

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 174 / 42. KW 2008

Seite 1

So nutzen die Deutschen Internet, Zeitung und Fernsehen

Das Internet gewinnt als Nachrichtenmedium an Bedeutung, Fernsehen und die gedruckte Presse verlieren. Für Akademiker unter 40 ist es sogar erstmals wichtiger als die Zeitung. Eine Allensbach-Studie zeigt nun im Detail, wo sich die Deutschen informieren und wie sie sich im Web die Zeit vertreiben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Politikkongress 2008: Von Amerika lernen...

...mit Deutschlands Experten diskutieren. Zum sechsten Mal lädt das Magazin "politik&kommunikation" mit einem rundum erneuerten Konzept zum Politikkongress nach Berlin ein. Die internationale Fachtagung für Interessenvertretung und Politikvermittlung am 4. und 5. Dezember ist die größte ihrer Art in Europa. 120 renommierte Experten aus Politik, Wirtschaft und Medien werden in über 40 Diskussionsrunden, Workshops und Best-Case-Vorträgen den Teilnehmern ihre Kenntnisse,

Einschätzungen und Herangehensweisen in den wichtigsten Bereichen der politischen Kommunikation präsentieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Wolfsburger Stadt-Pressesprecher Cauers wechselt zur Autostadt

Christian Cauers (32) wechselt zum 1. Dezember von der Stadtverwaltung Wolfsburg in die Unternehmenskommunikation der Autostadt von Volkswagen. Hier tritt er die Nachfolge von **André Schirmer** an, der die Autostadt auf eigenen Wunsch verlässt. Cauers wird als Pressesprecher die Schwerpunktthemen Tourismus und Wirtschaft bearbeiten und gemeinsam mit Autostadt-Pressesprecherin **Ilka Seer** die Kommunikationsarbeit verantworten. Cauers, seit 2006 als Pressesprecher im Kommunikationsbereich der Stadt Wolfsburg tätig, war vorher als Pressereferent bei der Stadt, nachdem er bereits von 1996 bis 1999 in der Stadtverwaltung ein erstes Studium der gehobenen Beamtenlaufbahn absolvierte.

Personalien compact (16) (42.KW-08)

AGENTUREN:

01: **Lilli Küster** (33) betreut bei Schwartz PR in München künftig als Account-Managerin mehrere Kunden aus den Bereichen B-B Technologie. Die



studierte Sozialwissenschaftlerin war zuvor fünf Jahre in Berlin als wissenschaftliche Mitarbeiterin für eine Bundestagsabgeordnete tätig und verantwortete dort u.a. die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. **Jörg Stelzer** (32) ergänzt die Agentur als Account-Manager in den Bereichen Energie und Industrie. Er verfügt über mehr als vier Jahre PR-Erfahrung als Berater und Redakteur und war zuletzt bei der Karlsruher Agentur Arthen Kommunikation tätig.

02: **Susan Breuer** (35) wechselt zum 15. Oktober 2008 als Senior Beraterin zu fischerAppelt, profiling. Zuvor war sie mehrere Jahre bei McKinsey & Company als Research Spezialistin der Bereiche Einzelhandel und Konsumgüter tätig. Bei fischerAppelt, profiling wird sie den Ausbau der Research- und Wissensmanagement-Kompetenz verantworten.

03: **Ramona Fuderer** (25) ist als Account Executive Mitglied im Team der Agentur HBI Helga Bailey. in München Die studierte Historikerin hat bereits umfangreiche Erfahrungen im Journalismus gewonnen. Bevor sie zu HBI kam, hat sie für verschiedene Zeitungen geschrieben.

04: **Arne Klempert** (36) übernimmt die Verantwortung für den weiteren Ausbau und die Beratung online-basierter Kundenlösungen beim Institut für Organisationskommunikation (IFOK) in Bensheim. Zuvor war er Geschäftsführer der Wikimedia Deutschland, der gemeinnützigen Organisation hinter der Online-Enzyklopädie Wikipedia.

05: **Henning Ehlert** verstärkt die Geschäftsführung bei JOM Jäschke Operational Media. Der derzeitige Geschäftsführer von jom_com wird neben **Michael Jäschke** und **Anja Kastner** die Entwicklung der Agenturgruppe verantworten. Ehlert startete seine berufliche Karriere im Marketing verschiedener Automobilkonzerne und bei AOL Deutschland.

06: **Olaf Pempel** (42) verstärkt das Management von Weber Shandwick Deutschland (GPRA) in München, dort teilt er sich die Standortleitung mit Managing Director **Karin Bollo**. Während Bollo weiterhin die IT- und Technology-Practice führt, wird Pempel maßgeblich für den Ausbau des Non-Tech Geschäfts und die Weiterentwicklung der Consumer Practice verantwortlich sein. Pempel kommt von Pleon (GPRA) zu Weber Shandwick, dort war er zuletzt als Business Director für das Business Development und die Beratung verantwortlich.

07: **Markus Hermesen** (36) wird Anfang Januar Geschäftsführer Technology Fleishman-Hillard. Er leitet zudem das Münchner Büro der PR-Agentur, die zur Omnicom-Gruppe gehört. Das Führungstrio von Fleishman-Hillard besteht nun aus General Manager **Wolfgang Küsters**, Managing Director Public **Armin Huttenlocher** und Hermesen, der von Hiller, Wüst & Partner kommt, wo er Geschäftsführer war. Bei Fleishman-Hillard folgt er auf **Tina Snoeckx**, die in Elternzeit geht.

UNTERNEHMEN:

08: **Thomas Busch** (47) ist neuer Leiter Kommunikation und Marketing bei Colonia Real Estate in Köln. In dieser Eigenschaft zeichnet er

komm.passion



Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN



verantwortlich für die Positionierung des Unternehmens in der Öffentlichkeit sowie für die interne und externe Kommunikation der gesamten CRE-Gruppe. Bis zu seinem Einstieg beim Wohnimmobilien-Konzern war Busch knapp drei Jahre lang für interne Kommunikationskampagnen und die Führungskräftekommunikation der Deutschen Telekom zuständig.

09: **Rüdiger Stahlschmidt** (33) ist Pressesprecher bei Metro in Düsseldorf. Diese Position war im Unternehmen seit einigen Monaten vakant. Stahlschmidt kommt von der Citibank Deutschland, für die er zuletzt als Pressesprecher tätig war.

10: **Eberhard Seitz** (38) ist seit dem 1. Oktober neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft Rölfs Partner in Düsseldorf. In dieser Funktion verantwortet er die gesamte Unternehmenskommunikation der Gruppe.

11: **Katerine Piro** (34) ist neuer Head of Internal Communication beim Zürcher Rückversicherer Swiss Reinsurance. Sie kommt von der Dresdner Bank, wo sie zuletzt als Leiterin Communication Strategy tätig war. Piro folgt auf **Robert Snyder**, der innerhalb des Unternehmens eine Position in den USA übernommen hat.

MEDIEN:

12: **Michael Lehmann**, der bereits seit 2006 Mitglied der Geschäftsführung der Studio Hamburg Produktion ist, wird mit sofortiger Wirkung auch zum Sprecher der Geschäftsführung ernannt.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

13: **Christina Beck** (43) und **Felicita von Aretin** (46) teilen sich die Doppelspitze im Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Max-Planck-Gesellschaft und verantworten jeweils den Bereich Wissenschaftskommunikation bzw. Politische Kommunikation und Unternehmenskommunikation. Der langjährige Leiter des Referats **Bernd Wirsing** hat zum 1. September die Leitung des Büros Berlin übernommen.

14: **Janis Eitner** ist neuer Pressereferent beim Institutsteil Holzkirchen des Fraunhofer IBP tätig. Die bisherige Pressereferentin, **Rita Schwab**, bleibt weiterhin für den Standort Stuttgart und die Projektgruppe in Kassel verantwortlich.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

15: **Eva-Maria Zeiske** (41) ist ab sofort für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Kiel Marketing zuständig. Neben der Pressearbeit für die touristische Vermarktung von Kiel Sailing City verantwortet sie zusätzlich die Konzeption der

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!

bundesweiten PR-Arbeit sowie die PR-Maßnahmen der Auslandsaktivitäten von Kiel-Marketing.

16: **Daniel Stricker** (29) übernimmt zum 1. November die Funktion des Pressesprechers der Finanzbehörde Hamburg. Er übernimmt die Position von **Sebastian Panknin**, der als Fachreferent für Haushalts- und Finanzpolitik in die Bundesgeschäftsstelle des Bunds der Deutschen Steuerzahler nach Berlin wechselt

Etats

Wilde & Partner heben mit Germania ab

Die Germania Fluggesellschaft in Köln hat Münchener Agentur Wilde & Partner Public Relations mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im deutschen Markt beauftragt. Ziel ist es, Germania als konzernungebundener und mittelständischer Qualitäts-Carrier in der Öffentlichkeit und der Medienlandschaft fest zu etablieren. Innerhalb der Agentur zeichnen Markus Schlichenmaier und Volker Winkel für die Betreuung von Germania verantwortlich.

Etats compact (19) (42.KW-08)

01: Peripheriehersteller Jöllenbeck, Weertzen
was: *Unternehmens- und Produktkommunikation der Marke Speed-Link*
an: **Marchsreiter Communications**, München

02: deutsche Coremetrics, Hamburg
was: *Beratung und Pressearbeit*
an: **rheinfaktor**, Köln

03: Deutschen Hörfilmpreis 2009 des Deutschen Blinden- und Sehbehindertenverband, Berlin
was: *PR- und Öffentlichkeitsarbeit, VIP- und Gästemanagement, sowie Sponsoring*
an: **Publicis Consultants Deutschland (GPRA)**, Berlin

04: Grand City Hotels, Berlin
was: *Corporate Design und Elemente des Messeauftritts*
an: **We Do**, Berlin

05: Radiocast Deutschland, Berlin/Kassel
was: *Kommunikation der Marke Radio Bob!*
an: **pioneer pr**, Leipzig

06: Herbacin, Wutha-Farnroda
was: *Medienarbeit b-to-b und b-to-c für die Marken wuta kamille, Herbacin Wellness und Wutapoon*
an: **vom stein & partner**, Essen

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!

07: Fonds Gesundes Österreich (FGÖ), Wien (A)
was: *PR-Kampagne „Mein Herz und Ich. Gemeinsam gesund“.*
an: **Ecker&Partner**, Wien (A)

08: Promo Event, Eichenau
was: Messe-PR der Marketingmesse komma 2009
an: **eloquenza pr**, München

09: Online-Antiquariat ZVAB.com, Tutzing
was: *Projektkommunikation*
an: **Schwindkommunikation**, Frankfurt am Main

10: DJH Deutsches Jugendherbergswerk, Detmold
was: Reisemagazin der Deutschen Jugendherbergen
an: **CP/Compartner** (GPRA), Essen

11: Alcoa Fastening Systems, Telford, (GB)
was: *Pressearbeit und Unternehmenskommunikation in der DACH-Region*
an: **Daylight PR**, Dresden

12: Lebenshilfe Bremervörde/Zeven
was: *Corporate Communication + Corporate Design*
an: **Laub & Partner**, Hamburg

13: Siemens Audiologische Technik, Erlangen
was: *Messestand auf dem 53. Europäischen Hörgeräte Akustiker (EUHA) Kongress in Leipzig*
an: **Flad & Flad Communication**, Heroldsberg

14: Herta BSC und die Stadt Berlin
was: *PR-Strategie, Presse- und Medienarbeit für die CSR-Kampagne "Wir sind ein Berliner"*
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin

15: Deutsche Messe, Hannover
was: *Eröffnungsveranstaltung der CeBIT 2009*
an: **Insglück**, Berlin

16: Central Krankenversicherung, Köln
was: *Sprachpositionierung in der Below-the-Line-Kommunikation*
an: **Reinsclassen**, Hamburg

17: Maschinenbaukonzern MAN, München
was: *250-Jahre-Feier*
an: **Pleon Event und Sponsoring**, Bonn

18: International Invest, London (GB)
was: *PR-Beratung*

19: Gigaset Communications (Arques Industries), Starnberg
was: *Neuausrichtung der Marke Siemens Gigaset*
an: **Martin et Karczinsk**, München

Branche

Borgmeier: Gutmensch in eigener Sache?

Ein Unternehmer als Hartz-IV-Spender: Wie glaubwürdig ist es, wenn sich ein Public-Relations-Profi bei Sat.1 als „Geheimer Helfer“ in Szene setzt? Die Geschichte vom „Geheimen Helfer“ Carsten Borgmeier, die uns Sat.1 erzählt, geht so: Borgmeier fing früh an, selbst Geld zu verdienen, rezensierte im Kinderzimmer Videospiele, bis er mehr Geld verdiente als seine Eltern. Heute ist der 37-Jährige Unternehmer. Im gehört eine Public-Relations-Agentur in Delmenhorst, eine 350-Quadratmeter-Villa und ein dicker Mercedes mit Chauffeur. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Goldener Apfel ging an Bundesverband Deutscher Stiftungen

Die Pressestelle des Bundesverbands Deutscher Stiftungen wurde am 9. Oktober im Berliner

Admiralspalast in der Speakersnight vom Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) für Ihre Kommunikationsleistung ausgezeichnet. Die Verleihung des "Goldenen Apfels 2008" war der Höhepunkt des Kommunikationskongresses 2008. Richard Gaul, Vorsitzender des Deutschen Rats für Public Relations, würdigte die Arbeit der Pressestelle und lobte außerdem die Leistung des Teams während der Liechtenstein-Affäre. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zielgruppe Frauen für Banken immer lukrativer

Selbstständig, finanziell unabhängig und eigenverantwortlich – die Frauen von heute nehmen Geldanlage und Vorsorge selbst in die Hand. Ihre Bedürfnisse in der Bankberatung unterscheiden sich jedoch stark von denen der männlichen Bevölkerung. Aber wie kann eine Bank gleichzeitig frauenadäquat und persönlichkeitsbezogen agieren? Wie können auf diese Weise bestehende Kundinnen gebunden und neue gewonnen werden? Welche Zielgruppensegmentierung bietet sich für ein frauenspezifisches Dialogmarketing an? Eine aktuelle Studie des Siegfried Vögele Instituts, ein Tochterunternehmen der Deutschen Post, liefert wichtige Ansätze für die Entwicklung frauenbezogener Ansprachekonzepte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (42.KW-08)

01: Seit Oktober ist die Karlsruher Kommunikationsagentur **Freudl & Friends mit einem zusätzlichen Büro in Berlin** vertreten. Impuls gebend für diese strategische Entscheidung ist die Vielfalt der Möglichkeiten, die das dynamische Umfeld in der Metropole bietet. Freudl & Friends wird dieses für den

Ausbau des bestehenden Netzwerkes und des Kundenstamms nutzen.

02: **Christine Helke (38), Executive Search Expertin hat sich selbstständig gemacht und arbeitet nun exklusiv mit der Schuhmann Personalberatung zusammen**, wenn es um die Besetzung von Positionen in der PR geht. Als externer Senior Consultant ergänzt sie seit kurzem das Team der Kölner Beratung. Sie bringt mehr als zehn Jahre Erfahrung im Executive Search mit. Zuletzt war sie Geschäftsführerin der Berliner Personalberatung Busenbender International.

03: **Hohe Auszeichnung für den Film "Lösungen zum Klimawandel" von Bayer:** Der Streifen wurde im Rahmen der 16. ITVA-Award-Verleihung in Köln mit einem Sonderpreis in Gold prämiert. Die Integrated TV & Video Association Deutschland (ITVA) fördert mit dem Preis den Einsatz audiovisueller Medien in der Kommunikation von Unternehmen und Institutionen.

04: Die **PR-Agentur Cloos + Partner, Wien + Graz gestaltet ab sofort alle Honorare variabel**. Selbst bei laufenden Verträgen kann der Kunde sich zwischen einer pauschalierten „All-Inclusive“-Grundbetreuung, einer projekt-abhängigen Betreuung auf der Basis von Fix-Preisen oder einer erfolgsabhängigen Abrechnung entscheiden. In der Medienarbeit Cloos + Partner seit 2006 eine erfolgsabhängige Honorierung an auf Basis eines nach qualitativen Kriterien gewichteten TKP (Preis pro 1000 Kontakte) der erschienen Beiträge.

05: Der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** lädt zum Jahreshighlight der Branche. Die **PR-Gala**, zu der 300 Gäste aus Wirtschaft, Kommunikation und Medien erwartet werden, steigt am 26. November im "Mumok" im MuseumsQuartier in Wien. Key Note-Speaker ist Graeme Sterne, PR-Dozent aus Auckland, der sich für die Maoris, den Ureinwohnern Neuseelands, engagiert. Weitere Höhepunkte der PR-Gala sind die Verleihung des Österreichischen Staatspreises für Public Relations

sowie die Würdigung des/der Kommunikator/in des Jahres 2008. (www.prva.at)

06: Jens Petershagen (41) und Moritz Gerke (56) haben in Berlin eine **neue Gesellschaft für Kommunikation** gegründet: die **Petershagen, Gerke GmbH**. Die Schwerpunkte des Unternehmens liegen sowohl in einer strategisch basierten Kommunikationsberatung als auch in der ganzheitlichen Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen in den Bereichen Corporate Communications, Werbung, Presse/PR, Interne Kommunikation, Sponsoring etc. Petershagen war zuvor als Leiter der Presse bei RWE Energy tätig, Gerke blickt auf eine Karriere in der deutschen Wirtschaft bei Unternehmen wie z.B. Hewlett Packard zurück.

07: Am 20. Oktober ging eine **neue Marke der Kommunikationsagentur BALL : COM Communications Company**, Heusenstamm an den Markt: die Grill Ag für mehr Medienresistenz. „In Deutschlands härtestem Medientraining simulieren wir brenzlige Situationen und entwickeln Krisenszenarien. Wir üben mit den Teilnehmern, trotz immensem Druck, einen kühlen Kopf zu bewahren. Das Training ist passgenau und wird individuell für jeden Klienten ausgearbeitet; einzelne Theorie- und Praxismodule lassen sich hierbei flexibel miteinander kombinieren“, erklärt Steffen Ball, Gründer der Grill Ag, das Konzept.

Medien

Neue Studie zeigt: Online hinkt Print hinterher

Die Ergebnisse der aktuellen OC&C-Studie „Fit für das Netz? – Digitale Transformation traditioneller Medienmarken“ fallen für die Printverlage und Fernsehsender ernüchternd

aus. Ein großer Teil der vielbeschworenen Online-Revolution findet jenseits der etablierten Marken statt. Die Studie zeigt: Die Verlage und Fernsehsender erreichen trotz verstärkter Investitionen in die Online-Angebote nur einen Bruchteil ihres Offline-Publikums. Einzig Der Spiegel kann eine annähernde Parität zwischen seinem Online- und Print-Angebot erzielen. Sogar die vielumworbene, internetaffine Zielgruppe der 14-29-Jährigen nimmt die Online-Versionen der traditionellen Marken nur zögerlich an und gibt den Print-Titeln der Verlage den Vorzug. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Für Sie gesehen: Medienmagazin ZAPP am 15. Oktober

- Peinlich - Deutscher Fernsehpreis endet mit Eklat
- Schwierig - ARD und ZDF prüfen Ausstieg aus Tour de France *
- Zornig - Ponto-Witwe kritisiert "Baader Meinhof Komplex"
- Pffiffig - Schüler aus Garbsen werden Youtube-Stars.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (5) (42.KW-08)

01: **IVW-Zahlen fürs dritte Quartal**. Von den großen drei Titeln Spiegel, stern und Focus schafft nur der Focus ein Plus: Seine Auflage steigt um 8,2% auf 787.873 verkaufte Exemplare. Der Zuwachs resultiert aus gestiegenen Bordverkäufen und aus einem Abozuwachs durch Kooperationen mit Unternehmen wie United Internet. Der stern kommt nach Verlusten von 2% noch auf eine Auflage von 987.240 verkauften Exemplaren, der Spiegel büßt 2,1% ein und erreicht 1.056.229. Das Minus beider Titel ist auf einen schwachen Einzelverkauf zurückzuführen. kress.de

02: Der Einfluss von Anzeigenkunden auf die redaktionelle Berichterstattung in der Qualitätspresse. Der Einfluss von Anzeigenkunden auf den redaktionellen Inhalt einer Zeitung bzw. einer Zeitschrift ist nur schwer nachzuweisen. Die wenigen bisher durchgeführten empirischen Untersuchungen bringen kaum Erkenntnisgewinne. Der deutschsprachige Raum ist in diesem Forschungsbereich quasi eine weiße Landkarte. Grund genug, dies – mit einem ersten, kleinen Schritt – zu ändern! In einer empirischen Fallstudie mit der „Süddeutschen Zeitung“ und dem „Spiegel“ wurde ein erster Versuch unternommen, Qualitätsmedien über einen einjährigen Zeitraum inhaltsanalytisch auf den Anzeigeneinfluss zu untersuchen. dfjv.de

03: Erstmals mehr Computer als Fernsehgeräte bei Jugendlichen. Erste Ergebnisse der JIM-Studie 2008 auf der Tagung „Jugend heute“ in Stuttgart vorgestellt. Zum ersten Mal seit zehn Jahren ist der Anteil der Jugendlichen, die einen eigenen Computer besitzen, mit 71 Prozent deutlich höher, als derjenigen mit einem eigenen Fernsehgerät (61 Prozent). Jedem zweiten Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren steht darüber hinaus ein eigener Internetanschluss zur Verfügung. Dies sind erste Ergebnisse der repräsentativen JIM-Studie 2008 des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest, die im Rahmen der Fachtagung „Jugend heute“ in der 39. Kalenderwoche in Stuttgart vorab veröffentlicht wurden. mpfs.de

04: GfK-Studie: Kunden bleiben ihren Banken treu. Die Sparkassen liegen beim Vertrauen vorn. Trotz Finanzkrise halten die Kunden ihren Banken die Treue. Das geht aus einer Studie der GfK Finanzforschung zu den Auswirkungen der Finanzkrise auf die deutschen Privatanleger hervor. Lediglich 16 Prozent haben nach eigenen Angaben Gelder- und Spareinlagen infolge des Finanzcrashes verändert. horizont.net

05: DJV-Fachtagung "Besser Online" - Journalistischer Alltag ist crossmedial. Der journalistische Alltag in vielen Redaktionen ist bereits crossmedial. Die Zeiten, in denen Online-Journalisten im Keller des Verlags arbeiteten, sind vorbei. Mit diesem Fazit endete am Nachmittag des 18. Oktober in Hamburg die Fachtagung Besser Online des Deutschen Journalisten-Verbandes. Rund 150 Journalistinnen und Journalisten aus ganz Deutschland diskutierten in der Hansestadt über die Situation und die journalistische Bedeutung der Onliner und über das Zusammenspiel mit den klassischen Medien. Bei allen inhaltlichen Unterschieden herrschte zwischen den anwesenden Chefredakteuren von Spiegel online, tagesschau.de, bild.de und Focus online Einigkeit über den Stellenwert ihrer Onlinemedien in der heutigen Medienlandschaft. Von ihnen ging der Rat an die Zeitungsverlage, ihr Engagement im Online-Bereich dringend zu verstärken, um nicht den Anschluss zu verlieren. In einem der acht Workshops wurde beispielhaft demonstriert, dass die Zukunft der Online-Berichterstattung durch Zeitungsverlage im Lokalen liegt. djv.de

...und zum Schluss:

Schlechter Online - Stefan Niggemeiers Keynote zum Abschluss der DJV-Fachtagung "Besser Online" (s.o.): **Die Verlage und Sender probieren im Internet gerade aus, ob es nicht auch mit weniger Journalismus geht.** stefan-niggemeier.de

Services + Tipps

Ketchum präsentiert Verbraucherstudie Food 2020

Verbraucher möchten mehr Kontrolle über ihr Essen und fordern von der Lebensmittelindustrie mehr Verantwortung für Gesundheit und

Wohlbefinden. Dies fasst die von der internationalen PR-Agentur Ketchum in fünf Ländern durchgeführte, repräsentative Studie Food 2020 zusammen. Verbraucher in USA, Großbritannien, Deutschland, Argentinien und China möchten mehr Kontrolle hinsichtlich Inhaltsstoffen, Sicherheitsthemen und Qualität von Lebensmitteln und sind der Überzeugung, dass sich sowohl Einkaufsverhalten wie auch Angebot bis zum Jahr 2020 deutlich wandeln. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (42.KW-08)

01: Die Münchner **Agentur zweiblick**, die schwerpunktmäßig Kunden aus den Branchen Food, Beverage und Gastronomie betreut, hat eine **Kommunikations-Toolbox** entwickelt, die sich speziell an Selbstständige im Ernährungs- und Gesundheitssektor richtet. Mit der Toolbox wird eine professionelle Kommunikation nach außen ermöglicht – denn nur so können sich Selbstständige in der Öffentlichkeit präsentieren, ihr Image fördern und festigen und sich von Wettbewerbern abheben. Infos: www.zweiblick.com.

02: **Winand von Petersdorff hat** am 16. Oktober auf der Frankfurter Buchmesse **für sein Buch „Das Geld reicht nie“ den Deutschen Wirtschaftsbuchpreis 2008 gewonnen**. Die Jury unter dem Vorsitz von Bernd Ziesemer, Chefredakteur des "Handelsblattes", sprach sich mit großer Mehrheit für das Wirtschaftsbuch für Jugendliche aus. „Der Autor hat ein hochaktuelles Buch - nicht nur für Jugendliche - geschrieben und damit einen wertvollen Beitrag zur ökonomischen Bildung geleistet. Jugendlichen mithilfe dieses Buches finanzielle Zusammenhänge anschaulich und altersgerecht zu vermitteln, ist eine Mission. Hier herrscht immenser Nachholbedarf“, heißt es in der

Begründung der Jury. (www.deutscher-wirtschaftsbuchpreis.de)

03: Ob bei einer Unternehmens-, Produktpräsentation oder in einer Teambesprechung: **Menschen, die überzeugend auftreten, erreichen deutlich mehr**. Einschlägige Studien belegen: Eine überzeugende persönliche Wirkung beschleunigt den beruflichen Erfolg. Lesen Sie nachstehend, worin das Geheimnis eines überzeugenden Auftretens liegt und wie man dafür an sich selber arbeiten kann. Es gibt mehrere Kanäle, über die wir Botschaften an unsere Umwelt aussenden. *Den Artikel in "Network-Karriere" [hier online weiterlesen](#).*

04: **Pleon (GPRA), Europas führende Kommunikationsberatung mit Hauptsitz in Düsseldorf, hat einen elektronischen CSR- und Sponsoring-Filter entwickelt**. Das Tool gibt Unternehmen ein verbindliches Entscheidungsraster für eine systematische Auswahl von geeigneten Projekten. Der onlinebasierte Filter bietet eine klare, einfach zu bedienende Benutzeroberfläche, auf der CSR- oder Sponsoring-Projekte eingegeben und anhand vorab definierter Kriterien bewertet werden können. Das Tool berücksichtigt individuell Strategie, Profil und Kernkompetenzen des Unternehmens sowie grundlegende Aspekte von CSR- oder Sponsoring-Projekten. Dazu zählen zum Beispiel die Ansprache relevanter Zielgruppen, die Höhe des einzusetzenden Budgets oder der erwartete Einfluss auf Image- und Finanzwerte. Am Ende gibt der Filter eine Empfehlung zu Qualität und Zielführung des jeweiligen Projekts. Infos: www.pleon.de.

Termine + Tagungen

Termine compact (5) (42.KW-08)

01: Im Rahmen des nächsten **Journalistentages des DJV-NRW** am 29. November in Bochum veranstaltet die **PR-Lounge Köln** eine **Podiumsdiskussion** mit Klaus Kocks, Jürgen Pitzer und Wolf-Dieter Rühl zum **Thema "Spin Doctors"**. Info: www.pr-lounge-koeln.de.

02: Bitte vormerken: der **6. Kommunikationskongress** von BdP und "pressesprecher" findet am 10. und 11. September **2009** in Berlin statt.

03: **Plato**-Geschäftsführer Sebastian Fischer-Jung hat die Präsentation des **Buches "Faul, korrupt und machtbesessen? Warum Politiker besser sind als ihr Ruf"** (am 23. September in Berlin) vermittelt und lädt nun zu einer **Diskussionsveranstaltung** mit dem Autoren Nikolaus Blome, Leiter des Hauptstadtkorrespondentenbüros von "Bild" ein. Termin: 25. November bei Plato in Berlin. Infos: www.plato.de/de/aktuell/events.html.

04: Am 25. November veranstalten DIWA und VWEW in Wiesbaden das **1. Forum "Ideen- und Innovationsmanagement in der Energie- und Versorgungswirtschaft"**. Infos: www.vwew.de.

05: Das **media workshop-Programm von news aktuell für das nächste Jahr** ist erschienen und bietet 55 Themen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie zum persönlichen Erfolgsmanagement. Neben etablierten Seminaren stehen ab Januar auch zahlreiche neue Inhalte auf dem Programm: Mit "Storytelling", "Kampagnen-PR", "PR-Erfolgskontrolle", "Effektiver Einsatz von Google", "Erfolgreicher Umgang mit der Finanzpresse" und weiteren Angeboten geht die dpa-Tochter

auf aktuelle Trends in der PR ein. Infos: www.media-workshop.de/pdf/programm2009.pdf.

Ausbildung + Seminare

Weiterbildung: Das bringen wir Ihnen schon bei

Vom Sprachkurs bis zur Schulung: Der Markt für Weiterbildung ist riesig. Selbst Berufsberater haben Schwierigkeiten, den Überblick zu behalten. Fachkenntnisse, Methodenkompetenz, Soft Skills, Sprachkenntnisse – was sollen gute Mitarbeiter heute nicht alles beherrschen. „Das bringen wir Ihnen bei“, verspricht eine wachsende Zahl von Anbietern, die nach Studien des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) optimistisch in die Zukunft blickt. Die Weiterbildung als vierte Säule des Bildungssystems holt gegenüber der beruflichen Erstausbildung zunehmend auf. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Szyszka: PR brauchen ein akademisches Gesicht

„Public Relations brauchen eine akademische Vertretung, ein Gesicht. Und damit meine ich nicht unbedingt meines.“ Peter Szyszka, derzeit noch Professor an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, kommt noch im Laufe des Semesters nach Wien, übersiedelt im Sommersemester dann ganz: Der PRVA (Berufsverband österreichischer PR-Fachleute) richtet einen Lehrstuhl am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft für ihn ein. Der PRVA finanziert die Stiftungsprofessur für zwei Jahre. Danach will die Universität Wien sie langfristig erhalten. Damit will man PR-Forschung, in der Szyszka international als einer der führenden Wissenschaftler gilt, und die praxisnahe Lehre

stärken.

Den Artikel von Patricia Käfer in "Die Presse", Wien vom 15. Oktober [hier online weiterlesen](#).

Erste internationale Prüfung zum PR-Consultant International durchgeführt

Am 18. Oktober haben eine Rumänin und drei deutsche Prüfungsabsolventen in Brüssel den Titel "Public Relations Consultant International (DAPR/IQPR)" erworben. Sie sind die ersten Teilnehmer der neuen internationalen Prüfung, die von der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) zusammen mit dem International Institute for Quality in Public Relations (IQPR) entwickelt wurde. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (42.KW-08)

01: Wer nach einem abgeschlossenen fachbezogenen Erststudium seine Karrierechancen erhöhen und in dem expandierenden Berufsfeld Marketing, Werbung und professionelle Kommunikation einsteigen möchte, ist mit dem Masterstudiengang Marketingkommunikation gut beraten. Bei einem dreitägigen **Master-Test der design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und Design (FH) können sich Interessierte ein detailliertes Bild über den Studiengang, Inhalte, Ablauf und Ziele des Studiums mitsamt seinen Karriereperspektiven machen. Termin: 5. bis 7. November. Anmeldeformular unter: [www.design-akademie-berlin.de](#).

02: Die **Universität Sankt Petersburg ist neuer Kooperationspartner des West-Ost-Instituts Berlin an der UMC Potsdam** - University of Management and Communication (FH). Am 10. Oktober kam es zum zweiten erfolgreichen

Vertragsabschluss des neugegründeten UMC-Instituts. Neben dem National Institute of Business (NIB) in Moskau konnte nun auch die Fakultät für Journalistik der Staatlichen Universität Sankt Petersburg als neuer Kooperationspartner gewonnen werden. Inhalte der Zusammenarbeit sind die Durchführung von gemeinsamen Forschungsprojekten im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaften, die Entwicklung eines gemeinsamen Masterstudiengangs im Bereich Markenmanagement sowie die Förderung des Austausches von Studierenden der UMC Potsdam (FH) und der Staatlichen Universität Sankt Petersburg.

03: Professionelle Redenschreiber sollten Vorträge entwerfen, die zu ihren Rednern passen und das Publikum begeistern. Dazu müssen sie der Rede Inhalt, Struktur und Ausdruck geben. Im **AFK-Seminar W6 – Reden schreiben**, vom 18. bis 19. November in Boppard, trainieren die Teilnehmer alles, was eine exzellente Rede benötigt: den aufmerksamkeitsstarken Einstieg, die Struktur, die ihre Argumentation stützt, fesselnde Rhetorik und den nachhallenden Zielsatz. Infos: [www.afk-online.de](#).

Kommentare

Verlogener geht es nicht: Die Pseudo-Qualitätsdebatte

Im Web sind Pornografie und Wissen nur einen Klick voneinander entfernt; am Kiosk liegen "Coupe" und "Geo" nicht weit auseinander. Doch eine Qualitätsdebatte gibt es dort nicht: Nur dem Fernsehen wird eine Diskussion aufgedrängt, weil immer noch viele Zuschauer nicht mit der Fernbedienung umgehen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über ... Bankiers, Brandstifter und Billigkredite



Guten Tag! Der Neo-Liberalismus ist schuld. Margaret Thatcher und Ronald Reagan hätten eine Welle von Deregulierungen vorangebracht, die letztlich zur weltweiten Finanzkrise geführt haben, heißt es. Verdrängt wird, dass sie damit ein phänomenales Wachstum der Weltwirtschaft bewirkt haben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Daten-Spinne Google erstickt uns in einem Kokon der Bequemlichkeit

Was zieht am besten im Internet? Sex? Von wegen: Bequemlichkeit! Deshalb heißt die erfolgreichste Web-Company nicht YouPorn, sondern Google. Auch turi2-Chef Peter Turi liebte Google dafür, dass es die Webnutzung so schön bequem macht - bis er das Buch "Das Google-Imperium" von Lars Reppesgaard las. Jetzt sieht er Google mit anderen Augen - und seine eigene Faulheit auch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Wir suchen PR-Verstärkung](#)

[PR BeraterIn Bereich Film & Home Entertainment](#)

[Jungredakteur / Redaktionsassistent gesucht](#)

[crossrelations sucht PR-Redakteur](#)

[rheinfaktor sucht Verstärkung](#)

[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](#)

Unternehmen

[Teamleader Corporate Communications in Solarbranche](#)

[PR & Marketing Verantwortliche für Open Source Agentur gesucht](#)

[Do you have the right TOUCH?](#)

[Texter/-in technisches Informationsmaterial](#)

Freelancer

[PURE PR - public relations & events](#)

[Unterm Strich mehr als Text](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 20. Oktober 2008 – 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.435 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 (frauке.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.