

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 173 / 41. KW 2008

Seite 1

Keine Werbung zum Nulltarif

Mittelständler wollen Pressearbeit zumeist als kostenlose Werbung einsetzen – das ist ein Fehler. Dabei setzen sie zu häufig auf die Fachpresse. Die Zeitungen schreiben doch, was sie wollen. Und das fuchst Manager. Jeder zweite glaubt, dass sein Arbeitgeber in den Medien wesentlich besser wegkommen könnte. Das besagt eine Umfrage der Initiative Unternehmenskultur unter rund 80 Mittelständlern. Dabei werden Journalisten gern mit Jubelpersern verwechselt: Vier von fünf Managern sehen Pressearbeit als kostenlose Werbung.

Den Artikel vom 12. Oktober in ftd.de [hier online weiterlesen](#).

Keine CSR-Kommunikation ohne Risiko

Medienresonanzanalyse zeigt: Themen, Branchen und Unternehmensgröße haben entscheidenden Einfluss auf die CSR-Reputation einzelner Firmen. Nachhaltiges und verantwortliches Agieren von Unternehmen ist für

unterschiedliche Stakeholder von entscheidender Bedeutung. CSR-relevante Themen sind jedoch für Unternehmen nicht ohne Risiko. CSR muss gelebte Praxis sein – die Maßnahmen müssen in das Gesamtbild eines Unternehmens passen, da sonst die Glaubwürdigkeit leidet. Bestechungsskandale, Entlassungen oder überhöhte Managergehälter nehmen im ersten Halbjahr bereits über zwei Drittel der Kritikpunkte in der Berichterstattung ein. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Post: Ehrhart folgt auf Harnischfeger

Christof Ehrhart (42), derzeit Leiter der globalen Konzernkommunikation der European Aeronautic Defence und Space Company (EADS) in Ottobrunn, übernimmt zum 1. März 2009 die Leitung der Konzernkommunikation bei der Deutschen Post World Net in Bonn. Er tritt damit die Nachfolge von Manfred Harnischfeger (64) an, der zum 30. Juni 2009 vertrags- und altersbedingt aus dem Unternehmen ausscheidet. Er wird danach dem Haus beratend verbunden bleiben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Szyszka übernimmt PR-Professur in Österreich

Mit der Einrichtung der PRVA-Stiftungsprofessur Public Relations will die Universität Wien ihr Profil im Bereich Publizistik- und



Kommunikationswissenschaft stärken. Peter Szyszka, bisher Professor für Organisationskommunikation an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, wird ab dem Wintersemester 2008/09 an der Universität Wien lehren und forschen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Peter Poppe wird Agenturchef

Peter Poppe (46), ehemals Kommunikations- und Marketingchef beim Energiekonzern Vattenfall, wird Gesellschafter und Geschäftsführer von HBG, einer Hamburger Spezialagentur für Geschäftsberichte. Poppe übernimmt 60 Prozent der Anteile von der bisherigen Allein-Gesellschafterin Felizitas Peters, die restlichen 40 Prozent behält sie. Peters scheidet zum 1. Januar 2009 als Geschäftsführerin aus dem Unternehmen aus, bleibt aber als Senior Partnerin weiter in der Akquisition und Betreuung von Kunden aktiv. [kress.de](#)

Vattenfall Europe: Breitsprecher ersetzt May

Andreas Breitsprecher (52) wird zum 1. Januar 2009 Leiter der Konzernkommunikation beim Energieversorger Vattenfall Europe in Berlin. Er verantwortet zurzeit noch die Kommunikation des Pharmaunternehmens Boehringer Ingelheim. Zuvor war Breitsprecher in Führungsfunktionen bei Daimler-Benz Aerospace und Ciba-Geigy tätig gewesen. Geraldine Schroeder, Leiterin der

externen Vattenfall-Kommunikation, wird bis zum Ende des Jahres die kommissarische Leitung der Konzernkommunikation fortführen. Der derzeitige Kommunikationschef Martin May wird Leiter European Affairs der Vattenfall-Gruppe in Brüssel.

Personalien compact (21) (41.KW-08)

AGENTUREN:

01: **Nina Krucker** ist bei Trimedia Communications Schweiz zur Beratungsgruppenleiterin aufgestiegen und neues Mitglied der Geschäftsleitung der PR-Agentur. Im Jahr 2001 begann sie als PR-Assistentin am Standort Zürich. Im September hat Krucker ihre Ausbildung zur eidg. dipl. PR-Beraterin erfolgreich abgeschlossen.

02: **Frank Bender** (41) übernimmt ab sofort die PR-Leitung bei Position, Institut für Kommunikation (gehört zu kick media). Er war bereits seit Anfang 2007 Leiter des Presse-Teams bei der PR-Agentur.

03: **Anja Glässing** (35) gründet die PR-Agentur megafon mit Sitz in Stuttgart. Sie war vorher als Senior Communications Manager Europe bei frog design tätig. Davor arbeitete Glässing u.a. als Pressesprecherin bei der Motor Presse Stuttgart.

04: **Juliane Krokowski** (23) wird neue Junior PR-Managerin bei der Münchner PR-Agentur Koschade PR. Zuletzt war sie bei rhino's energy drink, ebenfalls München, beschäftigt. Ausserdem ergänzt **Katharina Schwarz** (22) die Agentur als Werkstudentin.



komm.passion

Nur bei uns: Parlament-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

05: **Patrick Alferts** (32) verstärkt das Team der Public-Affairs-Beratung hbpa. Der Politologe hat zuvor für InWent und für das Journalisten-Kolleg der Freien Universität Berlin gearbeitet. Bei hbpa ist Alferts in der Kundenbetreuung aktiv; daneben verantwortet er den Online-Auftritt und die Ausrichtung politischer Round Tables. Darüber hinaus kooperiert hbpa projektbezogen mit **Sven Zetzsche** (36), der über langjährige Erfahrungen im politischen Umfeld verfügt. Er war zuletzt Mitglied der Geschäftsleitung des Verbandes der Zigarettenindustrie (VdC) tätig.

UNTERNEHMEN:

06: **Sandra Kobelt** (47) ist neue Leiterin der Unternehmenskommunikation der Privatlinikgruppe Hirslanden.

07: **Sabine Ernst** (30) ist neue Pressesprecherin beim Robinson Club in Hannover.

08: **Tilman Eberle** (36) ist in der neu geschaffenen Position des Kommunikationsleiters beim Züricher Onlineterminplaner Doodle tätig.

09: **Nina Meyer** (33) übernimmt zu Beginn des kommenden Jahres die Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation beim Baden-Badener Reiseveranstalter L'Tur. Zuvor war Meyer bei der "Bild" für das Ressort Reise und Magazine zuständig.

10: **Tanja Laube** (38) ist neue Leiterin der Konzernkommunikation bei dem Schienenlogistik- und Waggonvermietungsunternehmen VTG in Hamburg. Sie übernimmt gleichzeitig die Position der Pressesprecherin. Laube folgt auf **Simone Aulert**, die in Elternzeit ist. Laube war zuletzt als stellvertretende Leiterin der Unternehmenskommunikation und Pressesprecherin bei Tchibo tätig.

11: **Andrea Hardt** (39) ist als neue Leiterin der Gruppe Public Relations bei der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) tätig. Sie verantwortet in dieser Position die PR-Aktivitäten mit den Schwerpunkten Corporate Sponsoring, Eventmanagement und das Corporate Publishing. Hardt kommt von der Agentur Deekeling Arndt Advisors in Düsseldorf, der sie zehn Jahre angehörte.

12: **Phoebe Engel** (33) und **Sirin Negele** (25) erweitern das Brand-Management-Team um **Dirk Schmidinger** bei Titan Reisegepäck in Penzberg/München. Die PR-Fachwirtin Engel mit Stationen bei MVG (Medienverlagsgesellschaft), Krauts PR und Wilde & Partner tritt als Brand Manager in das Unternehmen ein. Nach erfolgreich abgeschlossenem Studium zum Diplom-Mode- und Design-Manager an der AMD (Akademie Mode und Design) unterstützt Negele als Junior Brand Manager das Marketing-Team.

13: **Angelo Bauso** (40) übernimmt bei easy Sports Freizeitanlagen die Funktion als Direktor

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!

Marketing/Kommunikation und verantwortet damit zukünftig den Außenauftritt der Fitnessmarke. Der studierte Sport- und Kulturwissenschaftler kommt von der Schmittgall Werbeagentur, wo er zuletzt sechs Jahre tätig war. Bauso berichtet in seiner neuen Tätigkeit direkt an Geschäftsführer **Alexander Boldt**.

14: **Anja Beckmann** [35] ist neue Managerin Communications & CSR bei Starbucks Coffee Deutschland in Essen, sie verantwortet die interne und externe Kommunikation und ist Pressesprecherin. Zuvor war sie als Corporate Affairs Managerin für Kraft Foods in Bremen tätig.

MEDIEN:

15: **Tanja Heinlein** (29) übernimmt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei digital publishing in München

16: **Christina Lösch** (32) ist ab sofort als Pressesprecherin von Quoka-Managements tätig, sie ist auch neue Marketing Managerin für den Bereich Online bei Quoka.de. Im Team von **Daniel Plesse** verantwortet sie die Öffentlichkeitsarbeit.

17: **Martin Jaschke** rückt als Sprecher der Geschäftsführung der Zeitungsgruppe Thüringen in das Führungsgremium der WAZ-Gruppe auf und **Katharina Borchert** als Geschäftsführerin

der Tochter WAZ Newmedia. Die Chefin des Web-Portals Der Westen wird damit künftig den gesamten Online-Bereich der Gruppe verantworten.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

18: **Sabine Sommer** (32) ist neue Pressesprecherin für die Gemeinnützige Wohnungsfürsorge in München.

19: **Karin Retzlaff** (43) ist neue Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit des Mineralölwirtschaftsverbands in Hamburg. Sie folgt auf **Barbara Meyer-Bukow**, die als Pressesprecherin zu Vattenfall Nuclear Energy gewechselt ist. Retzlaff war zuvor für den Verband der Deutschen Biokraftstoffindustrie tätig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

20: **Markus Schulte** (42) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesamts für Zivildienst (BAZ) in Köln. Schulte kommt von dem Jobcenter ARGE in Dortmund, wo er zuletzt als Pressesprecher tätig war. Er folgt auf **Rüdiger Löhle**, der nach 22 Jahren als Pressesprecher für das BAZ in den Ruhestand geht.

21: **Heiko Messerschmidt** (32) ist neuer Pressesprecher der IG Metall Küste in Hamburg. Er folgt auf **Daniel Friedrich**, der künftig die Bereiche Tarif- und Betriebspolitik des Bezirks Küste betreut.

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!

Messerschmidt war zuletzt als fester freier Mitarbeiter mit den Schwerpunkten Wirtschaft und Landespolitik beim NDR-Hörfunk in Schwerin tätig.

Etats

Etats compact (19) (41.KW-08)

01: Arbeitsgemeinschaft Media Analyse (ag.ma), Frankfurt am Main
was: *Pressearbeit*
an: **Löw-Komm**, München

02: Mobilfunkanbieter ring, Düsseldorf
was: *Unternehmens- und Produktkommunikation in Deutschland*
an: **Schwartz Public Relations**, München

03: Tidewater Plantations Development Company, Atlanta GA (USA)
was: *PR-Kampagne für Laurel Island Resorts*
an: **Counterpart**, Köln

04: Hasbro Deutschland, Dreieich
was: *NENA My little Pony Styling Workshop*
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

05: TWC Groupe, Aalen
was: *PR-Aktivitäten im deutschsprachigen Raum für die Marken Boss Black Watches, Boss Orange Watches, Tommy Hilfiger Watches.*
an: **Götterfunke Communication**, München

06: Direktbank Cortal Consors, Nürnberg
was: *Corporate-Publishing-Etat für das Cortal Consors Magazin*
an: **WDV**, Bad Homburg

07: Financial Times Deutschland (FTD), Hamburg
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PubliKom Kommunikationsberatung**, Hamburg

08: Deutsche Phono-Akademie, Berlin
was: *Events rund um den ECHO Klassik 2008*
an: **brandarena**, Ismaning

09: Kinderunterhaltungsmarke Jetix, München
was: *Deutschlandfinale der Haribo Jetix Golf Challenge*
an: **Eyecansee**, Hamburg

10: WISAG-Gruppe, Frankfurt am Main
was: *regional ausgerichteter Öffentlichkeitsarbeit in der Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg*
an: **index**, Berlin

11: Ostdeutscher Sparkassenverband, Berlin
was: *Kampagne zur Sparkassen-RiesterRente*
an: **wollmerstaedt.communications**, Dresden

12: Bekleidungshersteller Oxbow, Mérignac Cédex (F)
was: *B2B-und B2C-Markenkommunikation*
an: **360 public relations**, München

13: Marketing-Software-Spezialist BrandMaker, Karlsruhe
was: *Pressearbeit*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

14: Epicor Software, Frankfurt am Main
was: *B2B-Communication*
an: **Text 100**, München

15: Textilgruppe Bäumler, Ingolstadt
was: *Pressearbeit und Unternehmenskommunikation*
an: **Agenturgruppe Werbewelt** (PR-Unit), München

16: IP-Infrastruktur.Anbieter Nominum, Redwood City, CA (USA)
was: *Kontakte zu IT-Fachjournalisten*
17: Fotobuchanbieter albelli, Köln

was: *klassischer PR-Beratung und Web-2.0-Aktivitäten*

18: Hersteller von Generatoren Turboden, Brescia (I)

was: *PR-Beratung*

19: Telekommunikationsanbieter nfon, München

was: *Beratung bei der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **HBI Helga Bailey**, München

Branche

Kommunikationskongress 2008 - Livestream

Der diesjährige Kommunikationskongress wurde am 09. Oktober um 9:45 Uhr durch den Präsidenten des Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP), Lars Großkurth, feierlich eröffnet. Sie haben die Möglichkeit, sämtliche Keynotes, ausgewählte Best-Case-Vorträge und spannenden Diskussionen per [Livestream](#) nachzuverfolgen. Der Vortrag des Bundesministers des Innern, Wolfgang Schäuble (CDU), über "Bedeutung von Transparenz und Glaubwürdigkeit in der politischen Kommunikation" eröffnete den Livestream. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ZAW: Alarmismus bedroht Werbeinvestitionen

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), Berlin warnt mit Blick auf die Finanzkrise vor den Folgen des "ausufernden Alarmismus" für die Dynamik der Investitionen in Werbung und damit für Medien und Volkswirtschaft. Die Verunsicherung der Konsumenten drohe auf werbenden Unternehmen durchzuschlagen, wie einzelne

Meldungen über Kürzungen von Werbeetats bereits zeigten. Der Fieberanfall der Geldmärkte schwäche die deutsche Wirtschaft. "Wer aber als Unternehmen aus dieser Krise keine Marktchancen zu schöpfen sucht, vergibt Wettbewerbsvorteile", sagte ein Sprecher des ZAW am 11. Oktober in Berlin. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Banken kommunizieren in der Krise zu wenig

Wer die Webportale der vier größten privaten Geldinstitute in Deutschland besucht, fühlt sich in die heile Welt vor dem Platzen der Spekulationsblase zurückversetzt: Mit keinem Wort werden die Turbulenzen am Kapitalmarkt kommentiert. „Das ist symptomatisch für das Kommunikationsverhalten des Finanzsektors und angesichts der dramatischen Lage überhaupt nicht angebracht. Auf einigen Webseiten wird sogar über Wachstumsprogramme oder neue Filialeröffnungen geschrieben – aber kein Wort zur Krise. Dabei kommt es jetzt darauf an, aktiv den Dialog mit den Kunden und der Öffentlichkeit zu suchen und so selbst vertrauensbildende Maßnahmen zu ergreifen“, sagt Sebastian Callies, geschäftsführender Gesellschafter von Callies und Schewe Kommunikation in Mannheim. Der ehemalige Wirtschaftsjournalist und PR-Berater unterstützt mit seinem Partner Kim Schewe technologieorientierte Unternehmen und Konzerne bei der authentischen Kommunikation mit ihren Kunden und Mitarbeitern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (41.KW-08)

01: **Weber Shandwick wurde bei den PR News Platinum Awards Anfang Oktober erneut als "Large Agency of the Year" ausgezeichnet.** Das amerikanische Branchenmagazin "PR News"

würdigt jährlich internationale Kampagnen, Kommunikationsinitiativen und die Menschen dahinter. Auf der Verleihung in New York konnte Weber Shandwick neben dieser Auszeichnung drei weitere Awards entgegennehmen:

- "Green PR" für Unilever
- "Word of Mouth/Viral Campaign" für Crest
- "Satellite Media Tour" für Susan G. Komen und "The State of Breast Cancer".

02: C&C Contact & Creation, Frankfurt am Main und Mangum Hills Balfour haben eine strategische Allianz geschlossen, um langfristig die Wettbewerbspositionen beider Unternehmen in ihren Geschäftsfeldern zu stärken und auszubauen. Jede Agentur bleibt rechtlich und wirtschaftlich unabhängig, wird jedoch dank der Partnerschaft ihre jeweiligen Kernkompetenzen erweitern. Künftig werden die Unternehmen gemeinsam internationale Kunden aus der Tourismus-Industrie repräsentieren.

03: Aus der Hamburger PR-Agentur „impressum Publikation und PR“ wird „impressum health & science communication“. „Der neue Name ist eine Konsequenz aus der Entwicklung der letzten fünf Jahre“, erläutert Frank von Spee, einer der beiden geschäftsführenden Gesellschafter von impressum. Ziel sei es, mit dem Namenszusatz „health & science communication“ das Agenturprofil künftig klar zu kommunizieren.

04: dialoq-Veranstaltung der GPRA am 8. Oktober in Berlin: Die Experten von beiden Seiten des Atlantiks waren sich am Ende einig: Wahlen können nicht allein im Internet gewonnen werden, allerdings mittlerweile auch nicht mehr ohne das Internet, welches über ein immenses Mobilisierungspotenzial verfügt. Was den Wahlkampf on- wie offline angeht, gelte es in mehr als einer Hinsicht von den USA zu lernen: Neben einem verstärkten Einsatz dialogischer Social Media Instrumente seien professionelle strategische Beratung, eine perfekte

Vorbereitung, uneingeschränkte Loyalität und Professionalität im Wahlkampf elementar wichtig - und in Deutschland ausbaufähig. Weitere Informationen, Fotos und Audio-Mitschnitte zu dieser dialoq-Veranstaltung gibt es im Internet unter www.dialoq-nrw.de.

05: Anja Glässing, Senior Communications Manager bei frog design, hat sich mit dem **PR-Büro megafon – Agentur für Kommunikation** in Stuttgart **selbstständig** gemacht.

Medien

Focus-Studie: Der Markt der Medien

Auszug: Das Bedürfnis, sich über Aktuelles auf dem Laufenden zu halten, befriedigen die Deutschen am liebsten im TV – und das schon seit Jahren. Erst mit deutlichem Abstand folgen Zeitungen und das Radio. Größter Verlierer der letzten drei Jahre ist hierbei die Zeitung. 48 Prozent, und damit vier Prozentpunkte weniger als noch 2004, der Deutschen informierten sich 2007 in diesem Medium – was sich auch in stetig sinkenden Reichweiten des Mediums widerspiegelt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Für Sie gesehen: Medienmagazin ZAPP am 8. Oktober

- Hektisch - Börsenjournalisten im Strudel der Bankenkrise
 - Ärgerlich - Die Trickereien beim Bezahlsender Premiere
 - Kriminell - Die Machenschaften des ARD-Journalisten Jürgen Emig
- [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

MFG Baden-Württemberg stellt sieben Trends für die digitale Zukunft vor

Sieben bedeutsame Trends für die digitale Zukunft stellte die MFG Baden-Württemberg auf der do it.konferenz 2008 in Stuttgart vor. Einer der Trends: Das intelligente Internet in Echtzeit. Das Surfen im World Wide Web, das momentan noch hauptsächlich mit dem Internet in Verbindung gebracht wird, wird künftig zur Nebensache. „Das Internet wird vielmehr zum zentralen Medium, das Systeme und Menschen verbindet“, erklärt Klaus Haasis, Geschäftsführer der MFG Baden-Württemberg in seiner Keynote auf der do it.konferenz 2008. Zudem werden Suchmaschinen mehr und mehr zu Findemaschinen. Bisher werden bei der Suche sinnfreie Zeichenketten verglichen. Durch den Einsatz neuer semantischer Technologien wird sich das ändern. Dann werden Text- und Bilddokumente mit Metadaten verbunden, die ihren Kontext erläutern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die (Finanz)Krise im Internet

Die Misere auf den Finanzmärkten macht auch vor dem World Wide Web nicht Halt - und teilt Blogger weltweit in zwei Lager. Nur wenige haben Erhellendes zu sagen. Die Krise an den internationalen Finanzmärkten teilt Online-Journalisten und Blogger weltweit in zwei nicht eben gleich große Lager. Auf der einen Seite gibt es die große Masse, die verzweifelt nach Orientierung und Erklärung sucht. Auf der anderen Seite steht die kleine Zahl derjenigen, die zu dem Thema Erhellendes zu sagen haben und den nötigen ökonomischen Sachverstand besitzen, um die unübersichtliche Lage wenigstens in Ansätzen zu durchschauen. [sueddeutsche.de](#)

Medien compact (10) (41.KW-08)

01: **TNS will sich von WPP übernehmen lassen.** Das britische Marktforschungsunternehmen Taylor Nelson Sofres (TNS) empfiehlt seinen Aktionären, das Übernahmeangebot des Werbekonzerns WPP für TNS anzunehmen. Der Board halte das Gebot zwar weiter für zu niedrig, teilt TNS mit. Da WPP jedoch angekündigt habe, TNS nach der Übernahme von der Börse zu nehmen, seien die verbleibenden Aktionäre dem Risiko ausgesetzt, eine Minderheit an einem nicht mehr gelisteten Unternehmen zu halten, begründet TNS die nun erstmals ausgesprochene Empfehlung der Offerte. [kontakter.de](#)

02: **Knol ist voll Fehlinformationen und Schleichwerbung.** Anders als die Online-Enzyklopädie Wikipedia, bei der jeder jeden Text ändern kann, setzt Google auf Alleinautoren. "Wir glauben, dass man Web-Inhalte viel besser nutzen kann, wenn man weiß, wer sie geschrieben hat", erklärte Google-Manager Udi Manber zum Start. Ihre Identität können die Autoren verifizieren lassen. Nur: Dass jemand der ist, der er oder sie vorgibt zu sein, macht die Person noch lange nicht zum Experten - und ihre Texte nicht automatisch richtig. [sueddeutsche.de](#)

03: **Zukunft des Journalismus: Presse ist Vergangenheit.** Über die Schockstarre in Printredaktionen und Wege ins Online-Zeitalter spricht der amerikanische Journalismusexperte und Medienvisionär Jeff Jarvis. [sueddeutsche.de](#)

04: **Kundenmagazine als starke Konkurrenz für Fach- und Publikumszeitschriften.** Manfred Hasenbeck, Chef des Corporate Publishers Burda Yukom, mokiert sich über die dicken Bäume vieler Verleger und warnt davor, online als billige Alternativ zu Print zu sehen. [turi2.de](#)

05: **Der gläserne Firefox-Nutzer.** Die Mozilla Foundation will offenbar Informationen über die Nutzung des Internet für jeden frei zugänglich

veröffentlichen. Die Aktion soll ein besseres Verständnis des Web ermöglichen. Allerdings sollen diese Informationen, etwa über die verwendete Bandbreite, die Zahl der Downloads oder Nutzungsstatistiken von Web-Seiten keine Rückschlüsse über einzelne Anwender zulassen und daher entsprechend anonymisiert werden.

silicon.de

06: ZDF will Hybridboxen im Kabel. Der Justitiar des ZDF wünschte sich auf einer Medienveranstaltung in Leipzig Hybridboxen, die auch in der Lage sind, Internetinhalte darzustellen. ARD und ZDF investieren massiv in den Ausbau ihrer Internetangebote. Diese sollen nun auch auf den Fernseher kommen. Die Lösung für das ZDF ist eine Hybridbox, die neben digitalen Fernsehsignalen auch Internetinhalte darstellen kann.

digitalfernsehen.de

07: TV-Duelle vor der Bundestagswahl: Merkel vs. Steinmeier. Erinnern Sie sich noch an Stoiber gegen Schröder im Fernsehen? Das war ein Spaß! Merkel gegen Steinmeier verspricht vielleicht weniger Zoff, dennoch wollen die privaten TV-Sender diese Debatte – am liebsten zwei Mal. Zur Bundestagswahl im nächsten Jahr streben die Privatsender RTL und Sat.1 wieder ein gemeinsames TV-Duell mit den Kanzlerkandidaten von Union und SPD an. Wie die beiden Sender am Mittwoch mitteilten, haben sie Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) und Außenminister Franz-Walter Steinmeier (SPD) zur Teilnahme an den TV-Duellen 2009 eingeladen. netzzeitung.de

08: Messen & Kongresse: Plattformen für Kommunikation. Die deutschen Messeveranstalter sind zufrieden mit den Umsätzen des 1. Halbjahres 2008 - allerdings bedeuten die guten Ergebnisse nicht, dass der Markt noch nicht gesättigt wäre. Im Gegenteil: Neue Geschäfte machen die meisten Messegesellschaften hauptsächlich im Ausland.

In Russland, China und Indien sind deutsche Messemarken sehr beliebt. horizont.net

09: Nachrichtensender profitieren von der Finanzkrise. N24 und n-tv befinden sich im Aufwind: Je mehr sich die Finanzmarktkrise zuspitzt, desto größer wird offenbar das Informationsbedürfnis. Die beiden Sender reagieren darauf mit ausführlicher Sonderberichterstattung. Diese werde sehr gut angenommen, bestätigte eine n-tv-Sprecherin gegenüber der "Berliner Zeitung" Auch N24 verzeichnet dem Blatt zufolge wachsendes Interesse. Inwieweit sich dies in steigenden Quoten und Marktanteilen niederschlagen werde, müssen allerdings noch analysiert werden. wuv.de

10: Studie: Deutsche Verlage im Online-Check. Haben die Prinzhäuser es geschafft, ihre traditionellen Medienmarken in die digitale Welt zu übertragen? Diese Fragen versucht eine neue Studie der OC&C Strategy Consultants zu beantworten. wuv.de

Services + Tipps

Cision: erstes europaweites Portal für Kommunikationsmanagement

Am 15. Oktober geht Cision, Kornwestheim mit dem Tool CisionPoint online. Es ist die erste europaweite Plattform, die den gesamten Kommunikationsprozess des Kunden unterstützt. Damit ist CisionPoint die zentrale Drehscheibe, auf der Kommunikationsmanager ihre internationalen Media Relations noch effizienter und zielgenauer planen, umsetzen, verfolgen und evaluieren können. Die Integration der vier bekannten Cision- Servicemodule Plan, Connect, Monitor und Analyze auf einer zentralen Plattform hilft dem Kunden, Effektivität und Effizienz und damit den Wert seiner

Kommunikation zu steigern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Controlling: asset:vision bietet branchenfokussiertes Angebot

asset:vision, ein in Frankfurt am Main ansässiges Beratungsunternehmen, bietet Banken, Versicherern und anderen Finanzdienstleistern ab sofort ein branchenspezifisches Angebot an Controlling- und Analysedienstleistungen für die Unternehmenskommunikation an. Dazu zählen insbesondere die Durchführung von Medienresonanzanalysen und die Konzeption von Controlling-Programmen wie das Balanced Benchmarking oder die Balanced Scorecard für Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Werbeäquivalenzwert sollte sich längst überlebt haben

Mit dem Start des Unternehmens asset:vision ist ein weiterer Wettbewerber in den speziellen Markt für Medienresonanzanalysen und PR-Controlling eingetreten. Grund genug für uns, mit dem Inhaber Volker Weber (38) über das Dauerthema Evaluation von Medienarbeit und den heftig umstrittenen Werbeäquivalenzwert zu sprechen.

PR-Journal: Herr Weber, Sie verwenden in Ihrem Analyse-Unternehmen asset:vision den Begriff „Publizitätswert“ anstelle von „Werbeäquivalenzwert“ - ist das neuer Wein in alten Schläuchen?



Volker Weber: Nein, denn wir distanzieren uns methodisch ganz bewusst vom Werbeäquivalenzwert als qualifizierte Kennzahl für

Medienarbeit. Die platte Formel „Anzeigenpreis mal PR-Faktor“, vielleicht noch pauschal mit positiv oder negativ bewertet, wird aus unserer Sicht den inhaltlichen Ansprüchen an eine systematische PR-Evaluation in keiner Weise gerecht und ist für die Bewertung der redaktionellen Qualität eines Beitrages, oder gar ganzer Berichtszyklen, völlig ungeeignet. Unser Bewertungsmodell des Publizitätswertes legt den Fokus sehr viel deutlicher auf die werttreibenden, oder eben auch wertvernichtenden, Kriterien der Berichterstattung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (5) (41.KW-08)

01: Das am 7. Oktober in Wiesbaden im Rahmen einer Pressekonferenz vom Präsidenten des Statistischen Bundesamtes (Destatis), Roderich Egeler, vorgestellte Statistische **Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 2008** bietet neben wichtigen Fakten über die sozialen und wirtschaftlichen Verhältnisse in unserem Land viele interessante Ergebnisse über Deutschland im internationalen Vergleich. Weitere Informationen: www.destatis.de.

02: In Japan wurde eine **Brennstoffzelle für Mobiltelefone** vorgestellt, die bis spätestens März 2009 auf den Markt kommen soll. Der japanische Hersteller Toshiba hat eine neue Brennstoffzelle für Handys vorgestellt. Auf der Messe Ceatec Japan 2008 wurde der Prototyp auf Basis des W55T präsentiert. Der Marktstart ist für das laufende Finanzjahr (Ende: 31. März 2009) geplant. www.computerwoche.de

03: **Die Finanzkrise trifft die Internetbranche hart.** Früher kokettierte man mit der Burn-Rate, heute sind die Zeiten des Easy-Cash vorbei. Verglichen mit der Panik anderer Branchen bleibt die Web-Szene dennoch relativ gelassen - bei frisch gegründeten Web-Firmen könnte sich die

Suche nach Investoren allerdings schwierig gestalten. www.handelsblatt.com

04: **Ein Werkzeug mit mehreren Anwendungen ist kostengünstiger als mehrere Werkzeuge mit jeweils nur einer Anwendung.** Genauso ist es in Public Relations und Unternehmenskommunikation: Ein Thema, das in mehreren Medien genutzt wird, rechnet sich stärker als viele Einzelthemen, die jeweils nur einmal erscheinen. „Single Source – Multiple Media“ heißt deshalb das Prinzip, das Unternehmen im B2B-Marketing helfen kann, sowohl bei der externen als auch bei der internen Kommunikation effiziente Wege zu gehen. Informationen zum Thema hier: www.ofischer.com.

05: Der **Walhalla Fachverlag** in Berlin hat als Neues Arbeitsmittel die neue Ausgabe von "**Parlamentarium 2009**" veröffentlicht. Der parlamentarische Jahreskalender informiert Politiker, Journalisten und Berater aus dem parlamentarischen Raum rund um die wichtigsten Ansprechpartner. Infos: www.walhalla.de.

Termine + Tagungen

Gesellschaftliche Verantwortung: Zentrale Herausforderung für Unternehmen

Internationale Experten fordern bessere statt mehr staatliche Regulierung. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) ist eine der wesentlichen Herausforderungen für global agierende Unternehmen. Um dieser Verantwortung angesichts des verschärften internationalen Wettbewerbs besser gerecht werden zu können, benötigen die Unternehmen global verlässliche Rahmenbedingungen in

Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Dies ist die wichtigste Erkenntnis von über 500 Wissenschaftlern und Experten aus 35 Ländern anlässlich der „3. Internationalen CSR-Konferenz“ der Humboldt-Universität zu Berlin, die am 10. Oktober zu Ende ging. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (7) (41.KW-08)

01: Am 6. November findet in Frankfurt am Main die **7. Internationale Konferenz Chefsache Issues Management** zum Thema "Issues kontrollieren - Krisen bewältigen" statt. Veranstalter sind Image Issues Management Gesellschaft Deutschland und das F.A.Z.-Institut. Weitere Infos: www.conventseminare.de/issues2008.

02: **Montua Kommunikation**, Hamburg veranstaltet im November 2008 sowie im Januar und Februar 2009 drei mehrtägige **Workshops der Reihe IK Intensiv**. Am 26. + 27. November geht es um das Thema: "Veränderungen intern kommunizieren: Das richtige Instrument zur richtigen Zeit". Weitere Termine, Themen und Infos unter: www.montua.com.

03: **1. Europäischer Internal Branding Kongress** - From Employer Branding to Employee Engagement. Wien, 20. + 21. November 2008. Mit Praxisprojekten von BMW, TNT, Kempinski, Skoda, mobilkom, Telekom Austria, Erste Bank sowie mit lehrreichen Workshops internationaler Internal Branding Experten. Veranstaltet von Symbiosis - bring your story into life in Kooperation mit der Internal Branding Academy. Nähere Infos und Anmeldung: www.internalbranding.eu

04: **Checkpoint Karrieretag Public Affairs**. Am 12. Dezember 2008 von 13 bis 21 Uhr stellen sich Public Affairs-Agenturen 100 ausgewählten Absolventen und Young Professionals vor und lernen dabei potentielle Mitarbeiter kennen. Mehr

Informationen dazu hier: www.checkpoint-karrieretag.de

05: Am 16. Oktober veranstaltet der **PR Club Hamburg** bei Gruner + Jahr eine Podiumsdiskussion zum Thema "**Corporate Social Responsibility**". Auf dem Podium: Andreas Knaut, Thomas Mickleit und Tomas Voigt. Infos: www.pr-club-hamburg.de.

06: Vormerkung: Der **Deutsche Medienkongress 2009** findet am 21. Januar 2009 in Frankfurt am Main statt.

07: Das **Kommunikationsinstitut com+plus in Münster** bietet zur Vorbereitung auf das **Superwahljahr drei Workshops an**. „Die Wahlkämpfer aus allen föderalen Ebenen können bei uns die Schulbank drücken, um sich mit den Anforderungen eines modernen Medienwahlkampfes vertraut machen“, erläutert Jochen Voß, stellv. Instituts-Geschäftsführer. Am 13. und 14. November 2008 steht das Thema „Wahlkampfmanagement – Siege kann man machen!“ auf dem Programm. Am 19. und 20. Januar 2009 folgt „Schlagkräftiges Campaigning in Medien und Öffentlichkeit“, am 21. und 22. Januar 2009 „Fundraising und Webcampaigning“. Infos: www.complus-muenster.de.

Ausbildung + Seminare

Weiterbildung: Bund fordert Selbstbeteiligung

Lernfreudige bekommen ab Dezember mehr Geld vom Staat: Mit einer "Bildungsprämie" möchte Berlin die berufliche Weiterbildung finanziell fördern, und zwar vor allem bei den Älteren und den sogenannten Bildungsfernen. 154 Euro gibt es für jeden, der sich weiterbilden möchte und weniger als 17.900 Euro zu

versteuerndes Jahreseinkommen vorzuweisen hat. Allerdings muss der Empfänger mindestens die gleiche Summe dazulegen. Jeder habe die Verantwortung für seine eigene Bildungsbiografie, ließ Bildungsministerin Annette Schavan verlauten. Darum sollen Arbeitnehmer nun auch stärker in die eigene Weiterbildung investieren.

Den Artikel von Stefan Salfemeier am 11. Oktober in ftd.de hier online weiterlesen.

Ausbildung compact (3) (41.KW-08)

01: **Für die im Oktober beginnende PR-Abendausbildung bei der depak Deutsche Presseakademie in Berlin gingen über 40 Anmeldungen ein**. Akademieleiter Peter Nietzold: "Wir stellen uns dem. Wie versprochen wird es nur Kurse mit maximal 24 Teilnehmern geben. Also wir starten im Oktober mit zwei Kursen. Wir haben uns personell neu aufgestellt. Mit René Seidenglanz und Christian Arns haben wir in der Branche anerkannte Stammdozenten. Zusammen werden wir als Dreigespann mit den weiteren 20 Dozenten Theorie und Praxis der PR vermitteln. Unser neues, modern ausgestattetes Studienzentrum direkt am Bahnhof Friedrichstrasse, setzt den Rahmen." Infos: www.depak.de.

02: Das **Grundseminar G2 des DIPR** Deutsches Institut für Public Relations vom 6. bis 14. November in Bremen wendet sich an PR-Nachwuchskräfte mit ein- bis fünfjähriger Praxis. Es baut auf den Lehrinhalten des Grundseminars G1 des DIPR auf. Diese werden im G2 systematisch vertieft und praxisnah an Hand von Fakten aus vorgegebenen Fallstudien umgesetzt. Hieraus entwickeln die Teilnehmer mittelfristige Kommunikationsstrategien, deren Ziel es ist, die internen und externen Beziehungen zu verbessern. Infos: www.dipr.de.

03: Das **Grundseminar G1 des DIPR** Deutsches Institut für Public Relations vom 22. bis 29.

November in Bad Dürkheim wendet sich an PR-Nachwuchskräfte mit ein – bis fünfjähriger Praxis. 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.

Kommentare

Kein Verleger-Anschluss für diese Mobil-Nummer

Verlegerfernsehen mobil - nein, danke, das geht gar nicht, meint turi2-Chef Peter Turi in einem Kommentar zum Ende von Mobile 3.0. Das Handy-Fernsehen mit Burda und Holtzbrinck ist gescheitert, weil die Schuster zum falschen Leisten gegriffen haben und etwas produzieren wollten, das keiner haben will. Turis Beobachtung: Verleger sind komische Leute. Futtern sich tagsüber auf Stehempfinden einen machtvollen Bauch an (zumindest wenn es nach Manfred Hasenbeck geht) - und schwitzen nachts ihre Schlafanzüge durch aus Sorge, in der neuen digitalen Medienwelt zu kurz zu kommen. Dabei liegt die Lösung so nah. (Mit freundlicher Genehmigung von Peter Turi, auf [update2](#) können Sie den ganzen Kommentar lesen)

Trotz (oder wegen) Spin-Doctoren: Palin, Hetze und Rassismus

John McCain zügelt inzwischen seine Worte. Aber weiß Sarah Palin eigentlich, dass sie in ihren Reden Rassisten und Hetzer zitiert? Wer so Wahlkampf führt, bringt Menschen in Gefahr, warnt SpiegelOnline-Blogger Peter Ross Range - und rät Palin, in die Geschichtsbücher zu

schauen. Palins Naivität ist so bodenlos, dass man fast schon glauben mag, es stecke doch böse Absicht dahinter. Dann wiegelt sie eine Versammlung in Florida mit der Aussage auf, Obama sei "keiner, der Amerika sieht wie Sie und ich - nämlich als die Macht des Guten in der Welt". Als ich davon hörte, dachte ich sofort an die bösen Tage der Bürgerrechtsbewegung zurück. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Verstärkung gesucht](#)

[KETCHUM SUCHT EINE/N SENIOR BERATER/IN \(m/w\) FÜR DEN BEREICH PUBLIC AFFAIRS](#)

Senior PR Beraterin (m/w) mit Schwerpunkt im Bereich
Healthcare in Köln

Sozialmarketingagentur sucht Kommunikationsprofi
(m/w)

Frankfurt & Düsseldorf: PR-Berater Healthcare (m/w)

PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit und
Soziales

Projektverantwortliche(r) Medien-Analyse gesucht

marketeam creativ sucht PR-Assistenten/-in

Klenk & Hoursch sucht Junior Consultants und Senior
Consultants

Mann beißt Hund sucht PR-Berater/in

PR-Juniorberater in Berliner Agentur

Akima Media sucht Junior-Berater/in für B2B-PR in
München

Consultant (w/m) Corporate Communications

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications

PR-Berater (m/w), Schwerpunkt Pressearbeit

Junior Consultant (w/m) Marketing Communications

Consultant (w/m) Marketing Communications

Interel Claudia Conrad ist auf Wachstumskurs

PR-Berater in Münchner Agentur

Junior PR-Berater/in Touristik

Junior-PR-Berater (m/w) gesucht

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

Unternehmen

PR & Marketing Verantwortliche für Open Source
Agentur gesucht

Do you have the right TOUCH?

Texter/-in technisches Informationsmaterial

Branche Logistik & IT: freiberuflicher PR-Berater gesucht
(m/w)

Freelancer

PURE PR - public relations & events

Unterm Strich mehr als Text

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 13. Oktober 2008 – 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.422 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); Patrick Hacker, Leipzig; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.net), Neuwied.

Ständige Kommentatoren:

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

Korrespondenten:

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

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

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

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

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