ein Interview mit den Herausgebern auf www.pleon.com.

07: Buch-Neuerscheinung: "**Mindbombs. Was Werbung und PR von Greenpeace & Co. lernen können**" (Die Strategien erfolgreicher Kampagnen) von Martin Ludwig Hofmann, Geschäftsführer der Freiburger Agentur Schleiner & Partner Kommunikation. Erschienen im Wilhelm Fink Verlag, 2008, ISBN 978-3-7705-4577-3, Preis: 19,90 Euro. Hinter dem martialisch klingenden Begriff im Buchtitel verbirgt sich ein Kampagnenkonzept, das ursprünglich von den beiden Greenpeace-Gründern Bob Hunter und Rex Weyler entwickelt wurde – und das inzwischen auch in der kommerziellen Werbung und PR Erfolge feiert.

Tagungen - Seminare - Ausbildung

Einfach Frage, komplizierte Antwort: Was ist Corporate Social Responsibility?

Was ist CSR? Sie wissen es bereits ganz genau? Dann hätten Sie sich auf dem Globalen Wirtschafts- und Ethikforum in Berlin überraschen lassen können. Am 11. März trafen sich rund 200 Teilnehmer, um die verschiedenen Facetten des Themas Corporate Social Responsibility zu beleuchten. Im Mittelpunkt des Kongresses, der von den Zeitschriften "politik & kommunikation" und "pressesprecher" veranstaltet wurde, stand der Erfahrungsaustausch zwischen Politik, Medien und Unternehmen. Mehr als 60 prominente Referenten von Innenminister Wolfgang Schäuble über SPD-Geschäftsführer Hubertus Heil bis Welt-Chefredakteur Christoph Keese präsentierten ihre Sicht auf das Verhältnis von Wirtschaft, Staat und Gesellschaft im 21. Jahrhundert. Die Frage, wie eine bessere gesellschaftliche Anerkennung des Engagements von sozialer Verantwortung von Unternehmen erreicht werden könne, gewann durch die aktuellen Fälle von Nokia & Co. zusätzlich an Dynamik.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (5) (11.KW-08)

01: Die Journalisten-Akademie der Friedrich-Ebert-Stiftung veranstaltet am 2. April in Bonn das "**Bonner Medienforum 2008**" zum Thema: "**Journalismus und PR - zwei Welten?**". Infos: www.fes.de/journalistenakademie.

02: **In diesem Jahr können sich erneut Vereine, Verbände und Institutionen aus dem Non-Profit Bereich für ein PR-Konzept bei der BAW bewerben.** Studenten des Münchner Instituts aus

dem Studiengang Public Relations werden ab Juni zwei Monate lang ein auf die Organisation passendes Konzept im Wert von 10.000 Euro erarbeiten. Nähere Details zur Vergabe des PR-Konzeptes bekommen interessierte Institutionen bei PR-Studienmanagerin Sabine Büchner unter Telefon 089/480909-55 oder Email sb@baw-online.de. **Für die Bewerbung ist** lediglich ein Unternehmensprofil sowie eine kurze Begründung notwendig, warum gerade ihre Organisation das PR-Konzept benötigt. Einsendeschluss ist der 30. April 2008.

03: Das Fernsehen bietet als reichweitenstarkes Medium eine wichtige Plattform für die Pressearbeit von Unternehmen und PR-Agenturen. Dieses Thema vermittelt der **media workshop "Pressearbeit mit Fernsehsendern"** am 1. und 2. April in Köln. Die dpa-Tochter news aktuell hat dieses Seminar in Kooperation mit der RTL Journalistenschule konzipiert. Weitere Informationen unter: <http://mediaworkshop.newsaktuell.de/workshop.htm?id=952>.

04: In einem dreitägigen **CP-Kompakttraining PR W8** zeigt die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts., wie Unternehmen ihre Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften mit oder ohne Dienstleister erfolgreich gestalten können. Termine und weitere Infos: www.afk-online.com.

05: Am 17. und 18. Juni 2008 finden sich Experten aus Wirtschaft und Politik sowie Anwender und Anbieter zum 16. Mal zum **Deutschen Multimedia Kongress - DMMK Digitale Wirtschaft** in Berlin ein. Diskutieren Sie mit Vertretern der Branche die neuesten Trends und Herausforderungen der interaktiven Medien und sichern Sie sich eine Eintrittskarte unter www.dmmk.de. Erstmals wird der DMMK Digitale Wirtschaft mit einem Warm-Up am Vortag des eigentlichen Kongresstages eingeläutet. Hier spielen vor allem die Themen Intranet 2.0,

Employer Branding und die Besonderheiten mobiler Anwendungen eine tragende Rolle.

Pfeffer & Salz & Senf

Telefonwerber im Visier des Verbraucherschutzes

Von Roland Kühl-v.Puttkamer im "werbeblogger"

Bußgelder bis zu 50.000 Euro seien geplant, wenn sich Call-Center mit ihren Aktivitäten nicht nach bereits geltendem Recht verhalten. Auch das Unterdrücken der Rufnummer soll mit bis zu 10.000 Euro geahndet werden. Volker Nickel vom ZAW in Berlin hält die Verschärfung der Regeln für überzogen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zerstört der Superkapitalismus die Demokratie?

... titelt das "manager magazin" in der Märzausgabe. "Beim Lesen rieb ich mir ungläubig die Augen", schreibt Daniel Krolzik (Student an der Universität Leipzig) am 5. März im media-coffee-blog. Und weiter: "Da scheint eine Menge Arbeit und Verantwortung auf die Kommunikatoren dieses Landes zu zukommen – nicht nur in der Kommunikation nach außen, sondern wohl vor allem in ihre Organisationen hinein."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

10. Mail aus Manhattan: Vom Vergnügen, die US-Wahl hautnah mitzuerleben



von unserer USA-Korrespondentin **Frauke Scheben**, New York, Deussen Global Communications
Nach fast 20 Monaten in Manhattan, meinem neuen Zuhause, hat meine Faszination über die Lebendigkeit,

Schnelligkeit und antreibende Enge dieser Stadt nicht gemindert. 1,5 Millionen New Yorker leben auf dieser kleinen Insel zwischen Harlem River, North und Hudson Rivers. Das sind 45.000 Einwohner pro Quadratkilometer! Und trotzdem schaffe ich es, jemandem auf der Straße oder in der U-Bahn zu begegnen, den ich kenne. Mittlerweile bin ich fest angestellt bei Deussen Global Communications, wurde befördert und arbeite nun als Assistant Account Executive mit und für unsere Wein Kunden: Laurent-Perrier Champagner, Kluge Estate aus Virginia, Bodega Norton aus Argentinien und den Verbund der Weingüter auf Long Island. Die Arbeit macht Spaß und wird nicht zur Routine, denn in diesem Gewerbe und in dieser Stadt kommt einfach keine Langeweile auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Medien in der Kommunikation - nach dem Web 2.0-Hype



Von **Nils Repke**, Marketing/Kommunikation bei **Fink & Fuchs Public Relations AG**, Wiesbaden

Auf der Hype-Kurve des IT-Research- und Beratungsunternehmens Gartner hat das Thema

Web 2.0 den Höhepunkt überschritten und befindet sich gegenwärtig in der Konsolidierungsphase. Auch die Diskussion um den Einsatz neuer Medien in der Kommunikationsarbeit hat sich indes abgekühlt und die Themen werden nun kritischer beleuchtet. So auch auf dem letzten Fink & Fuchs PR-Pulse in München, wo Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig, Stephan Becker-Sonnenschein, o2 Germany, und Hans-Jürgen Jakobs, Süddeutsche Zeitung Online, mit Stephan Fink, Fink & Fuchs PR, den Nutzen neuer Medienkanäle und -plattformen für die PR-Arbeit und deren Einfluss auf das Mediennutzungsverhalten diskutierten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die Welt ein wenig gerechter machen - Thema "corporate social responsibility"



von **Silvia Holten**, Pressesprecherin **World Vision Deutschland**, Friedrichsdorf

„Please, Mister, promise not to forget!“ Diese Bitte eines kleinen Mädchens, einer ehemaligen

Kindersoldatin in Nord-Uganda, haben Wolfgang Niedecken, bekannter Sänger der Rockgruppe BAP und Manfred Hell, CEO und Mitinhaber von Jack Wolfskin nicht vergessen.

Gemeinsam mit World Vision haben sie im Distrikt Pader im Norden Ugandas ein Projekt gestartet. Ehemalige Kindersoldaten und anderen vom Krieg betroffenen Kindern soll geholfen werden, wieder ins „normale“ Leben zurückzufinden. Insbesondere die ehemaligen Kindersoldaten sind schwer traumatisiert und werden von ihren Familien nicht mehr aufgenommen, da sie oft ihre eigenen Verwandten auf brutalste Weise quälen und töten mussten. Im Projekt „rebound“, was sinngemäß mit neu gebunden übersetzt werden kann, sollen die Jungen und Mädchen als Näherinnen, Schreiner oder Fahrradmechaniker ausgebildet werden, um

ihnen so eine Grundlage für ihr Zukunft zu geben. Viele der Kinder konnten wegen des Krieges die Schule nicht zu Ende machen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Frauen und Gehälter: Eine Krise der Chefetagen

Wieso lassen sich Vorgesetzte so leicht von männlichem Imponiergehabe beeindrucken? Gerade weil sie keine Angeber sind, hätten Frauen mehr Fairness verdient. Die immer noch bestehende Diskrepanz zwischen den Einkommen männlicher und weiblicher Arbeitnehmer in Deutschland ist, wie man den jüngsten Studien hierzu entnehmen kann, erschreckend. Frauen verdienen bei gleicher Tätigkeit bis zu 25 Prozent weniger Gehalt als Männer. In den meisten EU-Ländern ist diese Differenz geringer. Das ist wenig erfreulich. Noch unerfreulicher jedoch ist die gerne mitgelieferte Begründung: Die Frauen sind selbst daran schuld!

Den Artikel von Tanja Dückers in ZEITonline vom 11. März [hier weiterlesen](#).

Nahaufnahme Heumann: Strategin mit Grazie

Die oberste Planerin der Hamburger Werbeagentur Jung von Matt ist die einzige Frau im Vorstand. Karen Heumann ist ein Star ihrer Branche. Dennoch gilt die 42-Jährige als feminin, charmant und frei von Allüren. Die mächtigste Werberin Deutschlands fläzt sich in der Sofaecke, eingekuschelt in eine hochgeschlossene Strickjacke und nestelt am

Reißverschluss unter ihrem Kinn. Abwechselnd fixiert Karen Heumann ihre Mitarbeiter beim Rapport. Es ist Montagmorgen, die 13 Planner berichten über den Status der Aufträge mit wichtigen Kunden, vom Kerngeschäft der Agentur also - und die Chefstrategin von Jung von Matt wirkt so entspannt wie eine Katze am Kachelofen. *Den Artikel von Annette Bruhns in SpiegelWissen [hier online weiterlesen](#).*

Jobangebote

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer Jobbörse stehenden Gesuche und Angebote.

Gesuche

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 24 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Agenturen

[PR-Assistent/in - Office Manager/in \(m/w\) gesucht](#)

[Projektmanager/in Corporate Publishing gesucht](#)

Klenk & Hoursch sucht Consultants und Senior Consultants

PR-Redakteur(in) Großraum Karlsruhe

Way to Blue sucht Junior PR Manager (m/w)

Junior-Berater/in für Marketing- und Kommunikationsberatung gesucht (Berlin)

fischerAppelt, profiling sucht Senior Consultant (m/w)

cayenne sucht PR-Berater/-in

Akima Media sucht Agenturprofi, Texter und Junior-PR-Berater (m/w) in München

Weber Shandwick sucht PR-Berater für den Bereich Brand / Consumer (w/m)

Weber Shandwick Hamburg bietet Chance für Senior Berater Digital Lifestyle (w/m)

PR-Seniorberater/in, PR-Berater/in, PR-Juniorberater/in, Office-Manager/in gesucht

Projektleiter/in Text gesucht

fischerAppelt, ziegler sucht Berater (m/w) Finanzkommunikation für den Standort Frankfurt

Assistent (w/m) Marketing Communications bei Molthan van Loon

Münchner Kommunikations-Agentur sucht engagierten Junior-Berater

Juniorberater/in bei Gianni PR

crossrelations such PR-Consultant

rheinfaktor sucht PR-Berater/in

München: PR-Berater/in für Travel/Tourism gesucht!

Profil Marketing sucht PR-Berater (m/w)

Behörden (Öffentl.Dienst)

Referent/in für Zielgruppen-Kommunikation

Unternehmen

PR-Verantwortlicher (m/w) Kosmetik/Körperpflege bzw. Waschmittel International

Redakteur/in Kundenmagazin gesucht

Referent/in Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Standort Karlsruhe

Referent m/w Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Junior PR and Event Manager (F/M)

Referent Interne Kommunikation (m/w) gesucht

Freelancer

Blattmacherin sucht CP-Projekte oder Mitarbeit

Kunden fesseln statt nur binden!

Kommunikation für Finanzdienstleister

Unterm Strich mehr als Text

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 17. März 2008 - 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.484 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]t-online.de), Neuwied.

Ständige Kommentatoren:

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frau.scheben[at]gmx.de).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)177 799.11.74

E-Mail:

redaktion[at]pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL:

www.pr-journal.de, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch, www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.