

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 164 / 28. + 29. KW 2008

Hinweise: Bitte prüfen Sie Ihren **Presseverteiler**. Sollten Sie das "PR-Journal" wider Erwarten noch nicht dabei haben, bitte für Online-Zusendungen nur die Adresse redaktion@pr-journal.de verwenden. Alle anderen, die uns schon drin haben - bitte **ggf. korrigieren**. Damit wird die redaktionelle Auswertung gesichert.

Bei uns (in NRW) haben wir nun die **Sommer-Ferienzeit**. Bis Ende August erscheint unser **Newsletter** deshalb wie gewohnt **alle zwei Wochen**. Aktuelle Meldungen finden Sie selbstverständlich stets auf unserer Homepage.

Seite 1

PR-Ethikrat fordert von com+plus Bekenntnis zu PR-Codices - com+plus antwortet

Wenn das nur kein Rohrkrepierer für den DRPR und die PR-Branche wird. Denn: die Vorwürfe gegen die Professoren Klaus Merten und Klaus Kocks sind nicht neu. Diese haben ihre Meinung schon seit einigen Jahren mehrfach öffentlich vertreten und publiziert. Und die DPRG hat die (Curricula der) Lehrgänge des Münsteraner Seminaranbieters geprüft und für gut befunden. Merten war damals beim Berufsverband noch wohlgekommen und hatte die Regeln für die Zertifizierung maßgeblich mit erarbeitet. Wenn die Professorenäußerungen gegen

Standesregeln verstoßen, sollte man gegen die Verursacher vorgehen und nicht eventuell geschäftsschädigende Ankündigungen gegen ein Institut verbunden mit Sippenhaft veröffentlichen. - fff-

P.S.: Der von com+plus beauftragte Rechtsanwalt verlangt nun vom DRPR eine entsprechende Unterlassungserklärung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internet nimmt klassischen Medien weiter Marktanteile ab

Allensbach hat das Informationsverhalten der Menschen im Zeitablauf untersucht. Wenig überraschend, aber dennoch sehr brisant, ist die Deutlichkeit, mit der das Internet den Printmedien den Rang als Informationsmedium ablauft. Vor allem bei jungen Menschen zwischen 20 und 29 Jahren ist die Entwicklung der vergangenen neun Jahre sehr deutlich abzulesen. "Netzökonom" Holger Schmidt beschreibt und analysiert die Internet-Wirtschaft, in der es spannend wie nie zugeht. Hier in der F.A.Z.-Community [online weiterlesen](#).

Studie: Einstellung deutscher Journalisten zum Web 2.0

Die PR-Agentur vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch, Unterschleißheim, spezialisiert auf Technologie-PR in Deutschland, Österreich und der Schweiz, stellt die Ergebnisse einer Journalistenbefragung zum Thema Web 2.0



vor. Im Auftrag von Oracle Deutschland befragte die Agentur im Mai 2008 deutsche Journalisten von IT-Fachmedien, Tageszeitungen, Online-Medien und Rundfunk zu ihrer Erfahrung und Meinung in Bezug auf Web 2.0. Die veröffentlichte Kurzfassung der Analyse basiert auf einer Stichprobe von 82 Antworten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Aufgeklärte Kunden zwingen Unternehmen zum Umdenken

Das Phänomen des emanzipierten Kunden gewinnt im Zeitalter von Digitalisierung und Web 2.0 für Unternehmen immer mehr an Bedeutung und macht ein Überdenken der bisherigen Unternehmensstrukturen notwendig. Während derzeit erst 17 Prozent der Unternehmen der neuen Macht der Kunden eine hohe bis sehr hohe Bedeutung beimessen, wird die „Customer Energy“ bis 2015 bereits für drei Viertel der Unternehmen zum kritischen Erfolgsfaktor. Unternehmen, denen es nicht gelingt, Kunden in ihre Geschäftsprozesse zu integrieren, müssen bis 2015 mit Umsatzeinbußen von bis zu 16 Prozent rechnen. Dies geht aus einer internationalen Studie der Top-Managementberatung A.T. Kearney hervor, für die gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut IPSOS branchenübergreifend 3.000 Verbraucher sowie Unternehmen befragt wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Harnischfeger steigt aus dem gelben Wagen aus

Manfred Harnischfeger, beinahe 64, gibt spätestens im Juni 2009, wenige Tage vor seinem 65. Geburtstag, seine Position als Leiter Unternehmenskommunikation der Deutschen Post auf - die Unternehmensberatung Zehnder fahndet nach einem Nachfolger. Da der zweite Post-Mann Martin Dopychai bereits signalisiert hat, dass er nicht antritt, wird der Mann, der künftig an oberster Stelle ins Posthorn bläst, wohl von außen kommen. Sollte der bald verfügbar sein, würde Harnischfeger frühestens Ende des Jahres die Post-Zügel loslassen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Uli Kuhn wird neue Geschäftsführerin bei Hill & Knowlton

Mit Wirkung vom 1. August wird Uli Kuhn zur Geschäftsführerin bei Hill & Knowlton Communications berufen. In dieser Position wird sie künftig den Bereich Marketing Communications verantworten. Sie bildet zusammen mit **Detlev Geiger** (Chairman und Geschäftsführer Frankfurt), **Jens Krämer** (Geschäftsführer Berlin), **Jan Gustavsson** (CFO) und **Markus Hermsen** (Geschäftsführer HWP) das Management-Team von Hill & Knowlton in Deutschland. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)




Jetzt noch besser. Jetzt testen:
Das AUSSCHNITT-Portal!



Personalien compact (28) (28.+29.KW-08)

01: **Wolfgang Kuffner** (36), bislang zuständig für Sponsoring, Events und Messen, ist bei Erdinger Weißbräu zum Marketing-Leiter aufgestiegen. Mit der Gesamtleitung des Marketings übernimmt er auch den Bereich Marketing-Kommunikation und Produktmanagement, für den bisher **Hendrik Knebel** verantwortlich zeichnete. Knebel wechselt als Geschäftsführer für strategische Markenführung zur Agentur Die Melchers Werbung, Witten. Nachfolger Kuffners für den Bereich Sponsoring, Events und Messen ist **Florian Sosna** (31). Er ist seit 2004 bei Erdinger Weißbräu und leitete bisher verschiedene Sponsoringprojekte und Events.

02: Seit Anfang Juli 2008 wird das Team von Marchsreiter Communications durch **Adam Smieja** (21) und **Andreas Spies** (22) verstärkt. Smieja arbeitet als PR-Trainee und war zuvor beim Online-Magazin Spieletester.com anfänglich als Redakteur sowie später als Chefredakteur tätig. Andreas Spies unterstützt die Agentur als PR-Praktikant. Er war als freier Mitarbeiter für Online-Magazine wie gameswelt.com, gamigo.de und gamona.de tätig.

03: wbpr Public Relations (GPRA) in Potsdam erweitert das Führungsteam mit **Sylke Reiter** (33) - sie wurde mit Wirkung zum 01. Juli zur Geschäftsführerin bestellt. Die erfahrene

Kommunikationsfrau kam 1998 zu wbpr und ist seit 2003 Mitglied der Geschäftsleitung. Reiter ist die einzige Frau im aktuellen Management-Team der wbpr-Gruppe und erst kürzlich ebenfalls Mitgesellschafterin des Potsdamer Büros geworden.

04: Der Corporate-Publishing-Verlag Medienfabrik Gütersloh eröffnet ein eigenes Büro in München. Leiter der Niederlassung wird **Rainer Hahn**, bislang Mitglied der Geschäftsleitung bei der Süddeutscher Verlag Onpact GmbH.

05: **Frank Hopstein**, seit zwei Jahren zuständig für die gesamte Unternehmenskommunikation von Lerros Moden, verlässt das Unternehmen aus Neuss zum 30. September. Hopsteins Ziel ist noch unbekannt, er will der Modebranche aber treu bleiben. Für Hopstein sucht Lerros zunächst keinen Nachfolger, die Arbeit teilen die Mitarbeiter unter sich auf. Auch an der Agenturbeziehung des Kunden dürfte sich so schnell nichts ändern: Lerros arbeitet seit dem Frühjahr mit den Wunderknaben aus Erkrath zusammen.

06: Freudl & Friends aus Karlsruhe hat sein Team ergänzt: seit Anfang Juli bringt **Annegret Junger** neue Ideen und zusätzlichen frischen Wind in die Aktivitäten der Kommunikationsagentur.

07: Neue Struktur bei w&p Wilde & Partner Public Relations : Das Team „Destinationen“ wird seit April 2008 von **Nadine Rothe** geleitet, im Team „Luftfahrt“ zeichnet **Markus Schlichenmaier**

PMG · Presse-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!

ebenfalls seit April 2008 verantwortlich und das Team „Hotellerie“ übernahm Anfang Juni 2008 **Silvia Unger**. Das Team „Reisemanagement und Verkehr“ bleibt weiterhin in den Händen von **Nicola Vogt**, seit Januar 2008 Mit-Geschäftsführerin der Agentur.

08: **Clemens Hoh**, der Senior-Berater der Euro RSCG ABC Frankfurt ist inhouse bei Twentieth Century Fox Home Entertainment für die Brand und Corporate Publicity verantwortlich. Hoh koordiniert alle PR-Aktivitäten in enger Zusammenarbeit mit den Marketing Managern und dem Team der Frankfurter Agentur. Hoh verfügt über mehr als zehn Jahre Erfahrung im Bereich Brand-PR und Eventmanagement.

09: **Nicole Henkel** (33) verstärkt seit dem 1. Juli die Unternehmenskommunikation der E.ON AG in Düsseldorf als Referentin Issues Management. Sie ist mit zuständig für den Aufbau eines E.ON weiten Issues Management (IM) Prozesses, sowie die internationale Prozesskoordination IM. Zuletzt betreute Henkel als Seniorberaterin bei der Agentur vom Hoff in Düsseldorf Großkunden aus dem Bereich Chemie.

10.: ProSieben-Sprecher **Patrick Kügle** (30) geht am 1. August zur neugegründeten ProSieben-Produktionstochter Red Seven **Entertainment**, die von **Jobst Benthues** geleitet wird. Seit April 2005 war Kügle für die Programmkommunikation bei ProSieben verantwortlich. In seiner neuen Position betreut

er zukünftig die Bereiche "Clip-Show" und Künstlermanagement.

11: **Claudia Delorme** (44) leitet ab sofort die Imagekommunikation und das Style Consulting des Modelabels comma. Delorme kommt aus der Verlagsbranche. Sie betreute zuvor als stellvertretende Chefredakteurin den Relaunch des Burda-Modemagazins "Amica". Von 2000 bis 2005 arbeitete sie als Fashion Director für "Glamour".

12: Neben Gründer und Inhaber **Karl-Heinz Schulz** wird sich ab sofort auch **Bernhard Dietz** um die Führung von Mandelkern Management & Kommunikation e.K. mit zehn Mitarbeitern kümmern. Dietz kommt von SWK Semnar & Wolf Kommunikation GmbH und bringt Erfahrungen sowohl mit DAX 30-Unternehmen, als auch mit mittelständischen Kunden, sowie öffentlichen Auftraggebern mit.

13: **Oliver Klug** verstärkt das Beraterteam der Hamburger PR-Agentur a+o. Er leitet die Etats der a+o-Kunden Google Germany und targa.tv und betreut das Solartechnologie-Unternehmen Nanosolar. Zu seinen Aufgaben zählen neben der klassischen Medienarbeit im B2C- und B2B-Bereich unter anderem die Entwicklung von PR-Strategien sowie die Konzeption von Events und Promotions. Der 32-Jährige kommt von der Faktenkontor GmbH, wo er als PR-Berater mit Schwerpunkt in den Bereichen ITK und Consulting tätig.

14: **Silke Scheiderbauer** (33) ergänzt das Team Reisemanagement & Verkehr der Münchner PR-

PMG · Presse-Monitor®



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!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

Agentur Wilde & Partner. Die Diplom-Geografin sammelt PR- und Marketing-Kenntnisse während ihrer achtjährigen Tätigkeit als Touristik-Managerin der Stadt Giengen a.d. Brenz.

15: Bei der Flughafen Berlin Schönefeld leitet **Till Bunse** (37) ab 1. Oktober Marketing und Öffentlichkeitsarbeit und **Ralf Kunkel** (39) die Pressestelle. Bunse war zuletzt bei Germanwings für die Beziehungen zwischen Fluggesellschaft und Flughäfen verantwortlich. Kunkel war bisher Leiter des Presseteams. Hintergrund der Umstrukturierung: Der Ressortleiter Marketing und Unternehmenskommunikation, **Burkhard Kieker**, verließ das Unternehmen in Richtung Berliner Tourismus Marketing.

16: **Christina Metzger** (30) startet ein Traineeship im Bereich Marketing und Public Relations bei dmc digital media center in Stuttgart.

17: **Stefanie Nienhaus** verstärkt jetzt das Beraterteam der PR-Agentur Brandzeichen - Markenberatung und Kommunikation in Düsseldorf.

18: **Christine Thieleke** wechselt von com+plus in Münster ins Presseteam von Wyeth Pharma, ebenfalls in Münster. **Jochen Voß**, stellv. Geschäftsführer, übernimmt ihre bisherigen Funktionen (PR-Managerin und Dozentin) beim Seminaranbieter.

19: **Markus Pichler** (39), Vorstand Marketing und Öffentlichkeitsarbeit von McDonald's Deutschland in München scheidet aus und geht zurück in seine österreichische Heimat.

20: **Michael Praeger** (35) leitet jetzt die Kommunikation für den Industriekonzern Eaton in Morgens/Schweiz. Er kommt vom Autozulieferer Tenneco.

21: **Christoph Hermes** (41) wechselt von der Warsteiner Brauerei als Sprecher der CDU-Landtagsfraktion nach Stuttgart. Vorgänger **Hans Klöppner** (65) geht in den Ruhestand.

22: Senior Partner **Rob Flaherty** wird neuer Präsident des internationalen Netzwerks von Ketchum in New York. Er berichtet an CEO **Raymond L. Kotcher**.

23: **Mark Dober**, Managing Director, Strategic Communications bei APCO Worldwide wurde auf der Galaveranstaltung von Public Affairs News als "2008 European Consultant of the Year" ausgezeichnet. Als erster Mitarbeiter von APCO in Europa war Mark Dober für den Aufbau des 1995 eröffneten Brüsseler Büros verantwortlich.

24: Pleon Event + Sponsoring befördert **Matthias Holst** zum Group Head im Event-Bereich. Der 34-jährige Diplom-Kaufmann verantwortet ein sechsköpfiges Team und betreut das Key Account Management für die Kunden Deutsche Postbank AG, Deutsche Post World Net, Forschungszentrum Jülich und Telanx AG. Im Sponsoring-Bereich steigt **Steffen Schöler** zum Projektleiter auf. Der Sportwissenschaftler betreut vornehmlich Projekte für Kunden wie Deutsche Post World Net, Aareal Bank und DHL.

25: Die Hörfunk-PR & Audio-Produktion point of listening, Leipzig, engagiert **Verena Venjakob** als Kundenberaterin. Die Marketing- und Kommunikationswirtin arbeitete vorher im Marketing & Sales der Berliner Ambermedia GmbH.

26: **Verena Köttker** (35), Chefreporterin der "Bild", wird Anfang August Leiterin der Unternehmenskommunikation von Interseroh, Recycling-Dienstleister und Sekundärrohstoff-Händler in Köln.

27: **Miriam Nuschke** (27) arbeitet jetzt als Volontärin bei der PR- und Werbeagentur Laub & Partner in Hamburg.

28: **Lars Riebartsch** (41) wechselt in Düsseldorf von Grey als Head of Creation zu Dörfer/Partner Kommunikations-Gesellschaft.

Etats

Maisberger bringt Verbandsmagazin (BDS Bayern) UNUS auf Kurs

Die PR-Agentur Maisberger Whiteoaks begleitet das Verbandsmagazin UNUS des Bundes der Selbständigen Bayern e.V. inhaltlich und konzeptionell. Vier mal jährlich greift UNUS aktuelle Themen aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft auf. Das Maisberger Redaktionsteam um Dr. Alexander Pschera, Chefredakteur von UNUS und Geschäftsführer von Maisberger Whiteoaks, bereitet Hintergrundberichte, Kommentare und Interviews mit hoher Relevanz für Mittelstand, Regionalentwicklung, Kultur und Service auf.

UNUS ist ein Magazin für Selbständige und mittelständische Unternehmer in Bayern. Das offizielle Verbandsorgan wendet sich mit einer Auflage von 50.000 Exemplaren an die 20.000 Mitglieder des BDS Bayern und erreicht als wirtschaftspolitisches Magazin 30.000 weitere Vertreter der mittelständischen Wirtschaft im Freistaat. UNUS ist das strategische Kommunikationsorgan des BDS Bayern.

Auszeichnung für Pleon

Bei den 5. International Business Awards hat die Agentur Pleon den Preis als Beste PR-Agentur gewonnen. Die International Business Awards zeichnen weltweit und branchenübergreifend

herausragende Leistungen von Unternehmen und Personen in der Wirtschaft aus. Pleon setzte sich gegen mehr als 1.700 Bewerber aus rund 30 Ländern durch. Die Agentur erhielt die Auszeichnung für ihr ambitioniertes Wachstum seit der Gründung im Jahr 2004. Mit rund 400 Kunden und mehr als 1.000 Mitarbeitern habe sie sich seitdem zur größten PR-Agentur Europas entwickelt. [Vollständiger Artikel](#)

Etats compact (26) (28.+29.KW-08)

01: Roland Meinel Musikinstrumente GmbH & Co.KG, Gutenstetten
 an: **Kaltwasser Kommunikation**, Nürnberg

02: Goal4Africa Foundation, München
 an: **Fleishman-Hillard**, München und **Thamerus Public Relations**, Frankfurt (beide honorarfrei)

03: Thalasso Centrum im Ostseebad Damp
 an: **COMEO PR**, München

04: Spielwarenhersteller Hubelino, Berlin
 an: **K-MB**, Berlin

05: Austrian Airlines, Frankfurt am Main / Wien (A)
 an: **BZ.Comm**, Langen

06: Novabit Informationssysteme GmbH, Sauerlach
 an: **Schwartz Public Relations**, München

07: dastronauten.de von Netbridge.tv GmbH, Düsseldorf
 an: **cocodibu**, München

08: access AG , Köln
 an: **rheinfaktor**, Köln

09: The Search Works, München
 an: **Ketchum**, München

10: Image-PR für ROLAND Rechtsschutz, Köln
 an: **achtung! kommunikation**, Hamburg

11: Ristorante Portonovo, Hamburg
an: **AHUIS PR**, Hamburg

12: Pressearbeit für Marie Bäume und Jana Pallaske, beide in Hamburg
an: **Artist-Network**, Berlin

13: Hotel The Capital, London (GB)
an: **Tassilo Strobl International Consulting**, München

14: Telekommunikations-Dienstleister ancotel, Frankfurt am Main + snom technology, Berlin
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

15: Harman International, Bereich Professional und Consumer, Stamford, Connecticut/USA
an: **Trademark Consulting**, München

16: Caseking, Berlin
an: **swordfish pr**, München

17: Henkel, Düsseldorf (Pritt MyStyle-Korrekturroller)
an: **Mann beißt Hund**, Hamburg

18: optivel (Die Touristik Macher), Zürich + Düsseldorf
an: **PR4You**, Berlin

19: microfin Unternehmensberatung, Frankfurt am Main
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**, München

20: Telekurs PayNet (E-Rechnungs-Systeme), wo?
an: **Shephard Fox Communications**, Zürich

21: Personalberatung TreuenFels, Hamburg
an: **Agentur pr-office**, Hamburg

22: Bavaria Industriekapital, München + ESK Ceramics, Kempten
an: **Storymaker**, Tübingen

23: Vorwerk & Co., Wuppertal (125-jähriges Jubiläum)
an: **rheinfaktor - agentur für kommunikation**, Köln

24: Rheingau Gourmet & Wein Festival, Eltville-Hattenheim
an: **PR- und Marketing-Agentur Gourmet Connection**, Frankfurt am Main

25: FIS Franconian International School, Erlangen
an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

26: Kennametal (Werkzeitschrift "Kennametal World"), wo?
an: **Ketchum**, München

Branche

Deekeling gründet mit zwei Partnern eine neue Agentur: „The Counselors“

Drei Strategieberatungsunternehmen für Kommunikation im deutschsprachigen Europa, Hirzel. Neef. Schmid. Konsulenten in der Schweiz, Deekeling Arndt Advisors in Deutschland und Wolfgang Rosam Change Communications in Österreich haben gemeinsam The Counselors Hirzel. Rosam. Deekeling AG mit Sitz in Zürich gegründet. Das neue Unternehmen will die vielfältigen Erfahrungen in den Bereichen Public Affairs, Change Communications und Kapitalmarktkommunikation bündeln und die umfassende strategische Sichtweise von Kommunikation bei der Durchsetzung unternehmerischer Vorhaben länderübergreifend einsetzen.

Gala zum Deutschen PR-Preis 2008 und Jubiläumsfeier „50 Jahre DPRG“ im Wiesbadener Kurhaus

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG) und das F.A.Z.-Institut laden zur 38. Preisverleihung der höchsten Auszeichnungen der PR-Branche und zur Feier des 50jährigen DPRG Jubiläums ein. Über 500 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft werden dabei sein, wenn am 19. September 2008 der diesjährige Deutsche PR-Preis, der Deutsche Image-Award, der Preis für den Kommunikator des Jahres, der PR-Kopf 2008 und die Auszeichnung für die besten Absolventen der DPRG-Prüfungen vergeben werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schweizer PR-Etat 2007: 70 Mio. Franken

Die (Schweizer) Bundesverwaltung hat 2007 knapp 70 Millionen Franken für die Öffentlichkeitsarbeit ausgegeben. Je elf Millionen Franken wendeten die Departemente Calmy-Rey und Couchepin auf, bloss 3,5 Millionen das Justiz- und Polizeidepartement. Auf Vollzeitstellen umgerechnet waren 237 Personen in Information und Public Relations tätig. Erstmals seit drei Jahren hat der Bund die Kosten seiner Öffentlichkeitsarbeit wieder publiziert, und zwar in einem Kapitel der Staatsrechnung 2007, das bisher unbeachtet blieb. [NZZ Online](#)

Erste Pläne für Lobby-Register in Deutschland

Im Rahmen der »Seitensprünge«, dem ersten Tag der politischen Kommunikation, forderten

Interessenvertreter und Politiker konkrete Schritte für mehr Transparenz. Der Austausch zwischen Medien und PR, Politik und Wirtschaft ist wichtig und gut, er krankt jedoch an ethischen Standards und Transparenz: So lautet der Tenor der »Seitensprünge«, des ersten Tags der politischen Kommunikation. 40 Institutionen aus den Bereichen Politik, Verband, Wirtschaft und Medien öffneten am 26. Juni erstmals gemeinsam ihre Tür und präsentierten über 1.000 Besuchern, was politische Kommunikation ausmacht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ministerium plant CSR-Kodex

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales plant gemeinsam mit weiteren Ministerien eine nationale CSR-Strategie für deutsche Unternehmen. Dafür will das Arbeitsministerium eine Datenbank der Unternehmen erstellen, die sich durch gesellschaftliches Engagement auszeichnen. Um Zugang zu dieser Plattform zu erhalten, müssen sich die Firmen zu einem Verhaltenskodex verpflichten, damit sichergestellt wird, dass CSR nicht lediglich als Werbemittel genutzt wird. Zu den Aufnahmekriterien zählen Ausbildungsangebote, Tarifverträge, Nachhaltigkeit sowie Familienfreundlichkeit. Auch das Außenministerium plant eine Positivliste für deutsche Firmen, die im Ausland tätig sind. [polisphere.de](#)

GWA unter Reformdruck

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) steht vor grundlegenden Veränderungen: Derzeit wird auf Vorstandsebene diskutiert, wie sich die 135 Mitglieder starke Interessensvertretung künftig inhaltlich wie strukturell aufstellen soll. Im Mittelpunkt hierbei: die Geschäftsstelle in Frankfurt. Sie soll sich gleichfalls neu ausrichten. Damit

verbunden sind personelle Veränderungen.
[Vollständiger Artikel](#)

Erste PR- und Werbeagenturen mit EMAS-Zertifikat

In einem gemeinschaftlichen Projekt haben die Ulmer Fachleute für Marketingkommunikation der Projekt:Agentur gemeinsam mit den PR-Spezialisten von Press'n'Relations ein Umweltmanagementsystem nach EMAS eingeführt. Damit sind die beiden Agenturen in ihren Sparten jeweils die ersten Agenturen in Deutschland und Europa, die nach dem international anerkannten Standard EMAS sowie ISO 14001 zertifiziert sind. Ziel und Konzept ist es nicht nur, die Belastungen, die durch die normale Wirtschaftstätigkeit der beiden Unternehmen selbst entstehen, zu minimieren. Die Agenturen wollen mit ihrem Umweltengagement künftig vor allem auch vorbildlich nach außen wirken und sowohl ihre Kunden und Lieferanten wie auch Mitbewerber in Fragen des Umweltschutzes, der umweltfreundlichen Herstellung von Werbemitteln und bei der Kommunikation von Umweltthemen beraten. [Mehr Informationen](#)

FischerAppelt expandiert in Stuttgart und plant weiteren Standort

Die Agentur für Bewegtbildkommunikation fischerAppelt, tv media wird in Stuttgart das derzeit größte Produktionshaus für Internet-TV in Deutschland eröffnen. Im ehemaligen Arbeitsamt an der Neckarstraße in Stuttgarts Osten entstehen Arbeitsplätze für bis zu 130 Mitarbeiter sowie Studioflächen mit entsprechenden Produktions- und Postproduktionsräumen. Die Eröffnung des neuen Standorts ist im Frühjahr

2009 geplant. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Publicis launcht digitale Agenturmarke P//MOD

Publicis Deutschland bündelt ihr digitales Kommunikationsangebot in der neu geschaffenen Multichannel-Agentur P//MOD. Vom 1. August 2008 an gehen die Düsseldorfer Publicis-Tochter BMZ+more und die Interactive-Kompetenzen an den deutschen Publicis-Standorten in der Agentur P//MOD auf. P//MOD wird Teil des internationalen Digital-Netzwerks Publicis Modem. Mit 160 Mitarbeitern wird die neue Agentur an allen deutschen Publicis-Standorten vertreten sein. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Werbeflaute: USA - Europa - Deutschland

"Auch in Deutschland wirkt sich die negative Stimmung durch Inflationsängste in Form von Budgetkürzungen auf den Werbemarkt aus", erklärt Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbandes der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) in Berlin. Dieser befinde sich derzeit in einer Stagnationsphase. "Die aufgewendeten Budgets erreichten in Deutschland 2007 den niedrigsten Anteil am Bruttoinlandsprodukt bislang", ergänzt Nickel. Im letzten Jahr konnte man zwar noch ein schwaches Plus am deutschen Werbemarkt verzeichnen, für das laufende Jahr gibt sich der Werbeexperte allerdings zurückhaltender. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommunikation in der Gesellschaft: Lügen in Zeiten des Internets

Sind Lügen der Kitt, der unsere Gesellschaft zusammen hält? Oder kann das Gebot „Du sollst nicht lügen!“ auch im Licht der neuen Medienwelt durchaus noch als Erfolgsrezept gelten? Auf einer Tagung in Münster stritten PR-Experten und Wissenschaftler über die Frage, wie weit das Recht zur Lüge in Zeiten des Internets geht. Wie steht es mit der schlecht beleumundeten Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Parteien oder Verbänden? Müssen PR-Leute notwendigerweise lügen, oder sind – ganz im Gegenteil – die Wahrheit und das Vertrauen des Publikums ihre Geschäftsgrundlage?

Den Bericht von Hans-Jürgen Friske im "Handelsblatt" vom 9. Juli 2008 [hier online weiterlesen](#).

Online-Pressebereiche im Check

Im neuen netaspect-Report wurden acht exemplarische deutschsprachige Pressebereiche von Unternehmen aus dem Banken-, Software-, Elektronik- und Unterhaltungsbereich ausgewählt. Diese Anbieter wurden hinsichtlich ihrer Umsetzungsqualität, also der Web Usability, untersucht und bewertet. Der Kurz-Report zeigt zudem auf, welche Erfolgsfaktoren es für Online-Pressebereiche gibt und was bei der Planung und Umsetzung berücksichtigt werden muss, damit Journalisten Pressebereiche effizient nutzen können. Der Report ist kostenfrei als PDF-Dokument verfügbar, bestellt werden kann er unter info@netaspect.com oder über das [Kontaktformular](#).

Marktmonitor PR-Agenturen Deutschland Q2/2008 liegt vor

Das Portal Benchpark.com, Hamburg hat zum zweiten Mal in 2008 aus den Empfehlungen und

Berichten von 13.369 akkreditierten Teilnehmern seinen Marktmonitor PR-Agenturen verfasst. Er dokumentiert u. a. welche Themen, Konditionen, Fristigkeiten und Zufriedenheiten die Zusammenarbeit zwischen Auftraggebern und Anbietern während den letzten drei Monaten bestimmten. Die Teilnehmer kommen aus Mittelstand und Großunternehmen und berichten auf freiwilliger Basis. Die dem Report zugrunde liegende Datenbasis steht akkreditierten Teilnehmern kostenfrei zur Verfügung, alle anderen Interessenten können die Empfehlungsneigungen und Rankings ab 60 Euro einsehen und zur Orientierung und Entscheidungsfindung verwenden. Infos hier:

www.benchpark.com/docs/marktmonitor/marktmonitor_pra_2.2008_67016.rtf

Branche compact (8) (28.+29.KW-08)

01: **Burson Marsteller** expandiert in Südeuropa: die Agentur, die 1953 in den USA gegründet wurde, formt in Portugal eine Exklusivpartnerschaft mit der dortigen Agentur **Lift Consulting**. [B-M Newsroom](#)

02: Der Corporate Publisher **medienfabrik Gütersloh**, eine Tochter der zur Bertelsmann AG gehörenden arvato, gründet einen Standort in München. Mit dem neuen Büro sollen bestehende Kunden der medienfabrik, wie der TÜV SÜD und die Messe München, künftig noch besser durch eine Vor-Ort-Präsenz betreut werden. Darüber hinaus wird das Münchener Büro aber auch für weiteres Wachstum der medienfabrik sorgen. Um neue Geschäftsfelder zu erschließen, sollen der süddeutsche Raum in und um München sowie die Schweiz und Österreich noch besser erreicht werden.

03: Mit vier außergewöhnlichen Postkarten macht die Berliner Agentur **united communications** auf sich aufmerksam. Die Motive stammen von dem

renommierten Fotografen Manuel Krug, der sich mit Porträt-, Mode- und Reportageaufnahmen für internationale Magazine einen Namen gemacht hat. Leicht surreal, theatralisch, bizarr, symbolisch sehr stark aufgeladen, polarisierend, auf jeden Fall aufmerksamkeitsstark – das waren die ersten Reaktionen von Testkandidaten, denen die vier Motive vor dem Kampagnenstart gezeigt wurden. [Apropos Eigenwerbung](#)

04: **Scholz & Friends Brand Affairs** hat im Auftrag von Hamburg Marketing ein Key Visual für die zentralen Feierlichkeiten am Tag der deutschen Einheit gestaltet. Hamburg ist in diesem Jahr zum zweiten Mal Gastgeber des größten deutschen Festes anlässlich dieses historischen Tages. Das Key Visual der Veranstaltung zeigt drei ortstypische Barkassen in der Kulisse der Hamburger Speicherstadt. Dabei sind die Boote in den Farben Schwarz, Rot und Gold gehalten und tragen die Namen Einigkeit, Recht und Freiheit.

05: Die **Vermarktungsgesellschaft Hamburg Marketing** sucht eine PR-Agentur für die **Metropolregion Hamburg. In der Branche ist die Ausschreibung umstritten:** Verfahren, Kampagnendauer und Budget stehen in der Kritik. Dietrich Schulze van Loon, Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen GPRA, hat sich in einem Brief an den Geschäftsführer von Hamburg Marketing, Thorsten Kausch, gewandt, der dem W&V-Schwestertitel "Kontakter" vorliegt. Kausch und Schulze van Loon äußern sich zum Thema nicht, bis sie ein Gespräch geführt haben. "Ich kann einige Anmerkungen der GPRA nachvollziehen, andere nicht", sagt Marketer Kausch. Anfang kommender Woche wollen beide Parteien mehr zum Thema sagen. (Quelle: w&v)

06: **achtung! kommunikation ist eine der von ihren Kunden am besten bewerteten PR-Agenturen Deutschlands.** [benchpark.de](#), führendes Online-Portal zur Bewertung von

Agenturen durch deren Kunden, teilte nach einer Auswertung von insgesamt 13.000 Bewertungen mit: **achtung!** belegt unter den PR-Agenturen bundesweit Platz 2 bei „Kundenzufriedenheit“ und Platz 1 bei „Umsetzung“.

07: **Von insgesamt 144 Einreichungen beim GWA Effie 2008 haben es 46 in die Finalrunde geschafft:** 37 Finalisten gibt es beim GWA Effie, neun Finalisten beim GWA Social Effie. Der GWA Effie zeichnet nachweislich effiziente und wirkungsvolle Marketing-Kommunikation aus. Er wird bereits zum 27. Mal, der GWA Social Effie zum vierten Mal verliehen. Die Bekanntgabe der diesjährigen Gewinner mit anschließender Gala-Feier findet am 26. September im Berliner Admiralspalast statt.

08: Umfirmierung: aus SEA Group - SEA Public Relations in Frankfurt am Main wurde: **SEA Public Relations.** Alleinigere Geschäftsführer ist nun Winfried Peters.

Medien

Pressefreiheit in Russland – Journalisten erzählen

Dass es in Russland mit der Pressefreiheit nach westlichem Standard nicht so gut bestellt ist, ist bekannt. Journalisten in St. Petersburg und Moskau haben einmal aufgeschrieben, was das für die tägliche Arbeit bedeutet; manche ohne Nennung des Namens oder des Mediums – um weiterarbeiten zu können. [Zu klein, zu groß, zu anti - Pressefreiheit in Russland](#)

Zusammenschluss von GfK und TNS: Klimawandel in Nürnberg

Die geplante Fusion des Marktforschers GfK mit der britischen TNS ruft immer mehr Kritiker auf den Plan. Gegen sie setzt sich Chefkontrolleur Hajo Riesenbeck erbittert zur Wehr - und hat dabei die eigene Karriere im Blick. ... Dabei ziehen rund um Deutschlands größten Marktforscher immer dunklere Wolken auf, Gewitter entladen sich und Stürme toben. Ursache ist die vom Management eingefädelt Fusion mit der britischen Infratest-Mutter TNS zum weltweit zweitgrößten Unternehmen der Branche. sueddeutsche.de

China gängelt Reporter trotz Olympischer Spiele

Prügel für Interviewpartner, unterbrochene Livesendungen: China ist weit davon entfernt, ausländischen Journalisten zu den Olympischen Spielen die versprochenen Freiheiten zu gewähren. Dabei hatte es nach den Erdbeben in der Sichuan-Provinz kurze Zeit nach Besserung ausgesehen. Alles war abgesprochen, genehmigt und bezahlt. Gleichwohl unterbrachen Sicherheitskräfte jüngst eine Liveübertragung des ZDF von der Großen Mauer für das Morgenmagazin. "Das war nur die Spitze des Eisbergs von dem, was wir in der ganzen Woche unserer lang geplanten Livesendungen aus China erlebten", sagte ZDF-Korrespondent Johannes Hano bitter. spiegel.de

Was deutsche Unternehmen an China stört

Made in Germany“ oder „Made in China“?
Nachdem die Margarete Steiff GmbH, quasi die Daimler AG unter den Plüschtierherstellern,

verkündete, bis Ende 2009 die Fertigung in China einzustellen, hat die Debatte um Sinn und Unsinn von Standortverlagerungen neue Nahrung erhalten. Wie nah muss man an einem Markt wie dem chinesischen mit seinen 1,3 Milliarden potenziellen Kunden sein? Und wie viel Know-how sollte man bei einem Auslandsengagement aus der Hand geben? Offiziellen chinesischen Angaben zufolge haben deutsche Unternehmen insgesamt zehn Milliarden Euro im Reich der Mitte investiert.

[Vollständiger Artikel](#)

Marktforscher-Fusion gescheitert: WPP macht Druck auf TNS

Der Werbekonzern WPP greift den britischen Marktforscher TNS, der eigentlich mit der deutschen GfK fusionieren will, mit einem feindlichen Angebot an. WPP bietet für Taylor Nelson Sofres (TNS) umgerechnet 1,35 Milliarden Euro, sagte WPP-Chef Martin Sorrell am Mittwoch. Das Angebot wurde direkt den TNS-Anteilseignern vorgelegt, nachdem das Management drei unverbindliche Übernahmeangebote als zu niedrig abgelehnt hatte. WPP, weltweit der zweitgrößte Marketingkonzern, musste sich bis Mittwoch entscheiden, entweder ein offizielles Angebot vorzulegen oder sich zurückzuziehen. [Vollständiger Artikel](#)

Unklare Regeln verunsichern öffentliche Web-Plattformen

Im Internet scheint die Freiheit oft grenzenlos zu sein. Aber nicht nur in Regimes wie in China oder in Iran müssen Menschen feststellen, dass das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung keineswegs immer garantiert ist. Denn für den scheinbar öffentlichen Raum Internet sind private Firmen verantwortlich. Und diese löschen schon

mal Kommentare und Inhalte, die als allzu kritisch eingestuft werden, auch wenn sie legal sind. Internet-Provider und Service-Anbieter stellen ihre eigenen Regeln auf. Sie machen Politik, wenn sie mit Regimes wie in China kooperieren. Manchmal sind sie auch Staatsanwalt, Richter und Geschworene in einem, wenn sie Streitigkeiten unter Ausschluss jeder Öffentlichkeit entscheiden. [Vollständiger Artikel](#)

Großes Stühlerücken bei Axel Springer

Die immer wieder kolportierten Gerüchte über den Abgang von Bild am Sonntag-Chef Claus Strunz haben sich heute bestätigt: Springer-Chef Mathias Döpfner entmachtet seinen zweitmächtigsten Chefredakteur und setzt ihn ab Mitte Oktober als Chef der konzerneigenen Regionalzeitung Hamburger Abendblatt ein. Dort löst er Menso Heyl (58) ab der nach insgesamt sieben Jahren an der Redaktionsspitze, von Claus Strunz dessen bisherige zusätzliche Aufgabe als Koordinator des Vorstandsvorsitzenden für journalistische Fragen und Projekte übernimmt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie über das Verhältnis von Journalisten zum Deutschen Presserat

Eine Studie zeigt erstmals, was Journalisten über Presserat und Pressekodex denken. Während die Normen gut wegkommen, halten viele den Presserat für zu schwach: Er sollte härter strafen dürfen. Der Presserat steht unter Beschuss. Kaum zwei Jahre nach seinem 50-jährigen Jubiläum hat man den Eindruck, dass die Kritik an seiner Arbeit nicht nur häufiger und lauter,

sondern auch grundsätzlicher geworden ist. Motive und Ziele der Kritiker sind dabei höchst unterschiedlich. Während die einen sich einen stärkeren Presserat wünschen, wollen die anderen seinen Einfluss schwächen. Während manche beklagen, in der Spruchpraxis würden zu viele Konzessionen an die ökonomischen Interessen der Verlage gemacht, kritisieren andere, die Vorgaben des Pressekodex seien nicht mehr zeitgemäß. [Vollständiger Artikel](#)

Journalismus in Deutschland vor gewaltigen Umbruch

In Berlin kämpft die Belegschaft der "Berliner Zeitung" und der "Netzeitung" ums Überleben, während die Investoren die Daumenschrauben anziehen. Wer glaubt, dass dies ein Einzelfall ist, der sollte schnell aufwachen. Der Journalismus in Deutschland steht vor einem gewaltigen Umbruch. In den letzten zehn Jahren ging es den Zeitungen, bis auf ein paar kleine Konjunkturdellen, eigentlich nicht schlecht. Auch heute weisen die meisten Verlage Gewinne aus. Man kann viel darüber diskutieren, ob man die Gewinne nur halten konnte, weil man die Redaktionen verkleinert und Redakteure in Hundertschaften auf die Straße gestellt hat, oder weil man neue Vermarktungswege gefunden hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kaufkraft kennt keine Altersgrenze

Selbst für viele Marketingexperten ist es heute kaum noch nachvollziehbar, wie die Altersgruppender 14- bis 49-Jährigen als „werberelevante“ Zielgruppe so stark in den Fokus der TV-Media- und Programmplanung rücken konnte. Denn dahinter verbirgt sich eine breite Palette unterschiedlichster Konsumenten: Männer, Frauen, Schüler, Studenten, Auszubildende,

Ledige, Verheiratete, Kinderlose, Kinderreiche, Personen mit niedrigem oder hohem Einkommen, mit unterschiedlichen Lebensstilen, Einstellungen und Konsumverhalten. De facto haben sie alle nur ein gemeinsames Merkmal: Sie haben ihren 50. Geburtstag noch nicht feiern können. Es erschließt sich einem nur schwer, warum gerade dieses Kriterium einen Beitrag zu erfolgreichem Marketing leisten sollte.

[Vollständiger Artikel](#)

Zeitschriftenmarkt: Die Auflagen bröckeln weiter

Die Auflagen der deutschen Zeitschriften befinden sich weiter im Sinkflug. Laut w&v-Berechnungen auf der Grundlage der am 14. Juli veröffentlichten vorläufigen IVW-Quartalszahlen verkauften die Verlage im zweiten Quartal um 2,7 Prozent weniger Magazine als im zweiten Quartal 2007. Einbußen müssen weiterhin die Schwergewichte der Branche hinnehmen. "Spiegel" und "Stern" verloren gegenüber dem Vorjahr deutlich und nähern sich bedrohlich der Auflagen-Schallgrenze von einer Million Exemplare.

Den kompletten Beitrag in *wuv.de* [hier online weiterlesen](#).

Medien compact (4) (28.+29.KW-08)

01: Mit einem Plus von 40,2 Prozent wachsen die **Bruttowerbeerlöse im Internet** auf insgesamt knapp 665 Millionen Euro und **überflügeln** damit **Radio** (627 Millionen Euro). Fast die Hälfte des Online-Wachstums geht dabei laut Nielsen Media Research auf die Branchen Online-Dienstleistungen (plus 40 Millionen Euro), Unternehmens-Werbung (plus 39 Millionen Euro) und Finanzdienstleistungen (plus 20 Millionen Euro) zurück.

02: Der "**BoschZünder**", die Mitarbeiterzeitung des Technologie- und Dienstleistungskonzerns Robert Bosch GmbH, „zündet“ sich an die Spitze des **inkom. Grand Prix 2008**. Als „eine Klasse für sich“ bezeichnete die Jury des renommierten Wettbewerbs für in Deutschland erscheinende Mitarbeiterzeitungen und -zeitschriften die erstmals im Jahr 1919 erschienene Publikation. Aufgrund der hohen Leistungsdichte in den preiswürdigen Regionen zeichnete die Jury in diesem Jahr insgesamt 19 Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen aus. Zu den weiteren Erstplatzierten gehören die "Das Beste" der HypoVereinsbank (Kategorie Magazin), "you and me" der Deutschen Telekom (Magazin) und "kontakt" der ABB Deutschland (Magazin). Auf Anhieb in die Spitzengruppe schafft es das Mitarbeitermagazin "intern" der ING-DiBa.

03: Die **Universität Leipzig** und die dpa-Tochter **news aktuell** haben eine gemeinsame **Studie zur Bewegtbildkommunikation im Internet** gestartet. Die Befragung untersucht, welche Bedeutung der Videoboom im Web für Journalismus und Kommunikationsarbeit hat. Die Online-Erhebung läuft noch bis zum 25. Juli. Befragt werden Entscheider in Redaktionen, Pressestellen und PR-Agenturen. Die bundesweite Studie "Bewegtbildkommunikation im Internet - Herausforderungen für Journalismus und PR" wurde von Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig konzipiert. news aktuell unterstützt das Projekt. Durch die gleichzeitige Befragung von Journalisten und PR-Fachleuten identifiziert die Studie die Anforderungen beider Seiten an Web-Videos. Erste Ergebnisse werden Anfang Oktober der Öffentlichkeit präsentiert.

04: Welche Auswirkungen die Kernthese des 13. Trendtages 2008 „Die Ökonomie der Aufmerksamkeit ist tot – Zukünftig zählt Anerkennung“, auf die Kommunikationsarbeit hat, berichtet Petra Sammer, Managing & Creative Director der PR-Agentur Ketchum in der aktuellen 15. Episode des **Ketchum-Podcasts KANALgrün**.

Begleitend zum Podcast startet Ketchum den agentur-eigenen Blog KANALgrün, anzuklicken unter www.kanalgruen.de. „PR muss sich grundlegend ändern!“ so die Forderung von Petra Sammer, Managing & Creative Director der PR-Agentur Ketchum. „Anerkennung gibt es nur durch Dialog und Feedback. Für die Public Relations entsteht hier ein klares Handlungsfeld: Wir müssen Zuhören lernen und dafür neue Instrumente entwickeln!“

Nie war das Bedürfnis, seine Identität zu managen so groß wie heute.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juli 2008

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im Juni 2008 wurden 2.716 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 10.442 Medien.

Der neue monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier die wichtigsten Änderungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Studie: Web 2.0 wird wichtigste Online-Marketing-Maßnahme

Web 2.0 wird auch für das Marketing immer wichtiger. Bereits 2010 werden mehr als die Hälfte aller Online-Marketing-Maßnahmen die

Web-2.0-Technologie nutzen. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die das Software- und Beratungshaus **Epoq GmbH** unter 110 Managern aus der Marketing-Branche durchgeführt hat. Demnach glauben 71 Prozent der Experten, dass die Bedeutung des Web 2.0 für die Werbewirtschaft bereits 2008 weiter zunimmt. [Vollständiger Artikel](#)

Service compact (6) (28.+29.KW-08)

01: Flatrate für PR-Agenturen bei presstext.de. Die Zeitung für Pressemitteilungen - www.presstext.de - bietet PR-Agenturen jetzt eine Flatrate für die Veröffentlichung von Pressemitteilungen an. presstext.de beliefert einmal am Tag die 4.000 Abonnenten der ptx-Depesche mit einer Zusammenfassung aller Pressemeldungen. Die Flatrate bietet den Agenturen einen eigenen Zugang zum Redaktionssystem von presstext.de (Jahresgebühr 60 Euro). Die Veröffentlichung einer Pressemitteilung oder eines Bildes kostet 10 Euro.

02: Sie sind innovativ, erfinderisch - und damit ausgesprochen erfolgreich: 100 mittelständische Unternehmen wurden Anfang Juli für ihre herausragenden Leistungen im Innovationsmanagement mit dem Gütesiegel „Top 100“ ausgezeichnet. präsentiert das **Buch „TOP 100 2008 - Die 100 innovativsten Unternehmen im Mittelstand“** sowie die Website der Mittelstandsinitiative unter www.top100.de die Vorzeigebetriebe im Detail.

03: Die Einwilligung zur Datennutzung für die Zusendung von Werbung per E-Mail und SMS ist unwirksam, wenn diese per Opt-out-Verfahren gewonnen wurde. Die Richter am BGH gaben am 16. Juli einer entsprechenden Klage der Verbraucherschützer statt. Sie stellten die Verbindung zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb her und stellen fest, „dass Einwilligungsklauseln, die so gestaltet sind, dass

der Kunde tätig werden und ein Kästchen ankreuzen muss, wenn er seine Einwilligung in die Zusendung von Werbung unter Verwendung von elektronischer Post nicht erteilen will („Opt-out“-Erklärung), mit dieser Vorschrift nicht vereinbar sind“ (Mitteilung der BGH-Pressestelle Nr. 135/2008).

04: Die Wirtschaft nutzt immer stärker Web-2.0-Technologien: Etwas mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen setzt schon heute Blogs, Wikis oder soziale Netzwerke ein. 60 Prozent der Firmen wollen diese Technologien künftig weiter ausbauen. Mehr als 80 Prozent der Unternehmen meinen, Web-2.0-Technologien werden weiter an Bedeutung gewinnen. Dies ergab eine umfassende Studie des Bikom in Zusammenarbeit mit Oracle, an der über 400 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen teilgenommen haben. "Die ursprünglich im privaten Bereich eingesetzten neuen Technologien wie Blogs haben den Sprung in die Unternehmen geschafft", resümiert Bitkom-Präsident August-Wilhelm Scheer. Blogs, Wikis & Co erhöhen die Produktivität der Unternehmen und haben ihren festen Platz in den Arbeitsabläufen gefunden.

05: Eher schlecht bewerten Manager ihre Personaler hinsichtlich deren Kompetenz insgesamt (auf einer Skala zwischen 1 und 5 gerade mal eine 2,8 im Durchschnitt). Auch in der zukunftssträchtigen Frage der Globalisierung erhalten Personaler von Managern gerade mal eine 3,2 im Durchschnitt. So die Ergebnisse des HR-Kompetenzbarometers, einer Langzeitstudie, die die Unternehmensberatung Droege & Comp. in Kooperation mit dem Personalmagazin und mit ca. 700 Teilnehmern seit zwei Jahren durchführt. Ziel der Langzeitstudie ist eine objektive Bewertung der Leistung und Qualität deutscher Personalmanager.

06: Urteil: Wer Kontaktdaten kauft, darf nicht einfach anrufen. Verbraucherschützer haben in

ihrem Kampf gegen Telefonwerbung einen kleinen Sieg errungen: Nach einem Urteil (LG Traunstein Az.: 7 O 318/08) dürfen eingekaufte Kontaktdaten nicht ohne vorherige Prüfung des Einverständnisses zum Einsatz kommen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hatte nach der Beschwerde einer belästigten Verbraucherin gegen die Firma Wenatex geklagt.

Tagungen - Seminare - Ausbildung

DPRG-NRW startet „Wissensplattform Kommunikationsmanagement“

Aktuelle Entwicklungen aus der Theorie des Kommunikationsmanagements in die Praxis überführen – mit diesem Anspruch startet die DPRG NRW Mitte August die „Wissensplattform Kommunikationsmanagement“. Auftakt der Workshopreihe bildet das Thema „Internationale Kommunikationsstrukturen aufbauen“.

Die Workshops der „Wissensplattform Kommunikationsmanagement“ finden drei bis vier Mal pro Jahr, jedes Mal bei einem anderen Unternehmen in NRW statt. Ein Best-Practice Beispiel und ein Impulsvortrag zum jeweiligen Thema leiten die Veranstaltungen ein. Den Schwerpunkt bildet die praxisnahe Auseinandersetzung mit einem Modellunternehmen: Am fiktiven Fallbeispiel bearbeiten bis zu 25 Teilnehmer gemeinsam eine konkrete Problemstellung. Die dabei erarbeiteten Techniken und Werkzeuge sind Musterlösungen, die an das eigene Unternehmen adaptiert werden können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Corporate Social Responsibility (CSR): Verantwortungsvolle Führung leben

Unternehmen tragen eine große gesellschaftliche Verantwortung. Vielfach wird diese in Leitbildern festgehalten und formuliert. Doch wie lassen sich Grundsätze wie ethisch korrektes Handeln im Alltag umsetzen und anwenden? Welches soziale Engagement empfiehlt sich für ein Unternehmen und wie können vereinbarte Werte im Umgang mit Mitarbeitern gelebt werden? Diese und viele weitere Fragen werden vom 25. bis 30. Juli 2008 bei der Summer School des Qualifizierungsprogramms *icommunicate!* der Technischen Universität München in der Akademie Landshut beantwortet. Es gibt noch freie Plätze auch für externe Teilnehmer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

zwei Workshops: 1.: Überzeugend und stressfrei präsentieren + 2.: Die Sinne schärfen

1.: *Überzeugend und stressfrei präsentieren - Training mit Kamera*

Das ganztägige Präsentations-Training mit Kamera zeigt, wie die Teilnehmer/Innen mit Stress-Situationen umgehen können und wie sich die Konzentration wirkungsvoll steigern lässt. Konkrete, praktische Übungen und Tipps zur Stressbewältigung sind Kern des Programms. Das professionelle Training für max. 6 – 8 Teilnehmer konzentriert sich neben der Stressbewältigung auf Ausstrahlung und Souveränität mit Wirkungsfaktoren wie Atmung, Stimme und Sprache, Körperhaltung, Bodenhaftung, Mimik und Gestik. Die Beobachtung des eigenen, von der Kamera aufgezeichneten Auftritts beschleunigt die

gewünschten Lerneffekte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche suchen Jobs im Netz

Für Menschen unter 25 gehört das Internet zum Leben wie das Fernsehen in der Generation davor: Nahezu alle 18- bis 24-Jährigen nutzen das Internet (95 Prozent). Bei Menschen zwischen 25 und 30 liegt der Anteil bei 92 Prozent. Selbst unter den Menschen zwischen 50 und 59 sind noch zwei Drittel online, in der Gruppe über 60 sind es immer noch 27 Prozent. Jeder dritte Internetnutzer sucht im Netz nach Jobs: 32 Prozent aller Onliner beziehungsweise 20 Prozent aller erwachsenen Deutschen nutzen das Web für die Suche nach einem neuen Arbeitsplatz. [Zum vollständigen Artikel auf Spiegel.Online.](#)

Studienergänzung PR an der Leuphana Universität Lüneburg

Die Studienergänzung Public Relations wird an der Leuphana Universität Lüneburg in Zusammenarbeit mit der Interkulturellen Bildung Hamburg e. V. (IBH) durchgeführt. In der 13-monatigen Studienergänzung Public Relations lernen die Teilnehmenden Theorie und Praxis der Fachdisziplin kennen und erwerben die Qualifikation zum direkten Einstieg in das zukünftig weiter wachsende Berufsfeld. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (6) (28.+29.KW-08)

01: news aktuell hat die **Internetpräsenz des Fortbildungsangebots media workshop** komplett überarbeitet. Unter www.mediaworkshop.newsaktuell.de finden sich die

kompletten Termine, Themen und Referenten zu den Fortbildungen der dpa-Tochter. Auch Seminare in der Schweiz können jetzt bequem und direkt gebucht werden.

02: Das nächste **Grundseminar G1** ("Methodische Öffentlichkeitsarbeit Teil 1") des **DIPR** Deutsches Institut für Public Relations, Hamburg findet vom 9. bis 16. August in Bad Dürkheim statt. Es ist die Eingangsstufe für das DIPR- Trainingsprogramm und vermittelt methodisches Wissen über Zielgruppen der Public Relations und Grundkenntnisse für die Erarbeitung der jeweils einzusetzenden Kommunikationsmittel. Infos: www.dipr.de.

03: **4. Frankfurter PR-Stammtisch am 12. August** im Westin Grand Frankfurt, Liv Böing erwartet Sie in der Bar ab 19:30 Uhr. Um Anmeldung wird gebeten:
prstammtischfrankfurt@alice-dsl.net.

04: **Am 8. August startet in Münster die 1. com+plus PR Summer School.** Renommierete Experten aus den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Management und Personalberatung bieten für Kommunikationsprofis und Branchenneulinge Seminare zum Thema Public Relations an. Veranstalter der Summer School ist das Münsteraner PR-Fortbildungsinstitut com+plus. „Gerade in den Sommermonaten haben die meisten Unternehmen und PR-Agenturen ein wenig Luft für Weiterbildungsmöglichkeiten ihrer Mitarbeiter“, erläutert Sonja Risse, Geschäftsführerin von com+plus. „Daher sind wir auf die Idee gekommen, die PR Summer School ins Leben zu rufen.“ Anmeldungen und Infos: www.complus-network.de.

05: **Im Oktober startet die PR Plus, Heidelberg den etablierten Universitätslehrgang "PR und Integrierte Kommunikation" der Donau-Universität Krems zum ersten Mal in Deutschland.** Dieser berufs begleitende Masterstudiengang bekommt nun professionelle

Unterstützung aus der Praxis: Felix Gress, Senior Vice President Kommunikation BASF Gruppe (Ludwigshafen), wird Pate des viersemestrigen Lehrgangs. Infos: www.prlplus.de.

06: Am 18. September findet in Berlin der diesjährige **Kongress des Verbandes der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS)** statt. Motto: "Kraft des Schweigens", Infos: www.vrds.de.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... starrsinnige Streiks und steigende Kosten



Guten Tag! Ferienzeit ist Streikzeit. Das wissen wir aus Erfahrung. Lokführer, Fluglotsen und das fliegende Personal von Lufthansa haben es oft genug praktiziert. Sie und ihre Gewerkschaftsführer halten es für ihr gutes Recht zu streiken und andere Menschen zu schädigen, die auf die Arbeitsleistung der Streikenden angewiesen sind. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

TV und Internet: Fernsehen, sei umschlungen!

Für die meisten TV-Sender ist der Ausflug ins Internet ein Kulturschock. Man sieht's. Können oder wollen die das nicht besser? Eine Tour d'Horizon durch das Netz der Möglichkeiten.

Das komische Digitalzeugs, von dem der bärtige Mann am Rednerpult erzählt, interessiert die Anwesenden nicht die Bohne. Einige gähnen, andere unterhalten sich, einer ist sogar eingeschlafen. So beschreibt Tim Renner in seinem Buch "Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm!" (Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie.

Frankfurt a. M., 2004) ein denkwürdiges Aufeinandertreffen zweier Kulturen: Im Jahre 1994 sprach der Netz-Visionär Nicholas Negroponte vor hochrangigen Managern der Plattenfirma Polygram und prophezeite ihnen nichts Geringeres als das Ende ihres traditionellen Geschäftsmodells.

Den Artikel von Mario Sixtus am 8. Juli in sueddeutsche.de [hier online weiterlesen](#).

Werben um Mitarbeiter: Trends im Wettkampf um die Köpfe

Wenn Unternehmen heutzutage auf die Suche nach Spezialisten und Top-Talenten gehen, reicht die klassische Zeitungsanzeige plus interne Ausschreibung längst nicht mehr aus. Vor allem die Global Player setzen inzwischen auf andere Anwerbemaßnahmen. Der Wettkampf um die besten Köpfe kostet die Unternehmen zunehmend mehr Aufwand, mehr Kreativität und auch mehr Geld. Viele Managementberatungen laden bereits regelmäßig Studenten unterer Jahrgänge zu Recruiting-Events ein. Sie simulieren mit ausgewählten Talenten Unternehmenssituationen, um zu testen, wer das Zeug zum neuen Berater hat. Studenten-Rallyes, Wettbewerbe, Jobmessen - das muss mindestens sein, so der Eindruck.

Den Artikel von Sabine Meinert in ftd.de [hier online weiterlesen](#).

Umgangsformen: Was Manager wissen sollten

Welches Auftreten ist wann und wo angemessen? Strikte Anstandsregeln sind heute passé - auf altbewährte Muster ist daher kein Verlass. Souverän kann nur sein, wer sich ein breites Repertoire an Verhaltensweisen aneignet und diese richtig anzuwenden weiß. Mit mehr oder weniger oberflächlichen Karrieretipps sind die meisten Manager heute zur Genüge vertraut. Doch Etikette ist ein weites Feld, und nicht jedem sind alle Details geläufig, wie das jeweils angemessene Benehmen in unterschiedlichen Situationen aussieht.

Den Artikel von Salka Schwarz in manager-magazin.de [hier online weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

Paul Potts - ein Telekom-Werbespot der Extraklasse

2007 gewann Paul Potts sensationell die britische TV-Talentshow "Britain's got talent" mit der Arie "Nessun dorma" aus der Oper "Turandot" von Giacomo Puccini. Im Internet zu finden bei YouTube - und dort in verschiedenen Clips mit kaum vorstellbaren über 80 Millionen Aufrufen dokumentiert.

Nun hat die Deutsche Telekom seit Anfang Juli 2008 diesen Clip in einem Werbespot "wieder aufgelegt" (Gratulation an die Macher). Ein Werbespot, der emotional bewegt und Gänsehautfeeling erzeugt - für mich der seit langem beste Werbespot im deutschen Fernsehen. Mal sehen, bei welchen Branchenwettbewerben sich der TV-Spot wo platzieren kann. Wenn Sie sich auch von dem bereits über 300.000 Mal aufgerufenen Werbespot anregen lassen wollen, hier ist ein **Link**:

<http://de.youtube.com/watch?v=ZkaHOQQayTI>. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

Gesuche

Die 22 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 27 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

PR Berater/in Touristik

Senior-PR-Berater (m/w) Marke

PR-Agentur in Hamburg sucht Berater/in

PR-Redakteur/in für Press'n'Relations IT-Team

PR-Kundenberater/in für den Bereich Tourismus gesucht

additiv pr sucht schnellstmöglich PR-Berater und Junior-PR-Berater

PR-Berater/in in Berlin gesucht

HOSCHKE & CONSORTEN sucht PR-Berater (m/w)

Consultant Food and Beverage gesucht

fischerAppelt sucht Senior-PR-Berater (m/w)

K12 sucht eine/n Kommunikations-Berater/in - Düsseldorf

Junior- und Senior-PA-Berater mit Politik- oder Agenturerfahrung

PR-Referentin in Teilzeit - 50 % (m/w) - München

Consultant mit Erfahrung im Bereich B2B (Logistik/Energie/Umwelt) gesucht

PR-Berater/in im Faktenkontor

vom Hoff Kommunikation sucht Junior Berater/in

HOSCHKE & CONSORTEN sucht PR-Assistenz (m/w)

PR-Berater (Redakteur/Texter, m/w) mit technischem Verständnis gesucht - Agentur service³, Ulm

Kommunikationsberater/in Markenberatung und Lifestyle-PR

Blume PR sucht erfahrene/n PR-Berater/in

Behörden (Öffentl.Dienst)

Online-Redakteurin / Online-Redakteur gesucht

Medien

Redakteur/-in Sonderproduktionen Print & Web

Unternehmen

(Junior-) Konferenz-Manager/innen gesucht

Accor sucht Presse-Manager

BCW sucht Pressereferenten/in

Pressereferent/in für SUZUKI INTERNATIONAL EUROPE GMBH

PR- und Öffentlichkeitsarbeitreferent(in) gesucht

Die Heraeus Holding GmbH sucht Referent m/w Marketing/Eventmanagement

Verbände (Non-Profit)

Kommunikationsmanager/Texter Bereich Nierenkrebs (m/w) zum schnellstmöglichen Zeitpunkt gesucht

Freelancer

Neue kreative Bürogemeinschaft

Unterm Strich mehr als Text

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. Juli 2008 – 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.429 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); Stefan d'Hone; Patrick Hacker; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.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 (frauke.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)160 9463.57.77

E-Mail:

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

URL:

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