

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 181 / 49. KW 2008

Seite 1

BASF führt Kommunikations-Abteilungen unter Leitung von Elisabeth Schick zusammen

Die BASF in Ludwigshafen führt ihre beiden Abteilungen Communications BASF Group sowie Corporate & Government Relations mit Wirkung vom 01. Januar 2009 zu einer Einheit zusammen. Leiterin der neuen Abteilung Communications & Government Relations BASF Group wird **Elisabeth Schick** (42), die seit Mai 2008 für Corporate & Government Relations zuständig ist. Der bisherige Leiter der BASF-Kommunikation, **Felix Gress** (48), wird zum Jahresanfang Geschäftsführer der Metropolregion Rhein-Neckar. Er folgt auf **Wolf-Rainer Lowack**, der neue Aufgaben innerhalb der BASF-Zentralabteilung Obere Führungskräfte übernimmt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Konsumenten wollen mit Marken Gutes tun

Trotz der aktuellen wirtschaftlichen Ereignisse ist das Bedürfnis Gutes zu tun rund um den Globus weiterhin groß. Zu diesem Ergebnis kommt die am 3. Dezember herausgegebene zweite weltweite Konsumentenstudie von goodpurpose, einem Beratungsangebot der internationalen PR-Agentur Edelman. Die Ergebnisse der aktuellen Studie zeigen, dass sieben von zehn (68 %) Konsumenten weltweit einer Marke auch in schwierigen Zeiten treu bleiben, wenn diese einen guten Zweck unterstützt. Für Deutschland geben 61 Prozent der Befragten an, dass sie trotz des wirtschaftlichen Abschwungs genauso viel oder mehr Zeit und Geld für gute Zwecke investieren werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Herbst leitet Studiengang Leadership in Digitaler Kommunikation

Dieter Herbst übernimmt die Leitung des Masterstudiengangs Leadership in Digitaler Kommunikation an der Universität der Künste Berlin (UdK). Er löst Thomas Schildhauer ab, der sich künftig stärker seinen Aufgaben als Leiter des Zentralinstituts für Weiterbildung (ZIW) an der UdK widmen kann. Als neuer Leiter wird Herbst den Studiengang inhaltlich weiter entwickeln und die Module den sich schnell ändernden Bedingungen der digitalen Kommunikation anpassen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)




Business Wire
A Berkshire Hathaway Company



GPRA
VERBAND FÜHRENDER
PR-AGENTUREN DEUTSCHLANDS



Personalien compact (16) (49.KW-08)

AGENTUREN:

01: **Myriel Burkhardt** (27) und **Daniel Seegers** (29) leiten bei der Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner eigene PR-Teams. Die beiden frisch gebackenen PR-Berater sind bereits seit über drei Jahren bei Laub & Partner. Sie haben in der Agentur nach einem Praktikum ihr Traineeship absolviert und weitere zwei Jahre als Junior-Berater Erfahrungen in der strategischen Kundenberatung gesammelt.

02: **Patrick Hertner** wird bei Pleon Event + Sponsoring in Bonn als neuer Senior Consultant das Team für den Kunden Deutsche Post World Net (DPWN) leiten. In den letzten acht Jahren arbeitete Hertner für die Agentur Roth & Lorenz mit Sitz in Stuttgart an Projekte im Bereich Markenpositionierung sowie an der Umsetzung von integrierten Marketingmaßnahmen.

03: **Sonja Both** (35) stärkt die interne und externe Unternehmenskommunikation der Mainzer Kommunikationsagentur Bartenbach und zeichnet für die PR des Schwesterunternehmens Bartenbach Marketing Services verantwortlich. **Johannes Schurz** (31) wurde für

die externe Kommunikation der Agentur engagiert. Der Kulturmanager verantwortete u. a. am Stadttheater Gießen das Marketing. Dritte Kraft im Bunde ist die Kommunikationswissenschaftlerin Isabella **Clara Arndt** (29), sie unterstützt als Trainee PR und Kundenberatung und zeichnet hier insbesondere für den Bereich Event-Management verantwortlich. Aus der Elternzeit meldet sich **Diana Memmesheimer** (35) zurück, sie unterstützt die externe Kommunikation und ist für verschiedene Agentur-Kunden zuständig.

UNTERNEHMEN:

04: **Alexander Lengen** (35) wird neuer Pressesprecher des Internet-Zahlungsdienstes PayPal. Als Senior Manager Corporate Communications wird er die Unternehmenskommunikation steuern und als Ansprechpartner für die Medien fungieren. Er übernimmt die Aufgaben von **Barbara Hüppe**, die das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlässt, um sich neuen Aufgaben zu widmen. Lengen kommt von eBay Deutschland.

05: **Jörg Bollow** (37) verlässt die Deutsche Telekom in Bonn. Er war seit April 1995 in verschiedenen Marketingpositionen des Konzerns und zuletzt im Headquarter für Corporate Communications tätig. Details zu einer neuen Aufgabe gibt es noch nicht - wie es heisst, gehe er nach England.

06: **Kirsten Brasche-Salinger** (37) ist neue PR-Managerin der Entwicklungs-Compagnie Heiligendamm. Zuvor hatte die gelernte Bankfachwirtin die Funktion der PR- und Owners-

Relations-Managerin des Kempinski Grand Hotels an der Ostsee inne.

07: **Ivonne Junghänel** hat die Leitung Media Relations für Siemens IT Solutions and Services in München übernommen. In dieser Funktion ist sie für die weltweite Pressearbeit der Siemens-Division verantwortlich. Sie tritt die Nachfolge von **Jörn Roggenbuck** an, der nun die Compliance Communication bei Siemens steuert. Junghänel kommt von Continental Automotive und war zuvor als Pressesprecherin für Wirtschafts- und Unternehmenskommunikation bei Siemens VDO Automotive tätig.

08: **Thomas Fichtl** (38) ist neuer Leiter Corporate Public Relations und Unternehmenssprecher bei Heidelberger Druckmaschinen. **Dirk Henrich** (40) ist neue Leiter Fachpresse und den Bereich Kommunikation und Sponsoring verantwortet **Stefanie Jensen** (40). Neuer Leiter der internen Kommunikation ist **Hans-Dieter Siegfried** (59) der bisher den Bereich Fachpresse verantwortete. Beide Funktionen werden dem Marketingbereich zugeordnet, unter der Leitung von **Adriana Nueva** (38). **Friedmar Nusch** (58), bisher Leiter der Unternehmenskommunikation, verlässt das Unternehmen

09: **Olaf Reus** (33) steigt zum neuen Government Relations Manager in der Hauptstadtrepräsentanz von Telefónica o2

Germany auf. Er übernimmt den Posten von **Florian König** (38), der das Unternehmen zum Jahresende verlassen wird. Reus war bereits zum 1. Oktober als Repräsentant Berlin/Koordinator Government Relations von der Telefónica-Repräsentanz in Brüssel in das Berliner Büro gewechselt.

10: **Jürgen Hogrefe** (59), Generalbevollmächtigter Wirtschaft, Politik und Gesellschaft von EnBW Energie Baden-Württemberg, verlässt seinen Posten zum Jahresende auf eigenen Wunsch, er wird EnBW weiterhin beraten. Der ehemalige Spiegel-Korrespondent war seit Mitte 2003 Cheflobbyist des Energiekonzerns, vor seiner Arbeit für den Spiegel sprach Hogrefe für die Fraktion der Grünen im niedersächsischen Landtag.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

11: **Thomas Brakensiek** (49), Vorsitzender der Geschäftsführung der BMW Bank, ist neuer Sprecher des Arbeitskreises der Banken und Leasinggesellschaften der Automobilwirtschaft (AKA). Er komplettiert neben **Klaus Bentz** (Fiat Bank) das Sprecher-Duo des Branchenverbands. Brakensiek wird Nachfolger von **Klaus-Dieter Schürmann**.

12: **Katrin Greve** (29) verantwortet die gesamte Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Universität Hamburg. Sie folgt auf **Viola Griehl** (47), die Pressesprecherin der Universität Hamburg

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

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!

bleibt. Greve war zuvor Pressesprecherin im Bundesministerium für Bildung und Forschung.

13: **Reinhard Mawick** (42) wird im Frühjahr neuer Pressesprecher der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD). Er folgt auf **Christof Vetter** (48), der neuer Geschäftsführer des Lutherischen Verlagshauses in Hannover wird. Mawick arbeitet derzeit für das Monatsmagazin „chrismon“.

14: **Florian Seikel** (34) ist neuer Leiter des neuen Hauptstadtbüros des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels (bvh). Er war zuvor als wissenschaftlicher Mitarbeiter von **Ruth Wagner** (Staatsministerin a.D./FDP) im Hessischen Landtag und als Referent der FDP-Fraktion in Darmstadt tätig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

15: **Jana Tiemann** (30) ist neue stellvertretende Pressesprecherin der Behörde für Wirtschaft und Arbeit des Hamburger Senats. An die Stelle von **Kerstin Feddersen**, bislang Pressesprecherin der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, tritt nun **Michael Ahrens**. Feddersen ist ab sofort im Stabsbereich der Behörde für Projekt- und Aufgabencontrolling zuständig.

16: **Harald Reutter** (52), bisheriger Leiter der Bundespressestelle der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di in Berlin wird

die Gewerkschaft verlassen. Wie die Verdi-Bundespressestelle mitteilte, steht ein Nachfolger noch nicht fest. Reutter verantwortet die Position seit der Gründung der Gewerkschaft im Jahr 2001.

Etats

Etats compact (8) (49.KW-08)

01: Econcern, Utrecht (NL)

was: *Pressearbeit zur Eröffnung der neuen deutschen Firmenzentrale „Etrium“ in Köln.*

an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation**, Köln

02: Xerox Austria, Wien (AT)

was: *Öffentlichkeitsarbeit und strategische PR-Beratung*

an: **Ecker & Partner**, Wien (AT)

03: Deutsche Gesellschaft für Ärztliche Fortbildung DGÄF, Leipzig

was: *Pressearbeit für docampus.de*

an: **ppr-pepper**, Germering

04: Linux Solutions Group (LiSoG), Stuttgart

was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Storymaker**, Tübingen

05: Georgia Department of Economic Development (GDEcD)n Atlanta, GA (USA)

was: *Wirtschafts-Kommunikation in Deutschland und Österreich*

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!

an: **GolinHarris B&L**, Frankfurt am Main

06: BTD Gruppe, München

was: *PR-Etat*

an: **Styleheads**, Berlin

07: GHG-Gasspeicher Hannover

was: *Gesamtkommunikation,
Krisenkommunikation*

08: Tourismus Marketing Niedersachsen (TMN),
Hannover

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Eins A Kommunikation**, Hannover

Branche

CSR: Engagement der CEO maßgeblich

Bei einer Umfrage des Heroldsberger Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin unter Wirtschaftsjournalisten mit Interesse an Corporate Social Responsibility (CSR) erhielten VW, Bertelsmann und BMW die besten Noten für die Aufmerksamkeitswirkung ihrer CSR-Kommunikation. Das Spitzenergebnis dieser Unternehmen wird maßgeblich durch die Identifikation des jeweiligen Führungspersonals mit dem CSR-Engagement beeinflusst. So bezeichnen die Journalisten Martin Winterkorn/Volkswagen, Hartmut Ostrowski/Bertelsmann sowie Norbert Reithofer/BMW als Unternehmensführer, denen das CSR-Engagement ihres Unternehmens ein besonderes Anliegen ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (49.KW-08)

01: Mit dem Ziel, Unternehmen mit einfachen Kommunikationsmaßnahmen die Möglichkeiten professioneller Öffentlichkeitsarbeit näher zu bringen, geht **Scholtissek PR in Wachenheim/Weinstraße** an den Start. Die Journalistin Isa Scholtissek bringt jahrelange Erfahrung in der Öffentlichkeitsarbeit für Technologiekonzerne wie auch für kleine und mittelständische Unternehmen mit. Schwerpunkt ihrer Tätigkeiten sind die technologieorientierten Branchen, von der Informationstechnologie bis hin zur Chemie. In ihrem PR-Büro startet sie mit einigen bestehenden Kunden, wie zum Beispiel NetBooster oder Schäfer-Additivsysteme.

02: **Als erste Kommunikations-Agentur in Deutschland gibt J + K Johanssen + Kretschmer** Strategische Kommunikation (GPRA), Berlin **einen eigenen CSR-Bericht heraus**. Lesen Sie, wie sich die Agentur der eigenen Verantwortung stellt und wie CSR als Instrument der Wertschöpfung bei J + K installiert wurde. Der vorliegende CSR-Bericht könnte in die Geschichte der Public Relations eingehen, auch weil es der erste Bericht über die Verantwortung einer Kommunikations-Agentur in Deutschland ist. Vor dem Hintergrund einer drohenden Wirtschaftskrise führt J + K den Beweis, dass eine so verstandene CSR den Weg ebnet zu dauerhaftem unternehmerischem Erfolg und gesellschaftlichem Mehrwert. Mehr zum CSR-Bericht von J + K: www.jk-kom.de/unternehmen/verantwortung.html.

03: **Deutschlands Politik-Lobby-Vereinigung Nummer Eins, die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung (Degepol) will sich selbst Zügel anlegen**, berichtet das "Handelsblatt". Gemeinsam mit Transparency International kämpft die Vereinigung für eine Reglementierung ihrer Branche. Heiko Kretschmer, Vorstandsmitglied der Degepol, schwebt vor, dass jeder in Deutschland tätige Lobbyist sich registrieren lassen muss. Mit der Aufnahme in das Register soll sich jeder

Lobbyist einem verbindlichen Verhaltenskodex unterwerfen - dazu gehört unter anderem, dass Lobbyisten ihren Auftraggeber nennen und auf Bestechung verzichten sollen. Wer gegen die Regeln verstößt, soll aus dem Register gestrichen werden - was praktisch einem Berufsverbot entspricht. Mit ihrem Vorstoß, der von den großen Parteien unterstützt wird, reagiert die Degepol auf Skandale, bei denen Lobbyisten unerlaubten Einfluss auf die Gesetzgebung ausgeübt haben.

04: Studie: **Aktueller Ruf der Pharmaindustrie: Zwischen Wohltäter und Abzocker der Nation.**

Das Image der klassischen Pharmaindustrie wird äußerst gegenteilig beurteilt. Krankenkassen, Kassenärztliche Vereinigungen (KVen) und die Medien sind die größten Kritiker und unterstellen den Pharmafirmen Profitgier und Skrupellosigkeit wohingegen Ärzte, Key Opinion Leader sowie Gesundheitspolitiker der Pharmaindustrie wesentlich positiver gegenüber stehen. Dies belegt eine qualitative Studie von TNS Healthcare. Im Sommer/Herbst 2007 wurden über 50 Teilnehmer der wichtigsten Stakeholdergruppen von Pharmafirmen (Investoren, Ärzte, Krankenkassen, Journalisten, Apotheker, Selbsthilfegruppen, u.a.) persönlich/telefonisch befragt. tns-healthcare.de

05: **Hotwire erweitert sein**

Dienstleistungsangebot für Public Relations um eine Corporate Practice. Dieser international ausgerichtete Bereich soll das Ansehen bestehender und künftiger Kunden bei Mitarbeitern und in der Öffentlichkeit positiv stärken und die Unternehmen im Markt positionieren. Neben den bisherigen Practices Telekommunikation, Consumer Technologie, Digitale Medien, Application und Services sowie Enterprise und Elektronik ist die Corporate Practice ein wichtiger Bereich, der jetzt das Hotwire-Portfolio sinnvoll ergänzt. Als Managing Director der neuen Corporate Practice stößt zudem Andy West zum Hotwire Team. West war

zuvor lange Jahre bei Text 100 tätig und zählt zu den führenden Köpfen der Technologie-PR-Branche in Großbritannien.

Medien

Medien gestehen Mitverantwortung an der Finanzkrise ein

Wirtschaft- und Finanzjournalisten sehen ihre eigene Rolle in der aktuellen Finanzkrise durchaus kritisch. Diesen Schluss lässt eine Umfrage von MS&L International Public Relations in Frankfurt unter 848 Finanz- und Wirtschaftsjournalisten und Kommunikationsexperten zu. Die Ergebnisse der nichtrepräsentativen Umfrage wertet MS&L als Stimmungsbarometer. Fast zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, die Wirtschaftsmedien trügen eine Mitverantwortung für die Krise, da sie zu unkritisch über die Jagd nach zweistelligen Renditen berichtet hätten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wirtschaftskrise eröffnet Chancen im Sponsoringmarkt

Sonderkonjunktur im Sponsoring infolge Verbundenheit und Gebundenheit der Vertragspartner. Die Sponsoringwirtschaft bleibt für die wirtschaftliche Entwicklung der nächsten Monate optimistisch. Einer der Gründe für diese Zuversichtlichkeit ist die geringere Abhängigkeit des Sponsorings von sich kurzfristig ändernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (49.KW-08)

01: CNN Wire: Konkurrenz für News-Agenturen. Die Zeitungskrise bedroht die etablierten Nachrichtendienste in ihrer Existenz. In den USA drängt der Nachrichtensender CNN jetzt auf den Markt vor und baut einen eigenen Agenturdienst auf. "CNN Wire" befindet sich im Teststadium und tritt in direkte Konkurrenz zu Diensten wie AP und Thomson Reuters. In Deutschland denken Zeitungsverleger über die Kündigung der dpa nach. In der Web-Ära erscheint vielen der klassische Nachrichtendienst als zu langsam und zu teuer. meedia.de

02: Medienjobs in Großbritannien sind von der Rezession bedroht. Enders Analysis erwartet, dass weitere 200.000 Stellen bis 2013 verloren gehen, zusätzliche zu den tausenden, die bereits in den ersten Monaten der weltweiten Wirtschaftskrise verloren wurden. 2007 wurde der Personalbestand im Medienbereich (Print, TV, Hörfunk, Produktion, Werbung, etc.) im Königreich auf 400.000 kalkuliert, dieser soll sich also bis 2013 krisenbedingt halbieren. brandrepublic.com

03: Twitternde Agenturen: Die Liste der Medien-Marken bei Twitter ist inzwischen recht lang, bei den DAX-30-Unternehmen ist weitgehend Funkstille, dafür gibt es immerhin einige Marken wie Ford oder BMW, die mit Twitter zumindest zeitweilig Kampagnen begleiten. Doch während selbst die Deutsche Bahn ihre Verkehrsmeldungen twittert, finden die Kommunikationsprofis, die Agenturen selbst, bislang kaum Anschluss an den Micro-Blogging-Dienst und bleiben als Marke dort weitgehend unsichtbar. off-the-record.de

04: Krisengewinner Google: Unternehmen erhöhen Spendings für Suchmaschinenmarketing. Während sich die Verlage angesichts der zuletzt mauen Entwicklung auf dem Anzeigenmarkt auf schwere

Zeiten einstellen, reibt sich Google die Hände. Experten und Marketing-Entscheider großer Unternehmen sind sich darin einig, dass die Ausgaben für Suchmaschinenmarketing im kommenden Jahr deutlich ansteigen werden. Google dürfte als Marktführer davon am meisten profitieren. horizont.net

05: Markenverlängerung ins Web: Wenn deutsche Schüler im Internet Radio hören, dann tun sie dies am ehesten auf der Homepage ihres Lieblingssenders - und nicht etwa in Communities wie Last.fm, wo sie selbst zum Programmdirektor werden könnten. Zugleich müssen Radiosender bei der mobilen Nutzung noch gehörig aufholen: MP3-Player und MP3-Handy haben hier die Nase vorn, Radiosender spielen nur eine marginale Rolle. bigtrends.blog.de

06: Studie: Mediennutzung zur ersten Informationsquelle bei wichtigen Ereignissen. Bei „Breaking News-Events“ ist das Fernsehen vor dem Radio das wichtigste Informationsmedium, Tageszeitung und Internet folgen beinahe gleichauf. Große Unterschiede nach Alter: während für unter 30-Jährige Internet das erste Informationsmedium ist, dominieren bei Älteren Fernsehen und Radio. Frauen nutzen häufiger das Radio als Erst-Informationsmedium, Männer das Internet. mindline-media.de

07: Presserat nimmt auch Beschwerden über Online-Angebote entgegen. Im kommenden Jahr weitet der Deutsche Presserat in Bonn seine Arbeit auf den Bereich Online-Angebote aus. Leser haben dann die Möglichkeit, sich über journalistisch-redaktionelle Beiträge beim Rat zu beschweren. Ebenfalls können die Anbieter von Telemedien mit journalistisch-redaktionellen Inhalten sich der publizistischen Selbstkontrolle anschließen. horizont.net

08: Nun offiziell: Springer sagt alle Galas 2009 ab. Springer-Chef Döpfner hat für 2009 alle Galas, Feste und Empfänge abgesagt, darunter auch die

"Goldene Kamera" und "Das Goldene Lenkrad". Das Geld wolle man lieber in "guten Journalismus" investieren. Die Spendenaktion "Ein Herz für Kinder", die erst am Wochenende mit einer großen Gala begangen worden war, solle "in veränderter Form" fortgesetzt werden.

Stamm Medien-Newsletter Dezember 2008

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im November 2008 wurden 7.790 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.050 Medien.

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

Services + Tipps

48 Millionen PC's in deutschen Haushalten

40 Millionen Autos, 48 Millionen Personal Computer (davon 16 Millionen Notebooks), 60 Millionen Mobiltelefone und 70 Millionen Fahrräder hat es Anfang 2008 insgesamt in den 39 Millionen privaten Haushalten in Deutschland gegeben. Diese ersten Ergebnisse aus der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) 2008 teilt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mit. Alle fünf Jahre führt das Statistische Bundesamt gemeinsam mit den Statistischen Landesämtern diese größte

freiwillige Haushaltserhebung durch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (8) (49.KW-08)

01: Die Kommunikation mit Mitarbeitern ist noch immer von starren Routinen und Aktionismus aus dem Bauch heraus geprägt. Es mangelt weithin an konzeptionellem Weitblick. In ihrem neuen **Praxisbuch "Wie kommt System in die interne Kommunikation"** zeigen die Autoren Ulrike Führmann und Klaus Schmidbauer einen Weg auf, wie man mit einfachen konzeptionellen Schritten aus der Falle des kurzfristigen Denkens und Kommunizierens entkommen kann. Das Buch ist der Auftakt der aktuellen Praxisreihe des hochschuleigenen **Verlages der UMC Potsdam (FH)**, der im September 2008 gegründet wurde. (Umfang: 204 Seiten, Preis: 29,80 Euro, ISBN: 978-3-9811744-1-0)

02: **Das Bewusstsein für Umweltfragen und Energiekosten ist bei jungen Menschen in Deutschland noch deutlich stärker ausgeprägt als bei der älteren Generation.** Dies zeigt eine repräsentative **Emnid-Umfrage im Auftrag von Solvis**. Rund 80 Prozent der Befragten unter 30 Jahren ist überzeugt: Bis zum Jahr 2020 werden Öl und Gas mehr als doppelt so teuer sein wie heute. Im Gegensatz dazu prognostizieren nur 58 Prozent der Deutschen ab 60 Jahren eine solche Preissteigerung. In zwölf Jahren, so glauben 52 Prozent der ab 14-Jährigen wird die Sonne der günstigste Heizenergielieferant sein, jedoch nur 45 Prozent der älteren Befragten.

03: Im Rahmen einer **F&H Porter Novelli-Studie** wurde das **Umweltbewusstsein von Konsumenten** in den Ländern Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande, Portugal, Spanien sowie den USA erfragt. Die Einteilung des Umweltbewusstseins erfolgte in Kategorien. Die Grundlage dafür war die

Tatsache, was die Menschen konkret für ihre Umwelt tun. Es entstanden sieben Aktionen für die nachfolgende Analyse: Kauf umweltfreundlicher Produkte, Kauf von Produkten mit weniger Verpackung, Reduzierung des häuslichen Energieverbrauchs, Kauf energieeffizienter Geräte/Isolierung, Bestrafung von Firmen mit schlechter Umweltbilanz durch Boykott ihrer Produkte, Kauf von Produkten aus recyceltem Papier/Plastik und Häusliches Recycling. Weiter Infos über die Studie und Ergebnisse hier auf der F&H-Homepage: <http://www.f-und-h.de/>.

04: Studie: **TrendReport Männer - Konsum zwischen Alufelge und Abdeckstift**. Sie heißen Thomas, Michael oder Klaus. Sie sind durchschnittlich 31 Jahre alt, wenn sie das erste Mal vor dem Traualtar stehen. Den Arzt kennen sie nur vom Hörensagen. Und fast ein Drittel von ihnen glaubt, dass Frauen nicht einparken können. Ganz klar: Hier geht es um Männer. Viel ist zu hören in diesen Tagen – von neuen Vätern, altem Machismo, Alphamädchen und Sinnkrisen. Von Männern, die verunsichert ihre Rolle in der heutigen Gesellschaft suchen. Und von der Frage: Was ist heute eigentlich männlich? sevenonemedia.de

05: Studie: **Typologie der Wünsche**. Die aktuellste umfassende Markt-Media-Studie in Deutschland mit über 1.800 Marken und 400 Produktbereichen und einer breiten Medienpalette. Menschen, Medien, Märkte – diesen drei Themen widmet sich die Typologie der Wünsche 2009. Der Brennpunkt der Betrachtung der Menschen liegt auf den „weichen“ Faktoren, die unser Leben und speziell unseren Konsum mitbestimmen – Einstellungen, spezielle Zielgruppenmodelle und Typologien bilden diese Faktoren anschaulich ab. tdwi.de

06: **Bei der Herbstumfrage des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) gab nur noch jedes dritte befragte**

Unternehmen an, "sehr gute oder gute" Geschäfte für die kommenden sechs Monate zu erwarten, sagte Frank Wallau vom Bonner Institut für Mittelstandsforschung (IfM) heute in Berlin. Die aktuelle Geschäftslage beurteilten noch 52,0 Prozent als "sehr gut oder gut". Vor allem die Bauindustrie und Unternehmen mit einer hohen Exportquote erwarten laut Wallau in den kommenden sechs Monaten schlechtere Geschäfte. Insgesamt rechneten 39 Prozent der befragten Unternehmen mit einer Abwärtsbewegung der Wirtschaft und begründeten dies vor allem mit einer nachlassenden Nachfrage im Inland und höheren Rohstoff- und Energiepreisen.

07: **"Der Abschwung ist beim Mittelstand angekommen"**, betonte der Vorsitzende des BDI-Mittelstandsausschusses, Arndt G. Kirchhoff. Allerdings zeige die Umfrage, dass die Unternehmen gut vorbereitet seien und in den vergangenen Jahren ihre Wettbewerbsfähigkeit gestärkt hätten. Froh stimme ihn auch, dass es bislang noch nicht zum Abbau von Arbeitsplätzen gekommen sei.

08: **Neue Kommunikationstechnologien für Weihnachtswünsche immer beliebter**. Obwohl sich viele Deutsche zu Weihnachten nicht persönlich sehen können, tauschen sie nach wie vor Weihnachtswünsche aus. Dabei kommen immer häufiger neue Technologien zum Einsatz. Während das Telefon (82%) in der Gunst vorne liegt, hat die schnelle E-Mail (75%) die klassische Weihnachtskarte (34%) verdrängt und liegt in der Beliebtheitskala der Deutschen bereits auf Platz zwei. Aber auch kostenlose Internettelefonie (13%) und Instant Messaging (18%) erfreuen sich steigender Beliebtheit bei den Deutschen. Besonders populär sind diese Technologien naturgemäß bei jüngeren Bevölkerungsschichten.

Termine + Tagungen

Fachtagung zur PR- und Medienkrise

Die Folgen der Wirtschaftskrise für Medien und PR sind Thema der Fachtagung "Sicher durch die Rezession" am 26. Februar 2009 in Köln. Auf dem dritten Gipfel der Tagungsreihe "K2" - veranstaltet von der school for communication and management (scm) und dem prmagazin - diskutieren Experten aus Medien und Wirtschaft die strukturellen Auswirkungen der Rezession für die professionelle Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie online-tauglich sind bayerische Unternehmen?

Eine Unternehmens-Website ist nur so gut wie ihr Pressebereich - zumindest in den Augen von Journalisten. Deshalb hat die PR-Agentur Kaltwasser Kommunikation (KK) zusammen mit der TU Ilmenau eine Studie in Auftrag gegeben, die jetzt 300 Online-Pressecenter von mittelständischen Unternehmen in Bayern auf den Prüfstand gestellt hat. Beim Convento PR-Frühstück am 21. Januar 2009 in Nürnberg geben Brigitte Kaltwasser, Geschäftsführerin der Agentur, und Karolin Halusa von der TU Ilmenau eine erste exklusive Kostprobe der aktuellen Studien-Ergebnisse. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Politikkongress 2008 in Berlin

Die europaweit größte Fachtagung für politische Kommunikation versammelte am 4. und 5. Dezember in Berlin die wichtigsten Köpfe und die interessantesten Themen. 500 Teilnehmer hatten sich angemeldet, 120 Redner und Referenten

wirkten mit. Der Politikkongress, veranstaltet vom Magazin "politik&kommunikation", hat sich inzwischen im Terminkalender der politischen Meinungsbildner etabliert und auch der sechste Kongress war wieder ein Erfolg. Die Keynotes stellen den state of the art der politischen Kommunikation und Interessenvertretung in Amerika vor dem Hintergrund der dortigen Präsidentschaftskampagnen vor. Workshops, Diskussionsrunden und Best-Case-Vorträge sowie ein Zukunftsforum, das Duell mit Guido Westerwelle und Gregor Gysi und auch das Abschlussforum waren Gelegenheiten, manche spannende Debatte unmittelbar zu verfolgen. Davon zeugen auch Blogs und Interviews [hier im Internet](#).

Termine compact (2) (49.KW-08)

01: Die **Landesgruppe Norddeutschland der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** hatte zum **Vortrag „Personal and Public Relations – Social Media als Chance für die PR“** geladen. Rund 50 Teilnehmer nahmen die Einladung an und fanden sich in der Funk & TV Akademie Hamburg ein. Social Media Communications und Digital Relations erwiesen sich wie erwartet als heiße Diskussionsthemen. Die rege Diskussion zeigte auf, dass sich Online-PR überwiegend immer noch auf die Unternehmenswebsite und den Versand von Presseinformationen per E-Mail beschränkt. Auf der anderen Seite explodiert weltweit die Nutzung von sozialen Netzwerken und (Micro-) Blogging-Diensten wie bspw. Twitter – insbesondere bei den „Internet Heavy Usern“, die jünger als 40 Jahre alt sind. Die Kommunikation in und mit den „sozialen Medien“ stellt eine der großen Herausforderungen für die PR dar – nicht nur wegen der Dynamik der neuen Tools und Dienste, sondern insbesondere wegen der neuen Zielgruppen und Multiplikatoren.

02: Der **Heidelberger Verein "doppelkeks e.V."** zur Förderung des journalistischen Nachwuchses

an der Universität Heidelberg veranstaltet am 24. und 25. Januar 2009 die "Medienwerkstatt 13 - über Cash" (**Der Wirtschaftsjournalismus und die Kommunikation der Wirtschaft**).

Journalisten des Magazins Stern und PR-Praktiker führen anhand praktischer Beispiele am 24. und 25. Januar in die Welt der Wirtschaftsberichterstattung und der Wirtschaftskommunikation ein. Am Sonntag (25. Januar) zu Gast im Gespräch: MLP-Gründer Manfred Lautenschläger. Anmeldung und weitere Infos unter www.doppelkeks-ev.de.

Ausbildung + Seminare

Neuer SPRI-Lehrgang ab 2009: PR-Praktiker

Das SPRI Schweizerisches PR-Institut bietet einen neuen Lehrgang für Berufseinsteiger an, den PR-Praktiker. Er eignet sich für Personen, die das Rüstzeug erwerben möchten, für eine Praktikumsstelle bei einer Agentur oder einem Unternehmen. Kompakt, praxisnah, mit starkem Bezug zur Branche und einer umfassenden Laufbahnberatung. Der Lehrgang startet am 6. Februar in Zürich. Die zweimonatige Ausbildung mit acht Präsenztagen schliessen Sie mit einer obligatorischen Prüfung ab. Weitere Informationen auf der SPRI-Website: www.spri.ch/pr-praktiker.

Headhunter: Wie sich Bewerber die Blöße geben

Was tun, wenn der Headhunter anruft? Schon beim ersten Kontakt kann der Kandidat sich aus dem Rennen reden. Axel Schneider ist seit 1986 als Personalberater selbständig. Im Interview verrät er, was Headhunter beeindruckt - und

welche Fehler sie nie verzeihen.

Das Interview von Birger Menke, SpiegelOnline, in manager-magazin.de vom 3. Dezember [hier online weiterlesen](#).

2009 öffnet die PR-Professional Akademie ihre Tore

Der Online-Newsletter "PR-Professional" will ab 2009 neue Maßstäbe in der PR-Praxis setzen: In Kooperation mit dem Fachbereich Journalismus der Fachhochschule Bonn-Rhein-Sieg findet vom 18. bis 20. März 2009 die erste PR-Professional Akademie statt. Erfahrene PR-Profis und renommierte Wissenschaftler werden an einen Tisch geholt. Anspruch der PR-Professional Akademie ist es, neue Denkansätze und Handlungsoptionen aufzuzeigen. Die Kombination aus Know-how, PR-Praxis und Best Practice vermittelt kompakt und aufschlussreich, wie die Effizienz der Pressearbeit forcieren werden kann. Weitere Infos: <http://pr-professional.de/content.php?siteid=341>.

Ausbildung compact (2) (49.KW-08)

01: Die SPRI-(**Schweizerisches PR-Institut**) Teilnehmer der PR-Fachleute Klassen in Bern und Zürich sowie der PR-Vertiefungsrichtung der Academia Engiadina (HFT) haben mit einer hervorragenden Erfolgsquote abgeschlossen: 93 Prozent der Teilnehmer tragen jetzt den Titel "PR-Fachfrau / PR-Fachmann mit eidgenössischem Fachausweis". **Die Erfolgsquote über alle Prüfungsteilnehmer betrug 88,8 Prozent.** Das SPRI ist stolz auf die eindruckliche Leistung seiner Studentinnen und Studenten. Die Abschlussfeier der eidgenössischen Prüfungen fand am 26. November im Schloss Schadau bei Thun statt. Organisiert wurde sie wie jedes Jahr von der Prüfungskommission der SPRG.

02: PR-Sekretärinnen, -Assistentinnen und -Assistenten können viel dazu beitragen, ihre Vorgesetzten und Kollegen zu entlasten. Das **AFK-Seminar "PR BA - PR für Sekretariat und Assistenz"**, vom 16. bis 20. Februar 2009 in Boppard, gibt wichtiges Know-how und nützliche Tipps, die Aufgaben und Abläufe in der PR-Abteilung oder -Agentur aktiv mitzugestalten und zu verbessern. Infos: www.afk-online.com.

Kommentare

Berlusconi, Sarkozy und die mediterrane Medien-Politik

Italiens Medien-Mussolini Silvio Berlusconi verdoppelt die Mehrwertsteuer auf Pay-TV-Angebote auf zwanzig Prozent, um lästige Konkurrenz seiner eigenen Sender auszustechen. Frankreichs Nachrichten-Napoleon Nicolas Sarkozy erlangt die Kontrolle über die öffentlich-rechtlichen TV-Sender per Gesetzesänderung, um künftig das Programm mitbestimmen zu können. Was ist bei unseren (Süd)Europäischen Nachbarn los? Mit fadenscheinigen Argumenten wird der Staatszugriff auf die Medien schön geredet, Stimulationspaket zur wirtschaftlichen Lage hier, Sicherung der Unabhängigkeit von der Wirtschaft dort, alles zum Wohle von ... ja, von wem eigentlich? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Wann kommt die öffentlich-rechtliche Tageszeitung?

Man wäre besser dabei gewesen und somit ungescholten davongekommen: Beim 13. Mainzer Mediendisput waren sich alle anwesenden Medienmacher darüber einig, dass die nichtanwesenden Medienmacher Schuld seien am Verfall der journalistischen Disziplinen. Das Lamentieren über Kommerzdruck und Konkurrenzdruck, das Abhandenkommen des Investigativen oder wenigstens Gründlichen in der Recherche, dergleichen bestimmte das Tacheles reden im Landesfunkhaus des Südwestrundfunks und beim ZDF. Beklagt wurden Kumpanei und Klüngel, Liaisons mit Lobbyisten und verschiedene andere Verwerflichkeiten des redaktionellen Alltags. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

40,5 Prozent erwarten mehr Umsatz

Das "PR-Journal" hatte vor zehn Tagen darum gebeten, über die erwartete wirtschaftliche Entwicklung der PR-Branche für 2009 abzustimmen. Hier ein Zwischenergebnis: 40,5 Prozent der 141 Teilnehmer erwarten für nächstes Jahr eine Steigerung der Honorarumsätze im Vergleich zu 2008; 39,8 Prozent erwarten eine Abnahme der Honorare und 19,9 Prozent meinen, die wirtschaftliche Entwicklung bleibe 2009 wie in diesem Jahr. Alle Interessierten können die Einzelergebnisse auf der Startseite des PR-Journals (www.pr-journal.de) einsehen und auch noch an der Abstimmung teilnehmen.

Jobangebote

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

Gesuche

Die 22 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee/Praktikum

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Senior-PR-Berater/in gesucht...

PR-Assistent: Halb- oder Vollzeit (m/w) bei der MärzheuserGutzy Kommunikationsberatung GmbH

Senior PR-Berater (w/m) Bereich Beauty gesucht

Junior PR-Berater(in) für Dienstleistungs-PR in Essen

fischerAppelt sucht Junior-Berater (m/w), Standort Frankfurt

KOOB sucht PR-Consultant (w/m)

PR-Berater/in für Berliner Standort gesucht

PR-Berater (m/w) für den Bereich Markenkommunikation gesucht

[\(Junior\) Berater/in im Gesundheitsbereich gesucht!](#)

[Berater/Projektleiter \(w/m\)](#)

Behörden (Öffentl.Dienst)

[PR-Assistent/In, Schwerpunkt Veranstaltungen gesucht](#)

[Fachjournalist/In für Print und Web gesucht](#)

Unternehmen

[Communication Manager \(m/f\) in Riad/Saudi Arabia](#)

Verbände (Non-Profit)

[Leiter/-in der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising](#)

Freelancer

[Online-Lektorin/Korrektorin sucht neuen Auftraggeber](#)

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

[Unterm Strich mehr als Text](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 08. Dezember 2008 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.718 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.