

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 166 / 32. + 33. KW 2008

Seite 1

Öffentlichkeitsarbeit unterstützt die Mitarbeiterrekrutierung

Die Aufgabe, ein Unternehmen für potenzielle Bewerber interessant zu machen, wird zunehmend auch als Thema der Öffentlichkeitsarbeit wahrgenommen. Dies bestätigt die aktuelle Expertenbefragung "Employer Branding - ein Konzept auf dem Vormarsch" der index Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH aus Berlin. Für die Studie hat index die Antworten von 258 Kommunikations- und Personalverantwortlichen deutscher Unternehmen ausgewertet. Sie kann auf der Website www.index.de kostenfrei bestellt werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Avenarius antwortet Merten: PR und die Lüge

„Wir haben das Recht zu lügen,“ proklamierte Klaus Kocks recht flapsig beim diesjährigen Jahrestag des netzwerks recherche, und der Satz wurde im letzten "Message"-Heft 3/2008 prompt zur Überschrift. Flapsig deshalb, weil er seine Behauptung gar nicht begründete. Aber sie stammt auch nicht von ihm. Sein spiritus rector ist der Münsteraner Professor Klaus Merten und mit ihm allein sollte sich die PR-Zunft auseinandersetzen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wer ist der beliebteste Arbeitgeber der Agenturszene (in Berlin)?

...fragte die diesjährige Spring Study von Busch-Janser Personalmanagement in Berlin und 452 Agenturmitarbeiter gaben ihre Meinung zu Auswahlkriterien, Karrierezielen sowie ihre Einschätzung zur Reputation, Arbeitsklima und Entwicklungsmöglichkeiten von 25 Agenturen der Berliner Szene ab. Die jährliche Studie zu Branchentrends gibt Agenturmitarbeitern und Absolventen Einblicke in die aktuelle Entwicklung der Agenturszene. Mit dem diesjährigen Ranking entsteht ein Imagebarometer, das den Agenturen und den Interessierten als Informationsquelle dient. Bei der Wahl des Arbeitgebers ist das Arbeitsklima mit Abstand das wichtigste Kriterium: 93 Prozent empfinden es als sehr wichtig und weitere sechs Prozent als wichtig. Nach dem Arbeitsklima sind für immerhin noch mehr als die Hälfte der Befragten die Entwicklungschancen und die




A Berkshire Hathaway Company



VERBAND FÜHRENDER PR-AGENTUREN DEUTSCHLANDS

Weiterbildungsmöglichkeiten bei der Auswahl einer Anstellung sehr wichtig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Biesenbach wechselt vom BDI zu Bosch

Peter Biesenbach, bisheriger Leiter des Bereichs Außenwirtschaft und Internationale Beziehungen im Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), wechselt zum 1. November zu Robert Bosch in Stuttgart. Er wird dort am 1. Mai 2009 die Leitung der Zentralabteilung Außenangelegenheiten, Regierungs- und Politikbeziehungen übernehmen. Zur Vorbereitung auf seine neue Aufgabe durchläuft er zuvor verschiedene Bereiche des Unternehmens. Biesenbach löst Gunter Zimmermeyer ab, der zum 30. April 2009 in den Ruhestand geht. Beatrice Kühne wird zum 1. September die Nachfolge von Biesenbach beim BDI antreten. (*Quelle: politikszene*)

Pädagogische Leiterin verabschiedet sich von DIPR

Marie Therese Junkers (58) hat sich nach 14 Jahren Lehrtätigkeit auf der diesjährigen Mitgliederversammlung des Deutschen Instituts für Public Relations (DIPR) aus dem Amt der

Pädagogischen Leitung verabschiedet. Bereits im vergangenen Jahr hatte sie die Mitglieder des gemeinnützigen Ausbildungsinstituts über ihre Pläne informiert. Ab 2009 will sie wieder verstärkt die praktische Kommunikationsberatung ihrer Agentur mitgestalten. Sie kündigte an, dass sie die zahlreichen intensiven Kontakte zum PR-Nachwuchs in Agenturen, Wirtschaft und Verwaltung auch weiterhin ehrenamtlich pflegen und fördern werde. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bönig wird Geschäftsführer von Edelman Hamburg

Klaus Bönig (45) startet zum 1. September als neuer Geschäftsführer bei Edelman Hamburg, mit 50 Mitarbeitern größtes Deutschlandbüro von Edelman. Er berichtet in dieser Funktion an Deutschland-CEO Cornelia Kunze und wird gemeinsam mit Uta Behnke und Anja Guckenberger den Standort leiten. Bei Edelman zeichnet Bönig für den Ausbau des Hamburger Standorts und das Consumer-Marketing-Geschäft verantwortlich. Bönig war Gründer der PR-Agentur Bönig & Yamaoka und zuletzt Geschäftsführer von komm.passion.

Personalien compact (27) (32.+33.KW-08)

01: **Florian Moser** (50) verantwortet ab sofort die Leitung der Unternehmenskommunikation der neckermann.de. Sein Vorgänger **Christian**



komm.passion

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



AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Treinies hatte die Aufgabe interimweise übernommen und kehrt zurück in die Konzernkommunikation von Arcandor, Essen.

02: **Lydia Krüger** (35) leitet ab sofort die Unternehmenskommunikation der Deutschen BKK in Berlin, Deutschlands größter Betriebskrankenkasse.

03: **Julia Richter** (33) verstärkt Fleishman-Hillard in München als PR-Senior-Beraterin. Sie war zuvor bei den Technologie-Agenturen Fink&Fuchs und Maisberger Whiteoaks tätig.

04: **Kirsten Müller-Kuhl** (50) ist seit 1. August neue Pressesprecherin des Apothekerverbandes Rheinland-Pfalz in Mainz. Sie bleibt Pressesprecherin und Leiterin Marketing und Kommunikation des Hessischen Apothekerverbandes.

05: **Stefanie Kathrin Fehse** wurde neue Leiterin Unternehmenskommunikation beim Mobile-Service-Anbieter MindMatics in München. Sie kommt von YOC in Berlin.

06: **Patrick Schultheis** (43) wechselte am 1. September vom Bundespresseamt als neuer Pressesprecher in die Bundesgeschäftsstelle der Johanniter-Unfall-Hilfe in Berlin.

07: **Jochen Voß** (32) verstärkt jetzt die Geschäftsführung des Weiterbildungsinstituts

com+plus in Münster. Er kommt von Pleon in Düsseldorf und ist Stellvertreter von **Sonja Risse**.

08: **Friedmar Nusch** (58) scheidet nach fünf Jahren als Kommunikationschef von Heidelberger Druckmaschinen aus. Vorstandschef **Bernhard Schreier** hatte nach Ärger auf der Hauptversammlung und Kritik an der Unternehmens-PR einen Wechsel bei der Heidelberger-Öffentlichkeitsarbeit angekündigt. Nusch wirkte zuvor erfolgreich als PR-Chef bei Aventis/Hoechst und ABB.

09: **Patrick Munsch** (41) ist verändert sich konzernintern und ist seit dem 1. August Manager Product & Lifestyle Communications Germany bei Opel in Rüsselsheim - er übernimmt die Leitung der neu strukturierten Abteilung. **Wolfgang Scholz** (56) verbleibt in seiner Position als Manager Opel-Produktkommunikation. **Sven Markurt** (43) unterstützt das Team nun auch bei produktrelevanten Fragen. **Manfred Daun** (55) übernimmt die neu geschaffene Position Leiter Kommunikation Saab, Cadillac, Corvette und Hummer.

10: **Thomas Renner** (50) leitet jetzt das Referat Veranstaltungskommunikation beim Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Berlin. Er kommt von der GVO-Versicherung.

11: **Jörg Eichler** (41) hat seine Tätigkeit als Senior Vice President Marketing & Sales in der Geschäftsleitung von AIDA Cruises aufgenommen.

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!

Er verantwortet ab sofort die Vermarktung und den Verkauf für Kreuzfahrten mit den Clubschiffen der AIDA Flotte. Vor seinem Start bei AIDA Cruises war Eichler sechs Jahre als Direktor Vertrieb bei TUI Deutschland tätig. Bis 2002 war er Sales Director Account Management bei Sony Music Entertainment beschäftigt.

12: **Nikolaus Nowak** (43) ist seit dem 1. Juli neuer Assistant Director Corporate Communications bei Air Berlin. Nowak, der zuletzt Marketingdirektor beim Immobilienunternehmen Kühn&Partner auf Mallorca war, ist in seiner neuen Funktion Stellvertreter von Peter Hauptvogel, Director Corporate Communications der Fluglinie, an den er gleichzeitig berichtet.

13: **Rebecca Gerth** (36) übernimmt ab sofort die Unternehmenskommunikation für die CineStar-Gruppe, seit 2001 ist sie als freiberufliche PR- und Medienberaterin in Berlin tätig und hat Unternehmen und Projekte aus den Bereichen Film, Event und Games vertreten. Bei CineStar tritt Gerth nun die Nachfolge von **Thomas Schulz** an, der vor Kurzem zur FFA wechselte. Mit dem Personalwechsel geht außerdem eine weitere Änderung einher: künftig ist die Unternehmenskommunikation über die Berliner Dependence der CineStar-Gruppe am Alexanderplatz erreichbar.

14: **Sandra E. Taylor**, Präsidentin und CEO von Sustainable Business International LLC, wurde in das International Advisory Council (IAC) von APCO Worldwide (Deutschland: Berlin und Bonn) berufen. Sie verstärkt APCO in den Bereichen Corporate Responsibility und Corporate Governance, zusätzlich verfügt Taylor über weit reichende Erfahrungen in den Bereichen Menschenrechte, Issues Management, Public Policy und Internationaler Handel. Von 2003 bis 2008 war Taylor Vizepräsidentin für den Bereich Corporate Social Responsibility der Starbucks Coffee Company und von 1996 bis 2003 Vizepräsidentin und Direktorin der Abteilung Public Affairs der Eastman Kodak Company tätig.

15: **Claudia Ressel** (41), wird neue PR-Chefin von reise.de, bisher hatte sie diese Position bei expedia.de inne. Sie verantwortet neben PR und Öffentlichkeitsarbeit auch die Offline-Werbung und interne Kommunikation.

16: **Gabriela von Malaisé** (36) ist ab sofort Head of PR & Events bei der Uhrenmarke Carl F. Bucherer in Luzern. Malaisé ist für die internationale Public Relations von Carl F. Bucherer sowie für Events verantwortlich. Nach einem Journalismus-Studium war sie als freie Journalistin tätig sowie in verschiedenen Agenturen für PR und Projekte der Marketingkommunikation zuständig. Seit 2002 vertrat sie als International Communications Manager bereits eine Schweizer Uhrenmarke in den Bereichen PR, Events und Printprodukte.

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!

17: **Ergin Iyilikci** (35) übernimmt zum 18. August die Position des Director Corporate Communications / PR der Scout24-Gruppe. In dieser Funktion wird der er künftig sowohl die interne als auch externe Kommunikation der Scout24-Gruppe verantworten. Im Mittelpunkt seiner Aufgaben stehen dabei die Entwicklung und Umsetzung der gruppenweiten Kommunikations- und PR-Strategien. Iyilikci war zuletzt acht Jahre als Leiter Public Relations und Pressesprecher für ImmobilienScout24 tätig.

18: **Harald Händel** (47), Leiter der Presseabteilung und Pressesprecher der Europäischen Kommission in Deutschland verlässt die Vertretung der EU-Kommission in Berlin nach fünf Jahren zum 1. September. Wohin der ehemalige ARD-Auslandskorrespondent und Grünen-Sprecher geht ist noch unbekannt, ein Nachfolger steht noch nicht fest. Händel bleibt weiterhin Vize-Präsident des Bundesverbands deutscher Pressesprecher.

19: **Dirk Sarnes** (46) übernimmt zum 1. September die Leitung der Konzern-Kommunikation der TÜV NORD. Sarnes, zuletzt als Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei FinanzIT, berichtet in dieser neu geschaffenen Position an den Vorstandsvorsitzenden Guido Rettig. Der bisherige Pressesprecher **Jochen May** nimmt weiterhin Aufgaben der Unternehmenskommunikation und Pressesprecherfunktionen wahr.

20: **Jörn Roggenbuck** (40) ist ab dem 1. September neuer Leiter Compliance Communication bei Siemens. Er folgt auf **Stefan Schmidt**, der seit dem 1. August neuer Leiter des Bereichs PR und IR der Bayerischen Wohnungsaktiengesellschaft ist. Roggenbuck, derzeit Leiter Media Relations bei Siemens IT Solutions and Services, wird an Stephan

Heimbach, Leiter Corporate Communications and Government Affairs, berichten.

21: **Eva Werner** (33) übernimmt zum 15. August die Stelle der stellvertretenden Pressesprecherin Deutschen Journalistenverbands (DJV) in Berlin. Sie folgt auf **Nicole von Stockert**, die bereits zum 1. Juli als Pressereferentin zum Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft gewechselt ist. Werner wird künftig an Hendrik Zörner, Pressesprecher des DJV, berichten.

22: **Daniela Völker** (28) ist seit dem 11. August neue Pressereferentin in der Verlagsgruppe Random House. In ihrer neuen Funktion folgt sie auf **Martina Hummel**, die das Unternehmen verlassen hat. Völker verantwortet ab sofort die gesamte Pressearbeit der Verlage Südwest und Bassermann. Sie berichtet künftig an Claudia Limmer, Leiterin Presse und PR.

23: **Ute Schneider** wird neue Marketing- und PR-Managerin in der Niederlassung Barcelona von SSI-Schäfer, Komplettanbieter im Bereich Intralogistik. Der berufliche Werdegang der 35-Jährigen, die Linguistik und BWL studierte, führte sie im Bereich Marketing & Sales über Deutschland nach England, wo sie bereits eng mit dem Logistik-Sektor verbunden war.

24: **Nicole Pempel** (41) verantwortet ab sofort Marketing und PR bei der Partnerbörse "neu.de". Als Director Marketing & Communication ist sie zuständig für die Führung aller Marken der neu.de GmbH ("neu.de", "meetit.de", "partner.de") in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Pempel war zuletzt Senior Marketing Manager bei Vodafone D2 in Düsseldorf. Bei "neu.de" folgt sie auf **Isabelle Wagner**, die in Elternzeit geht.

25: **Gunnar von der Geest** (43) verstärkt ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der tesa AG. Er übernimmt die neu geschaffene Position des PR-Managers Fachpresse und Wissenschaft mit dem Ziel, das Profil des Unternehmens als Technologie-

und Lösungsanbieter für die Industrie in den Fachmedien zu schärfen. Zuvor war von der Geist im Bereich Corporate Media Relations des Beiersdorf-Konzerns tätig. Die tesa AG ist seit 2001 ein eigenständiges Unternehmen innerhalb des Beiersdorf-Konzerns.

26: **Regine Petzsch** (46) übernimmt am 1. Oktober die Leitung der Konzernkommunikation von Nemetschek in München. Damit verantwortet sie die Investor Relations, Corporate Communications und den Aufbau des Konzernmarketings des Softwareanbieters für Architektur und Bau. Zuletzt war die frühere Pressesprecherin von Roland Berger Partnerin bei komm.passion und als Vorstand der komm.passion München mitverantwortlich für die Leitung des Münchner Büros. Die Münchner Niederlassung von komm.passion wird künftig allein von **Tobias Schnappinger** geleitet, seit Anfang 2007 ebenfalls Vorstand der komm.passion München und davor Leiter der Marketingkommunikation von Bain & Company.

27: **Torben Trupke** (32) ist seit Anfang Mai als Junior Consultant und **Kirsten Mayer** (36) seit Juni Consultant bei der Frankfurter Agentur Stach's Kommunikation & Management mit aktuell zehn Mitarbeitern. Trupke bringt über zehn Jahre Berufserfahrung als Journalist mit. Als freier Mitarbeiter schrieb er für verschiedene Lokal- und Regionalzeitungen Norddeutschlands. Mayer hat über sieben Jahre Berufserfahrung als Kommunikationsberaterin vorzuweisen. Sie arbeitete bereits während ihres Studiums der Politikwissenschaft, Amerikanistik und Rechtswissenschaften in Mainz im PR-Bereich. Nach einem Traineeship sammelte sie umfangreiche Erfahrungen bei Frankfurter Kommunikationsberatungen.

Etats

häberlein & mauerer baut Food-Kompetenz aus

Das Berliner Food-Team von häberlein & mauerer konnte sich in einem Pitch um die Kommunikation für das Deluxe-Portfolio des Spirituosen-Herstellers Diageo in Rüsselsheim durchsetzen, in dem die hochwertigen Premium-Spirituosen des Konzerns zusammengefasst sind. Zusätzlich zu klassischer PR liegt der Schwerpunkt auf der Konzeption und Umsetzung von Events sowie der Opinionleader-Kommunikation. Betreut werden dabei neben Deutschland auch Österreich und die Schweiz. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

achtung! macht Musik für das Bayern-Ticket

A Capella-Sänger in bayerischen Städten lassen Passanten in Scharen stehen bleiben und machen auf den „Kultursommer“ und das Bayern-Ticket aufmerksam. Mit Mystery-Events sorgt die Kommunikationsagentur achtung! im Auftrag der Bahn derzeit in bayerischen Städten für Neugier und Aufmerksamkeit. An zentralen Orten wie Marktplätzen dinieren den „Comedian Harmonists“ ähnlich sehende Männer im Frack an einer festlich gedeckten Tafel. Sobald Passanten einen großen roten Buzzer drücken, erheben sich die Herren und intonieren zur Melodie von „Wochenend und Sonnenschein“ das aus Radiospots der Bahn bekannte „Zu fünft im Zug durch die Region, für 27 Euro schon“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Business Wire unterstützt Lindau Nobel und IFA

Business Wire ist offizieller Medienpartner der 3. Tagung der Wirtschaftsnobelpreisträger und unterstützt die Lindauer Nobelpreisträgertreffen in ihrer PR-Arbeit bereits im dritten Jahr. Der Distributions-Dienstleister begleitet die internationale PR-Arbeit von Lindau Nobel mit der Verbreitung aktueller Tagungsnachrichten und -bilder über sein weltweites Nachrichtennetzwerk. Der Anspruch der Tagungen am Bodensee, einen wissenschaftlichen Dialog über nationale und kulturelle Grenzen hinweg zu initiieren, gewinnt damit an weiterer Dynamik. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (23) (32.+33.KW-08)

Bei den Etatmeldungen haben wir die **zusätzliche Informationszeile "was"** eingefügt. Dort informieren wir, welche Aufgabe durch den Auftrag erfüllt werden soll.

01: FOM Fachhochschule für Oekonomie & Management, Essen + FREO Financial & Real Estate Operations, Frankfurt am Main
was: *projektbezogene Standort-Pressearbeit und PR für FOM + Pressearbeit für den BusinessCampus Stuttgart für FREO*
an: **echolot pr**, Stuttgart

02: Takeda Pharma (japanisches Pharmaunternehmen), ?wo?
was: *Pressearbeit für Sponsoring beim 35. real-Berlin-Marathon*
an: **Ketchum**, München

03: Elicon Energie Dienstleistungen & Consulting, Chemnitz
was: *europaweite Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **arts hamburg. agentur für kommunikation**, Hamburg

04: Anwaltskanzlei Weil, Gotshal & Mangers, Frankfurt am Main

was: *Gesamt-PR*

an: **Bachinger Öffentlichkeitsarbeit**, Frankfurt am Main

05: Immobilienunternehmen Gewobag, Berlin

was: *Kundenmagazin "berlinerleben"*

an: **muehlhaus & moers kommunikation (GPRA)**, Köln

06: Vinci, französischer Konzern für Baudienstleistungen, ?wo?

was: *interne und externe Kommunikation*

an: **TTS agentur05**, Köln

07: Automobilzulieferer Faurecia, ?wo?

was: *imageorientierte Medienarbeit*

an: **achtung! kommunikation (GPRA)**, Hamburg

08: Belgische Pralinen- und Schokoladenmarke Guylian, ?wo?

was: *Pressearbeit für neue Marke "Guylian Meeresfrüchte Lime"*

an: **morepublic**, Köln

09: Suchmaschinenagentur Finnwaa, Jena

was: *Gesamt-Etat Unternehmens-PR*

an: **Tower PR**, Jena

10: 5-Sterne-Hotelmarke The Address Hotels + Resorts, Dubai (UAE)

was: *PR zum Markenlaunch in Deutschland*

an: **wbpr (GPRA)**, München

11: Modelabel Joules, London (GB)

was: *Produkt-PR*

12: Juwelier bastian, Bremen

was: *Consumer-PR*

an: **Karkalis PR**, Düsseldorf

- 13: InBev, Bremen
was: *Ambient Media-Kampagne für Beck's Ice*
an: **Scoorilla**, Berlin
- 14: Freistaat Bayern, München
was: *Kommunikation für den Bayerischen Printmedienpreis 2008*
an: **G.R.A.L.** und **S & L Medianetworx** , München
- 15: Nike Deutschland, Frankfurt am Main
was: *Event-PR für das "Human Race"*
an: **Thamerus Public Relations**, Frankfurt am Main
- 16: Bad Zurzach Tourismus AG, Bad Zurzach (CH)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main
- 17: Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf
was: *Projektetat zum Thema „Studienfinanzierung“*
an: **Agentur+Leven+Hermann**, Köln
- 18: Bio Shirt Company, Berlin
was: *Unternehmens- und Marken-PR*
an: **K-MB**, Berlin
- 19: Speed-Link, Weertzen
was: *Pressearbeit für die Produktlinie Vicious and Devine*
an: **Bohème Public Relations**, Hamburg
- 20: Hamburg Marketing, Hamburg
was: *Kommunikations- und PR-Konzept für die Marke Hamburg*
an: **Scholz & Friends Brand Affairs**, Hamburg
- 21: Sparkasse KölnBonn, Köln
was: *Geschäftsbericht 2007*
an: **muehlhaus & moers**, Köln
- 22: Aktionsbündnis "meine Wahl!", Berlin
was: *Informations- und Mobilisierungskampagne*

- für den Erhalt der Wahlfreiheit bei medizinischen Hilfsmitteln*
- 23: Erlebnisvermarkter Mydays
was: *Strategie, Konzeption und Durchführung verschiedener Events*
an: **Weber Shandwick Deutschland (GPRA)**, Berlin / München

Branche

Henkel-Geschäftsbericht mit Platin ausgezeichnet

Der Henkel-Geschäftsbericht erhielt zum dritten Mal in Folge die höchste Auszeichnung im Wettbewerb um den weltweit besten Geschäftsbericht. Mit Platin zeichnete die League of American Communications Professionals (LACP) den Henkel-Geschäftsbericht 2007 in der Kategorie „Consumer-Personal“ (Konsumenten) aus. Vor den Unternehmen Procter & Gamble, dem schwedischen Hersteller SCA (Tempo-Taschentücher), dem amerikanischen Unternehmen Kimberly-Clark und Unilever aus den Niederlanden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (32.+33.KW-08)

01: Die Münchner **PR-Agentur Maisberger Whiteoaks** gibt sich einen neuen Namen und firmiert ab sofort unter **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation** mbH. Die inhabergeführte Agentur ist Mitglied im internationalen Whiteoaks-Netzwerk und hatte dies bisher auch im Namen kommuniziert. Die Umfirmierung hat auf die Zusammenarbeit mit dem Whiteoaks-Netzwerk keinen Einfluss, und auch für die Kunden ändert sich nichts. Maisberger wurde 1989 unter dem Namen Maisberger & Partner von

Paul Maisberger und Christian Kvech gegründet. Heute halten Faderl, Kvech und Alexander Pschera als Inhaber und Geschäftsführer der Münchner Kommunikationsagentur die Fäden in der Hand. Die Agentur gehört zu den Top 20 der deutschen PR- und Werbeagenturen im B2B-Bereich und beschäftigt 35 Mitarbeiter.

02: Das Münchner **Agentur-Netzwerk ImpactUnited** präsentiert sich vom 20. bis 24. August 2008 auf der Games Convention in Leipzig mit einem zum Vorjahr noch einmal deutlich vergrößerten Messestand. Die Agenturen **Marchsreiter Communications**, pinball Werbeagentur und metamatix bieten auf insgesamt 288 Quadratmetern im Business Center der Halle 1 am Stand L70 Pressepräsentationen und die Möglichkeit zu Expertengesprächen.

03: **Benedikt von Westphalen**, Ex-Chef des von Golin Harris Deutschland, hat eine auf Wirtschafts- und Finanzkommunikation spezialisierte **Kommunikationsagentur gegründet**. Unter dem Namen **Investor-Communications** soll sie sich exklusiv auf Kunden konzentrieren, die sich mit ökonomischen oder finanziellen Themen beschäftigen. Die Agentur beginnt ihre Arbeit mit zwei Beratern und plant, diese Anzahl auf fünf Seniorberater zu erhöhen. Die Kunden unterstützen sie mit Beratung, Projekt-Management, Medienarbeit, Geschäftsberichten, Coaching, Anzeigen und Krisen-PR.

04: Die Geschäftsführer der fhp-Agentur für Kommunikation, Klaus-Peter Flügel (51) und Rolf-Rüdiger Hoffman (57) sowie der Geschäftsführer von Konzepthaus, Claus Hönig, (46), haben die **Berater-PR Gesellschaft für Kommunikation gegründet**. Ein Schwerpunkt der neuen Hamburger Agentur sind Kommunikations-Dienstleistungen für beratende Berufe.

05: **Große Anerkennung für den Bayer-Geschäftsbericht 2007**: Zweimal Gold, zweimal Silber, zweimal Bronze sowie zwei Ehrenzertifikate erhielt die Publikation des Konzerns in verschiedenen Kategorien bei dem "Internationalen ARC-Award" (Annual Report Competition) in New York. Mehr als 2.100 Geschäftsberichte aus 28 Ländern waren für diesen Wettbewerb eingereicht worden. In der Rubrik Chemie bekam Bayer Gold für den Gesamtbericht. Im Bereich Pharma gab es zudem Gold für den Text.

06: Nach den Kooperationen mit den PR-Agenturen Peter Rennison PR in Großbritannien und Actual PR in Frankreich weitet die **Ulmer PR-Agentur Press'n'Relations** nun ihr Angebot weiter aus. Die **neuen Partner** in Ungarn, Slowenien, Kroatien, Tschechien und der Slowakei setzen als technologieorientierte, mittelständische Agenturen auf die gleichen Schwerpunkte wie Press'n'Relations und ergänzen das Angebot in idealer Weise.

07: Im Verbandsbereich der Kommunikationsbranche tut sich was: **Anfang November wird in Frankfurt am Main die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) gegründet**. Mitinitiator Wilhelm Herrmann meldet 35 Agenturen aus den Sparten Werbung, PR, Media, Event, Internet und Dialog als Gründungsmitglieder. Als Alternative zu großen Netzwerken will man den "Billigheimern" den Kampf ansagen. Bisherige GWA- (Werbung) und GPRA- (Public Relations) Agenturen seien nicht mit dabei.

Medien

Mehrwert mit Corporate Podcasting

Ein abgestimmter Mix von Audio-, Video- und Printinformationen festigt die Bindung an die externen Zielgruppen. Podcast-Abonnements

verstärken diesen Kontakt noch. Und mit integrierten Hyperlinks in Ihren Podcast-Beträgen können Sie die Abonnenten gezielt führen. [Zum Fachartikel von Podcast-Profi Matthias Haebelin auf der SPRI-Seite.](#)

AKOMM mit eigener Homepage jetzt im Internet

Die verbandsunabhängige Prüfungsinstanz „Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM)“ präsentiert sich jetzt mit eigener Homepage im Internet. Unter <http://www.akomm.org/> erhalten an der PR-Prüfung Interessierte Informationen über Vorstand, Gründungsmitglieder, kooperierende Ausbildungsinstitute sowie Mitglieder der Prüfungskommission. Zur Prüfungskommissionsvorsitzenden gewählt wurde Beate Sohl, langjährige Expertein in PR-Prüfungs- und Ausbildungsfragen. Vorstandsvorsitzender der Akademie ist Eberhard Knödler-Bunte, Hochschulpräsident der UMC Potsdam - University of Management and Communication (FH) und Professor für Kommunikations- und Medienmanagement. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gruner + Jahr vergibt Stipendium zur Förderung des journalistischen Nachwuchses

Ab sofort ermöglicht Gruner + Jahr in Kooperation mit dem Masterprogramm Medien Leipzig (MML) einer Stipendiatin bzw. einem Stipendiaten die Teilnahme am berufsbegleitenden MML-Aufbaustudiengang „Web-Journalismus und Content Management“. Er vermittelt innerhalb von vier Semestern die künftig notwendigen Crossmedia-Kompetenzen. Im Zeitalter von Digitalisierung und

Globalisierung erfordert die Verlagsarbeit heute immer neue Kompetenzen. Journalisten müssen zu Allroundern werden, die attraktive und qualitätvolle Inhalte für verschiedenste mediale Plattformen erstellen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kaukasus-Konflikt: Wie die Wahrheit den Krieg verlor

Übertriebene Opferzahlen, Falschmeldungen über Manöver - im Kaukasus-Konflikt haben sich Georgien und Russland mit Horrormeldungen überboten. Erstmals hat die Propagandaschlacht auch mit voller Wucht das Internet erfasst, mit Bloggern und Hackern als Soldaten im Cyberkrieg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Immer mehr Unternehmen wollen ihre Marketingbudgets überdenken

Vor allem Verlage bekommen die Kommunikationsflaute zu spüren. Neben dem übergeordneten Trend, dass immer mehr Unternehmen ihre Werbung vom Fernsehen und aus der Presse ins Internet verlagern, hat das auch strukturelle Gründe. Während Fernsehwerbezeiten häufig mehrere Monate im Voraus gebucht werden, sind Printanzeigen flexibler: Da sie schnell zurückgezogen werden können, setzen die Mediaplaner hier bei schlechter Konjunktur zuerst den Rotstift an. Doch auch innerhalb der Verlagslandschaft gibt es Unterschiede. Wenn Unternehmen sparen müssen, streichen sie zuerst die Ausgaben für die sogenannten „Imagekampagnen“, die den Wert der Marke langfristig steigern sollen, sich jedoch nicht sofort in höheren Abverkaufszahlen niederschlagen. [faz.net](#)

Familienbild in den Medien ärgert Eltern

In der Öffentlichkeit wird mehr über die negativen als über die positiven Seiten des Familienlebens gesprochen. Außerdem werden negative Einzelfälle zu stark verallgemeinert. Diese Empfindung äußerten Eltern in einer neuen Forsa-Umfrage. Zwei Drittel der rund 1.000 befragten Eltern ärgern sich über das verzerrte Familienbild in der Öffentlichkeit. Die Zeitschrift "Eltern" hatte die Umfrage zur Situation der Eltern in Deutschland in Auftrag gegeben.

pro-medienmagazin.de

Studie untersucht Nutzung von Video-Podcasts

Video-Podcast erfreuen sich bei den Deutschen immer größerer Beliebtheit. Bisher lagen dem Werbemarkt allerdings keine validen Forschungsergebnisse über die Nutzer und Nutzung vor. Diese Lücke soll eine Studie von SevenOne Intermedia, Multimedia-Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group, und Liquid Air Lab, Spezialagentur für Podcast-Advertising und Vermarktung, schließen. Sie liefern Informationen über die Konsumenten von Video-Podcasts und zeigen deren Nutzungsmotivation und Themeninteressen auf. Die Ergebnisse basieren auf einer Befragung von 2.680 Personen, die im Mai das Video-Podcast-Angebot der Senderfamilie genutzt haben. emar.de

Springer-Chef Döpfner zur Zeitungskrise

„Die amerikanischen Zeitungen sind oftmals schlechter gemacht als die unsrigen“, sagte Mathias Döpfner, Vorstandschef des Medienkonzerns Axel Springer. Warum Döpfner

für den amerikanischen Zeitungsmarkt schwarz sieht, die „Bild-Zeitung“ bald teurer werden könnte und er in Rupert Murdoch ein Vorbild sieht, erklärt er *im Interview mit dem Handelsblatt*.

IVW: PR-Branchenpresse im leichten Aufwind

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen der Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres ist eine leichte Steigerung der beiden erfassten Titel erkennbar, wenn auch mit unterschiedlicher Tendenz im Jahr 2008: Während beim "prmagazin", Medienfachverlag Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck die Druckauflage sinkt, aber die Verbreitung steigt, ist es beim "PR Report", Verlag Haymarket Media, Hamburg umgekehrt: steigende Druckauflage, aber sinkende Verbreitung. Freuen werden sich beide über leicht erhöhte Verkaufs- und Abozahlen, beim PR Report jetzt erstmalig mit über 1.000 Stück (Verkauf). Wichtigstes Element der angegebenen Verbreitung bleibt die weiterhin hohe Zahl der Freieinweisungen beider Publikationen.

Hier die wichtigsten IVW-Zahlen für die Quartale II/2008 und I/2008 (in Klammern) im Überblick:

	prmagazin	PR Report
Druckauflage	7.094 (7.286)	5.918 (5.518)
Verbreitung	5.841 (5.690)	5.884 (5.485)
Freistücke	3.606 (3.479)	4.870 (4.492)

Verkauf	2.235 (2.211)	1.014 (966)
Abonnement	1.655 (1.626)	986 (951)

Medien compact (15) (32.+33.KW-08)

01: Die Vergleichbarkeit mit der letzten **Radio-MA 2008/I** ist eingeschränkt, weil mit Kindern zwischen zehn und 13 Jahren sowie in Deutschland lebenden EU-Ausländern zwei neue Zielgruppen eingeflossen sind. Dadurch hat sich die Grundgesamtheit der Studie um knapp fünf Millionen Menschen erhöht. Stärkster Sender ist nach wie vor radio NRW mit 1,39 Millionen Hörern vor Antenne Bayern mit 1,03 Millionen. Auf Platz drei folgt SWR3 (934.000 Hörer). Insgesamt haben die werbetreibenden Sender 20 Millionen Hörer erreicht.

02: **Ohne Internet macht der deutsche Mittelstand heute kein Geschäft mehr.** 99 Prozent der vom Kasseler Marktforschungsinstitut TechConsult befragten 1.005 Firmenchefs sagten, das Internet sei für ihr Geschäft unverzichtbar. Fast neun von zehn Unternehmern (86 Prozent) setzen dabei auf E-Business, um ihre Wettbewerbschancen zu nutzen. Zehn Jahre zuvor waren erst 30 Prozent der Firmen überhaupt mit E-Business über das Internet geschäftlich aktiv. Das zeigt die mittlerweile zehnte Neuauflage der Studie "E-Business im Mittelstand", die IBM Deutschland und das Wirtschaftsmagazin "impulse" seit 1999 jährlich gemeinsam durchführen. (Quelle: w&v)

03: Unter der neuen Dachmarke **medienwoche@IFA** umfasst die Berliner Medienwoche vom 29. August bis 5. September Medienkongress (1.-3. September), IFA Berlin

(29. August – 3. September), das Format **medienpolitik@IFA** (1.-2. September), M100 Sanssouci Colloquium (5. September), Medien Gipfel, MediaNight und zahlreiche weitere Events. Der dreitägige Medienkongress von Medienboard und Medienanstalt findet in diesem Jahr in programmlicher Kooperation mit der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) während der IFA im Internationalen Congress Centrum (ICC) Berlin statt.

04: **World Television** und **Medialink Worldwide** haben sich in New York auf eine umfassende Zusammenarbeit geeinigt: World Television übernimmt die Kunden von Medialink UK gegen Provisionszahlungen über 18 Monate. Beide Unternehmen sprechen weiterhin über eine Partnerschaft, um Medienkommunikationsdienstleistungen gemeinsam anzubieten.

05: **Olympiasponsoren beklagen mangelnde Sichtbarkeit.** Die Unternehmen hätten mehr als 150 Millionen Dollar investiert, um als offizielle Olympiasponsoren auftreten zu können, berichtet das Wall Street Journal. Der eingeschränkte Zugang zum Olympic Green, dem Mittelpunkt des Geschehens der Veranstaltung, würde es jedoch nicht zulassen, ihre Marken dort den Kosten entsprechend zu präsentieren. Bisher seien die Besucherzahlen enttäuschend. Pro Tag hatten die Sponsoren rund 200.000 Besucher erwartet, während tatsächlich nur rund 20 Prozent davon erschienen sein sollen. Das Olympische Komitee sei sich des Problems bewusst und würde darauf reagieren.

06: **achtung! mit „Social Media Newsroom“ für Deutschland.** Nun bringt auch die Agentur **achtung! kommunikation** einen Social Media Newsroom nach Deutschland. Der in den USA bereits von Unternehmen eingesetzte „Pressebereich 2.0“ richtet sich nicht nur an klassische Journalisten, sondern insbesondere auch an diverse Online-Multiplikatoren (Blogger,

Podcaster, etc.). Anders als der bekannte Pressebereich öffnet sich der Social Media Newsroom dem breiten Online-Dialog mit allen interessierten Bezugsgruppen: Die Pressemitteilungen und Social Media Releases sind per RSS abonnierbar und für alle kommentierbar.

07: Springer-Verlag: Suche nach neuem Wachstum. Gute Nachrichten sind in der Zeitungs- und Zeitschriftenbranche zurzeit rar. Umso größer war am Mittwoch die Überraschung, als Axel Springer mit positiven Zahlen aufwartete: Der "Bild"-Konzern konnte mit einem wachsenden Internetangebot und Preiserhöhungen bei den Zeitungen dem Abwärtstrend der Branche trotzen. handelsblatt.com

08: Xing - Die große Zeitvernichtungsmaschine. In Mode ist jetzt Xing, ein deutsches Unternehmen, das nach selbstverständlich amerikanischen Vorbildern als Open Business Club (Open BC) startete. Anders als in den immer wieder für eine Schlagzeile guten Portalen wie StudiVZ sollen sich in diesem Geschäftsleute-Portal Berufstätige treffen, um erfolgreich Kontakte zu knüpfen und darüber Geschäfte zu generieren. Web-2.0-Netzwerken in Reinkultur also. faz.net

09: Gaming ist Kunst: Der Deutsche Kulturrat nimmt den Verband der Computerspiele-Entwickler als neues Mitglied auf. Somit ist die Spielebranche im Kulturbetrieb angekommen. Der Bundesverband der Entwickler von Computerspielen ist neues Mitglied im Deutschen Kulturrat. Der Verband G.A.M.E. wurde in die Sektion Film und Audiovisuelle Medien aufgenommen. In der Vergangenheit war intensiv darüber diskutiert worden, ob die Computer- und Konsolenspielebranche zum Kulturbereich zählt. Der Deutsche Kulturrat machte sich immer für diese Zuordnung stark. Er sieht die Branche als

wichtigen Auftraggeber für Künstler wie Designer, Drehbuchautoren und Komponisten. zeit.de

10: Bionade sagt "Danke Hamburg". Die Erfolgsgeschichte von BIONADE begann vor genau 10 Jahren in einer kleinen Bar in Hamburg, fernab der Rhöner Heimat. Eine falsch gelieferte Palette und die Neugier der Hanseaten waren Auslöser einer Getränkerevolution. Die Hafenstadt wurde für Bionade das "Tor zur Welt". bionade.de

11: Wikis und Weblogs erfreuen sich seit einiger Zeit großer Beliebtheit. Unternehmen experimentieren mit den vergleichsweise einfachen Tools, um das im Haus vorhandene Wissen zu bündeln und für alle Mitarbeiter zugänglich zu machen. Schwierigkeiten bereitet in der Regel nicht die Technik, sondern organisatorische und kulturelle Faktoren erweisen sich als die größten Hindernisse. computerwoche.de

12: Dow Jones & Company erweitert seinen Medienanalyse-Dienst Dow Jones Insight um zusätzliche Funktionen, die Unternehmen bei der Optimierung von Kommunikationsstrategien helfen sollen. Die Weiterentwicklungen bieten Zugriff auf individuelle Leistungskennzahlen, automatisierte Benachrichtigungen und Newsletter-Funktionen. Mit ihrer Hilfe können Dow Jones Insight Kunden, ihre Kampagnen jederzeit an aktuelle Entwicklungen anpassen und Analyseergebnisse in maßgeschneiderten Berichten zusammenstellen. Weitere Informationen unter www.factiva.de.

13: HORIZONT-Ranking: Top-100-Medienhäuser legen um 2,2 Prozent zu. Wechsel in der Spitzengruppe, Platz 2: Pro Sieben Sat 1 Media überholt Axel Springer und Holtzbrinck. Die 100 größten deutschen Medienunternehmen haben im vergangenen Jahr in Summe einen Umsatz von 62,2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Plus von 2,2 Prozent gegenüber 2006 und von 7,5 Prozent im Vergleich zu 2005. Dieses Ergebnis liefert die seit 20 Jahren exklusiv von

HORIZONT erhobene Rangliste der Medienhäuser in Deutschland. horizont.net

14: **eyecanseeTV startet als IPTV-Agentur für Internet-TV und Bewegtbildkommunikation.**

Neue Agentur-Marke mit modernsten Produktions-Studios bündelt Kompetenzen in strategischer PR-Beratung und medialer Inszenierung durch Kooperation zwischen Studio Media Docks und Eyecansee. Schon heute nutzen mehr Jugendliche das Web als klassisches Fernsehen. Als Reaktion auf die absehbare Verlagerung des Werbemarktes ins Internet spezialisieren sich die erfahrenen Kommunikationsberater von Eyecansee frühzeitig mit einem Agentur-Ableger für New TV. eyecanseeTV professionalisiert Konzeption, Produktion und Einsatz von Online-Videos, Bewegtbildkommunikation und Internet TV. Eine Kooperation mit Studio Media Docks macht den sofortigen Start in der Medienmetropole Hamburg perfekt. openpr.de

15: **Die Hälfte der Bürger hat Verständnis für die kleinen und großen Steuersünden.** Nach der Steueraffäre um den ehemaligen Post-Vorstandschef Klaus Zumwinkel sind Medien, Politiker und Justiz empört über das Fehlverhalten der Besserverdiener, die ihre Millionen am Fiskus vorbei in diversen Steueroasen in Sicherheit bringen. Doch was denkt der Durchschnittsbürger über die Steuersünder? 30 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass das Steuersystem viel zu kompliziert sei. Sie glauben, dass viele aus Unwissenheit gegen das Steuerrecht verstießen oder durch zahlreiche Schlupflöcher dazu verführt würden. Weitere 19 Prozent betrachten Steuervergehen als legitimen Protest gegen zu hohe Steuern oder als Ausdruck besonderer Cleverness. Immerhin 51 Prozent der Deutschen reagieren allerdings mit Unverständnis auf die großen und auch kleinen Steuersünden. Sie sind der Auffassung, dass man sich zum Wohle des Landes an das geltende Steuerrecht halten

müsse – egal wie kompliziert dieses sein mag. Darin sind sich die jüngeren und die älteren Befragten einig. Das ergibt eine aktuelle Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse unter 1.500 Befragten, die gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber ResponDi AG durchgeführt wurde.

Services + Tipps

GPRA: Wir brauchen gesunden Pragmatismus in der Vergabepaxis

Auf rund 19 Milliarden Euro belaufen sich die jährlichen Kosten der öffentlichen Vergabeverfahren in Deutschland. Davon tragen die Unternehmen rund 10,2 Milliarden Euro, etwa 8,8 Milliarden Euro fallen auf Seiten der öffentlichen Auftraggeber an. Insgesamt rechnet die Studie vor, dass sich dieser Betrag durch Novellierungen im Vergaberecht, aber auch durch Anpassungen der Vergabepaxis um bis zu 20 Prozent reduzieren ließe. Die GPRA, der Wirtschaftsverband von PR-Agenturen in Deutschland, begrüßt die Empfehlungen.

Die weiteren Informationen zu diesem Thema finden Sie hier online in der GPRA-Pressemeldung.

KidsVerbraucherAnalyse 2008

Der Umgang mit dem Computer ist für die Kinder und Jugendlichen von heute zu einer Selbstverständlichkeit geworden: Über 70 Prozent der 6-bis 13-Jährigen spielen oder arbeiten zumindest gelegentlich am PC. Über drei Millionen Kids (54 Prozent) waren auch schonmal online. Die stärkere Nutzung von PC und Internet verdrängt aber nicht das Lesen, wie immer befürchtet. Zeitschriften und Bücher bleiben weiterhin eine feste Größe in der Freizeit der Kinder. Laut der

aktuellen KidsVerbraucherAnalyse des Egmont Ehapa Verlags erreichen die 40 abgefragten Kindermagazine regelmäßig vier Millionen junge Leser.

Weitere Informationen [hier online](#) in der w&v-Media-Meldung.

Der Berichtsband zur KidsVA 2008 kann gegen eine Schutzgebühr von 49 Euro unter www.ehapa-media.de bestellt werden.

Publicis Consultants und METP veröffentlichen Business in China Factbook

Publicis Consultants Deutschland gibt gemeinsam mit METP, dem EU-China Managers Exchange and Training Programme, Einblicke in die Geschäftsbeziehungen zwischen der EU und China. Das neue Business in China Factbook richtet sich an Journalisten, Fachleute und China-Interessierte Mittelständler und trägt dem starken Interesse der europäischen Medien und Verbände nach kompakten Informationen zu China Rechnung. In der 20-seitigen Veröffentlichung werden relevante Fakten zu den wichtigsten Städten und Regionen der Volksrepublik China vorgestellt. Außerdem informiert das Factbook anhand von Handels- und Industriestatistiken über die Beziehungen zwischen der EU und China. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Skandal um Kontodaten: So schützen Sie sich

Über 50 Milliarden Euro geben deutsche Unternehmen im Jahr für Werbeschreiben und -anrufe aus. Die Adressen und Telefonnummern bekommen sie von professionellen Adress-Sammlern. Die in diesen Tagen anonym an die Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein

geschickte CD mit 17.000 Kundendaten ist nur die Spitze des Eisberges. test.de zeigt, wie man seine Daten geheim halten kann.

Die vollständige Serviceinformation [hier online weiterlesen](#).

0180X-Telefonnummer im Impressum

Bei der Frage, ob eine 0180X-Nummer im Impressum angegeben werden kann, weist Rechtsanwalt Philipp Gabrys darauf hin, dass auf periodische Druckwerke das Pressegesetz des Landes Anwendung findet, in dem das Druckwerk erscheint. Dort wird nicht vorausgesetzt, dass überhaupt eine Telefonnummer im Impressum anzugeben ist. Demnach würde auch die Angabe einer 0180X-Nummer genügen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (32.+33.KW-08)

01: Neue **Buchveröffentlichungen** - interessant für die Branche:

- **"Propaganda. Konzepte und Theorien"** von Thymian Bussemer. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. 2008. 478 Seiten. Preis: 29,90 Euro. ISBN: 978-3-531-16160-0.
- **"Strategische PR-Evaluation. Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Öffentlichkeitsarbeit"** von Nanette Aimée Besson. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. 2008. 300 Seiten. Preis: 39,90 Euro. ISBN: 978-3-531-15517-3.
- **"Krisenmanagement und Kommunikation. Das Wort ist Schwert - die Wahrheit Schild"** von Arnd Joachim Garth. Gabler Verlag, Wiesbaden. 2008. 224 Seiten. Preis: 34,90 Euro. ISBN: 978-3-8349-0948-0.
- **"Die Andersmacher. Unternehmerische Verantwortung jenseits der Business Class"** von Alexandra Hildebrandt und Jörg Howe (Hrsg.). J.

Kamphausen Verlag, Bielefeld. 2008. 274 Seiten.
Preis: 24,80 Euro. ISBN: 978-3-89901-159-3.

02: Internationale GfK-Studie zum Vertrauen der Bürger in verschiedene Berufsgruppen.

Politiker genießen das geringste Vertrauen bei der Bevölkerung. Nur 14 Prozent der Befragten in Europa halten die Volksvertreter für glaubwürdig. Zudem ist auch das Image von Werbeexperten angeschlagen. Ebenfalls am Ende der Liste stehen Werbeexperten und Manager großer Unternehmen. Nur etwa ein Drittel der Befragten halten diese Berufsgruppen für vertrauenswürdig. Am vertrauenswürdigsten erscheinen den Bürgern in Europa die Feuerwehr und die Mediziner, gefolgt von Lehrern und Postzustellern. Dies sind Ergebnisse aus der aktuellen Studie GfK-Vertrauensindex der GfK Custom Research.

Termine + Tagungen

Partizipation als erfolgreiche Kommunikationsstrategie

Am 6. und 7. Oktober findet in Berlin ein gemeinsames Executive-Seminar von Hertie School of Governance, Berlin und IFOK, Bensheim zum Thema „Debatten gestalten: Strategische Politikkommunikation“ statt. Einige der zu diskutierenden Fragen: Warum können politische Führungskräfte und andere Akteure gesellschaftliche Herausforderungen besser meistern, wenn sie auf Beteiligungsverfahren setzen? Welche Möglichkeiten gibt es, öffentliche Debatten mit Beteiligung zu gestalten? Welche Erfolge hat Beteiligung vorzuweisen? Weitere Informationen zum Seminar auf www.hertie-school.org/executive. Die Hertie School of Governance (HSoG) bereitet herausragend qualifizierte Menschen auf öffentliche Führungsaufgaben vor. Sie bietet einen

zweijährigen Masterstudiengang mit dem Abschluss "Master of Public Policy" an.

Corporate Communication Europe Summit 2008

"Transforming strategy into action through communication" (Umwandlung von Strategie in Handlung durch Kommunikation) lautet das Motto des Kongresses am 19. und 20. November 2008 in Barcelona, Spanien. Dazu hat der Veranstalter, Melcrum Publishing aus London (The Melcrum Report), ein internationales Podium aus erfahrenen Referenten aus Europa zusammen gestellt, z.B.:

- Michael Redford (Vizepräsident und Leiter Mitarbeiterkommunikation, SAP AG)
- Karen Cooperman (Leiterin Interne Kommunikation, Allianz Global Investors)
- Andreas Parchmann (Leiter Interne Kommunikation und Unternehmenskommunikation, Philips International) [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (6) (32.+33.KW-08)

01: Am 18. und 19. November findet zeitgleich mit der 26. Messe-Fachtagung in der Neuen Messe Stuttgart erstmals eine **Messe für Messemacher** statt: die MX Messe-Expo - für die Messeverantwortlichen in ausstellenden Unternehmen. Infos: www.messe-stuttgart.de.

02: Reminder: die nächsten Termine der **Roadshow der PMG** Presse Monitor Gesellschaft, Berlin finden 28. August in Düsseldorf und am 4. September in Frankfurt am Main statt. Im Rahmen einer Expertenrunde zum Thema „Krisen meistern – Vertrauen schaffen“ wird zudem über die Chancen und Risiken von vertrauensbildender

Unternehmenskommunikation diskutiert. Infos:
www.pmg-roadshow.de.

03: Die nächste **Euroforum-Konferenz** findet zum Thema "**Marktforschung**" (Consumer Insights schlummern im Internet) am 14. und 15. Oktober in Berlin statt. Infos:
www.euroforum.de/dn-mafo08.

04: "**Kommunikation als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement - Best Practices**" lautet das Thema des nächsten **Fink & Fuchs PR-Pulse** am 16. September 2008 in München. Ansgar Zerfaß vom Kompetenzzentrum "Innovations- und Technologiekommunikation" der Universität Leipzig wird die Ergebnisse einer deutschlandweiten Studie zum Zusammenspiel von Innovations- und Kommunikationsmanagement in deutschen Unternehmen vorstellen und aktuelle Trends diskutieren. Diskussionsbeiträge und Fallstudien namhafter Unternehmen wie IBM, Siemens und der Süddeutschen Zeitung beleuchten das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven und geben Anregungen für eigene Maßnahmen. Anmeldeformular und Programm über www.ffpr.de/pr-pulse_innovation/.

05: Die dpa-Tochter **news aktuell** veranstaltet in den nächsten Wochen weitere **Informationstage** in zahlreichen deutschen Großstädten. Unter dem Motto "Pressearbeit 2008 - Kompass für Ihre Kommunikation" erläutern die Referenten, welche Möglichkeiten Pressestellen und PR-Agenturen haben, um Themen in den Medien optimal zu platzieren. Infos, Veranstaltungsorte und Termine:
www.newsaktuell.de/branchenthemen/infotage.htm.

06: Beim **Convento PR-Frühstück am 17. September in Wien** stellen Peter Hörschinger und Susanne Hudelist von der Kommunikationsagentur ikp Wien PR&Lobbying eine preisgekrönte Krisen-Strategie vor und

liefern Know-How zum Thema Krisen-PR: Im Mittelpunkt steht ihr Projekt "Näher am Menschen - Krisenkommunikation in Pflegeheimen", eine umfassende Strategie zur Krisenprävention und -kommunikation für SeneCura, den größten privaten Pflegeheimbetreiber Österreichs. Infos und Anmeldung: www.convento.de/events.

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (5) (32.+33.KW-08)

01: Wir haben das bisherige Ressort "Tagungen - Seminare - Ausbildung" im Interesse einer besseren Übersichtlichkeit geteilt: in die **neuen Bereiche "Termine + Tagungen" und "Ausbildung + Seminare"**. Damit können unsere Leserinnen und Leser die betreffenden Informationen direkt finden und anklicken.

02: Mit der Adresse www.complus-muenster.de (**bisher: complus-network.de**) ist der **neue Internetauftritt des Kommunikations-Ausbildungsinstituts com+plus** am 15. August online gegangen. Neu ist nicht nur das Corporate Design, sondern die Seite enthält viele zusätzliche Informationen und Tipps rund um das Thema Fort- und Weiterbildung in der Public Relations-Branche, die von nun an kontinuierlich ausgebaut werden. Schwerpunktthema der neuen Webseite ist die Qualifizierungs-Kampagne von com+plus: „Be different...“.

03: Am 19. August wurde am Campus Potsdam der **Kooperationsvertrag zwischen der UMC Potsdam** (FH), vertreten durch ihren Präsidenten Eberhard Knödler-Bunte **und dem National Institute of Business**, Moskau, vertreten durch seinen Rektor Sergey Plaksiy, unterzeichnet. Nach mehrmonatigem intensiven Austausch zwischen Vertretern der deutschen und der russischen Hochschule wird somit die zukünftige enge

internationale Zusammenarbeit schriftlich fixiert. Im Mittelpunkt der Kooperation steht die Planung und Durchführung von Bildungsangeboten in der akademischen und außerakademischen Aus- und Weiterbildung mit den Schwerpunkten interkulturelles Kommunikationsmanagement, Change Management, Managementkulturen und Markenmanagement. Zusätzlich sollen in diesem Themenspektrum Forschungsprojekte entwickelt und bearbeitet werden.

04: Inhaus-Seminare sind eine gute Möglichkeit, um sich schnell Kompetenzen anzueignen. Die Kommunikations-Agentur Kilroy PR, Kronberg/Ts. bietet interne Schulungen an. Aus einer Vielzahl von Themen können die Unternehmen wählen oder auch eine Mischung aus dem Seminarangebot buchen. Die Referenten sind allesamt erfahrene Experten aus der Kommunikationsbranche. Je nach Workshop wird die Schulung von mehreren Trainern durchgeführt. Am Ende eines jeden praxisnahen Workshops steht die Entwicklung konkreter Kommunikationsstrategien. Infos: www.kilroy-pr.de.

05: Als Professor im Fachbereich Medienmanagement der Macromedia Fachhochschule wurde jetzt der Geschäftsführende Gesellschafter der Kommunikationsagentur SSP Scheben Scheurer & Partner in Hürth, **Hans Scheurer**, berufen. Der 55-jährige Kommunikationsberater und promovierte Medienwissenschaftler verstärkt dort das Dozenten-Team, das die Ausbildung von PR-Fachleuten betreut. Mit insgesamt acht Professoren gehört Macromedia bundesweit zu den größten Ausbildungseinrichtungen für Public Relations. An den Standorten München, Stuttgart, Hamburg und Köln bildet Macromedia in sieben Fachbereichen Medien-Spezialisten aus. Scheurer unterrichtet am Campus Köln.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... Freiflüge im Interessenkonflikt des Gewerkschaftsfunktionärs



Guten Tag! Die Aufregung um den Gratis-Urlaubsflug erster Klasse im Wert von 10 000 Euro mit der Lufthansa von Berlin in die Südsee von Frank Bsirske und seiner Frau Bettina Jankovsky kann ich nicht nachvollziehen. Dafür habe ich gute Gründe. Ich selbst bin gratis mit Lufthansa von Frankfurt nach Singapur und weiter nach Sydney geflogen. Das hatte nichts mit Korruption zu tun, sondern mit vertraglichen Regelungen der Lufthansa mit ihrem fliegenden Personal. Danach durften Stewardessen bzw. Stewards ihre Ehepartner bei Flügen zur Weihnachtszeit oder Einsätzen mit einer Dauer von mehr als 18 Tagen gratis mitfliegen lassen. Die Transferkosten zwischen den Flughäfen und den verschiedenen Hotels waren inklusive und die Hotelübernachtungen meist gratis. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Wird das Öffnen von Überraschungseiern nur noch in Eckzimmern erlaubt?

Wenn Autofahrer im Auto ihr Handy nicht berühren dürfen, wenn Erwachsenen der Genuss von Tabakqualm in Gaststätten mehr oder weniger verboten wurde, dann sollen auch die Kinder adäquat nachziehen: Folgerichtig hat die Kinderkommission des Bundestags nun ein Verbot

von Überraschungseiern vorgeschlagen. Alles andere ist den Kids ja eh schon untersagt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Journalismus à la Peking: Distanz ad acta - schneller, dümmer, lauter

Die Samstag-Sportschau im Ersten und das Sportstudio im Zweiten sind schon seit Jahren distanzlose Lobhudeleien mit sparsam dosierter kritischer Distanz als Verzierung. Dito die Bundesliga-Reportagen im Rundfunk der ARD. Zu viele Reporter und Moderatoren wirken nicht nur „embedded“ wie die CNNler im Irakkrieg, sie geben sich hin, vollumfänglich „embraced“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Die geteilte Medienlandschaft und die acht Kreise der Kommunikation

Die Wege der Informationen werden immer vielfältiger. Kamen uns vor vielen Jahren Radio und Fernsehen noch schnell vor und hatten wir lediglich das heimische Telefon, um über größere Distanzen zu kommunizieren, ist unser Alltag heute vollgestopft mit Kommunikation. Dabei werden über private Kanäle längst nicht mehr nur private Informationen ausgetauscht. Die Aufgaben der Medien verändern sich, unsere persönlichen Kontakte werden wichtiger. Eine Bestandsaufnahme.

Den kompletten Artikel von Jan Tißler vom 17. August im "upload-magazin" [hier online weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

Umweltschutz geht alle an: International Coastal Cleanup Day auch in Deutschland

Flaschen, Dosen, Kippen, Tüten, Grillreste – unsere Strände sind voll von diesem Müll. Abfall aus Glas, Aluminium, Tabak, Kohle, Papier, vor allem aber aus Plastik. Dieser Unrat verunstaltet nicht nur unsere Ufer und birgt Verletzungsgefahren, er bedroht letztlich die Ökosysteme der Meere. Denn Strandmüll landet oft im Ozean. Schätzungsweise eine Million Seevögel, 100.000 Meeressäuger und unzählige Fische sterben jährlich weltweit an dieser Verschmutzung. Schildkröten verfangen sich in Plastiktüten und verenden qualvoll. Albatrosse verhungern, weil ihre Mägen voll gestopft sind mit kleinen Plastikteilchen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 19 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich

finden Sie hier:

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

Agenturen

Hill & Knowlton Communications sucht (Junior) Berater/in für Healthcare-Team

PR-Junior-BeraterIn gesucht

München: ComMenDo sucht PR-Berater/Projektmanager (w/m)

Stilcken + Goettges sucht Senior-Berater (m/w)

MS&L sucht Assistent/in zur Unterstützung unserer Teams

MS&L sucht Trainee und Junior Consultant (m/w) Corporate Communications

MS&L sucht Consultant (m/w) mit Schwerpunkt Corporate Communications (halbe Stelle)

Martin et Karczinski sucht PR-Berater und Konzeptioner/Texter

A&B ONE sucht ab sofort Projektmitarbeiter/innen für den Standort Berlin

rheinfaktor sucht Verstärkung

fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner (m/w) Marke

Junioren und PR Manager im Bereich Entertainment

Journalistisch geschulter Texter - Online-Redakteur (m/w)

Wir suchen Mitarbeiter

Juniorberater/in PR gesucht

PR Manager/in gesucht

A&B FACE2NET sucht Junior Berater/in für die Online Kommunikation

Senior Consultant Online-Kommunikation (m/w) - Freiburg, München

Leiter/in Bereich PR

KOOB sucht PR-Consultant (w/m)

Redakteur/in Öffentliche Hand

Junior PR-Berater/in Touristik

muehlhaus&moers kommunikation sucht CP-Redakteure, PR-Berater und Grafiker

PR Berater/in Touristik

Senior-PR-Berater (m/w) Marke

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

Unternehmen

(Junior-) Konferenz-Manager/innen gesucht

Freelancer

Neue kreative Bürogemeinschaft

Unterm Strich mehr als Text

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. August 2008 – 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.301 Empfänger** versandt.

Frauke Scheben, New York/USA
([frauke.scheben\[at\]gmx.de](mailto:frauke.scheben[at]gmx.de)).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Impressum:.....

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

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](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de)



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

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

Redaktion:

E-Mail:

[mailto:redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de),

[gerhard\[at\]pfeffer.de](mailto:gerhard[at]pfeffer.de)

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

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.

Ständige Kommentatoren:

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

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich ([bernd-oliver_buehler\[at\]web.de](mailto:bernd-oliver_buehler[at]web.de)); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo ([muenchen\[at\]pr-journal.de](mailto:muenchen[at]pr-journal.de)); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr ([berlin\[at\]pr-journal.de](mailto:berlin[at]pr-journal.de));