

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 182 / 50.+51. KW 2008

## Seite 1

### Holmes-Report kürt Agenturen des Jahres

Der US-amerikanische Holmes-Report hat die Agenturen des Jahres in der EMEA Region (Europa, Mittlerer Osten, Afrika) bekannt gegeben. Die Preisverleihung an die gekürten Agenturen wird bei den jährlichen SABRE (Superior Achievement in Branding and Reputation) Awards in Stockholm im Mai 2009 erfolgen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medienwandel und Glaubwürdigkeit: Wie managed man eine Revolution?

*Ein Beitrag von Dietrich Schulze van Loon, Hamburg, Geschäftsführender Gesellschafter Molthan van Loon Communications Consultants GmbH (GPRA) und Präsident der GPRA*

Die Medienlandschaft erlebt einen nie dagewesenen Umbruch - radikal genug, um auch professionelle Entscheider in Unternehmen und Institutionen zu verunsichern. Hinzu kommt eine gesamtwirtschaftliche Situation, die so manches

auf den Kopf und vieles infrage stellt. Soll man jetzt jeden Trend schnellst-möglich mitmachen? Bekanntlich geht es in Revolutionen oft auch den eigenen Kindern an den Kragen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PZOK kritisiert künftige Heidelberger Inhouse-Prüfungen

Mit „Unverständnis“ hat die „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft“ (PZOK) in Berlin auf die am 9. Dezember verbreitete Mitteilung der Heidelberger PR-Ausbildungsinstitute oeffentlichkeitsarbeit.de und PR Plus reagiert, künftig eigene Inhouse-Prüfungen durchführen zu wollen. „Die PZOK macht sich weiterhin stark für möglichst objektive Prüfungen durch wirklich unabhängige Prüfer“, so PZOK-Geschäftsführer Holger Sievert. „Die Heidelberger Institute hingegen hatten in ihrer bisher praktizierten Zusammenarbeit mit uns immer darauf bestanden, die Hälfte der Prüfer selber zu stellen.“ So könne keine unabhängige Prüfung sichergestellt werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Heidelberger PR-Ausbildungsinstitute brechen mit PZOK

In einem offenen Brief wenden sich PR Plus und oeffentlichkeitsarbeit.de an die Kommunikationsbranche (im Wortlaut): **Eine Mogelpackung, die niemand braucht** Die Heidelberger PR-Ausbildungsinstitute oeffentlichkeitsarbeit.de und PR Plus werden sich



ab sofort nicht mehr an den Aktivitäten der „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK)“ beteiligen. Diese Entscheidung fällt nicht leicht, sie ist aber nicht anders möglich.

Die PZOK sagt über sich selbst,

- sie nehme „einheitliche und unabhängige Prüfungen auf hohem Qualitätsniveau in der PR-Branche ab“,
- sie überprüfe „die Qualität von berufsständischen Aus- und Weiterbildungsangeboten“,
- sie reagiere „auf den wachsenden Bedarf an gut qualifizierten PR-Fachkräften in Unternehmen, Verbänden und Agenturen“.

**Nichts davon entspricht den Tatsachen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)**

## Personalien

### Mehlen wird neuer Unternehmenssprecher von McDonald's

Matthias Mehlen (35) wird zum 1. Januar 2009 neuer Unternehmenssprecher von McDonald's Deutschland. Sein Vorgänger, Alexander Schramm (40), wird Vice President Development und damit Mitglied des Vorstands. Mehlen war bisher stellvertretender Unternehmenssprecher. In seiner neuen Position berichtet er direkt an Bane Knezevic, den Vorstandsvorsitzenden des Unternehmens. ("sprecherszene" # 236/11.12.2008)

Bücher für  
PR-Praktiker  
UVK  
UVK Verlagsgesellschaft mbH

### Seidel zieht sich aus der Geschäftsführung von muehlhaus & moers zurück

Udo Seidel (51) zieht sich zum Jahresende aus der Geschäftsführung von muehlhaus & moers kommunikation (GPRA) in Köln zurück. Dazu gehört auch die Tochter uscreen Internet- und Multimedia-Dienstleistungsgesellschaft. Seidel bleibt der Agentur weiterhin als Gesellschafter verbunden und steht für ausgewählte Beratungsmandate zur Verfügung. Darüber hinaus wird er sich weiter der Verbandsarbeit widmen. Aktuell ist Seidel Vorsitzender der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Nordrhein-Westfalen.

### Personalien compact (23) (50.+51.KW-08)

#### AGENTUREN:

01: **Désirée Hochkirchen** (27) wechselt als PR-Beraterin von der Agentur Edelman ins Team „Leben & Genuss“ von achtung! kommunikation (GPRA) in Hamburg. Bei Edelman hatte sie sich unter anderem für Chiquita Deutschland sowie Unilever-Marken engagiert.

komm.passion

Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN  AUSSCHNITT  
MEDIENBEOBACHTUNG

02: **Fabrice Fries** wird Präsident von Publicis Consultants France in Paris (FR). Fries war bisher Generalsekretär der Publicis Groupe und wird vorläufig außerdem **Muriel Réus** als Präsident von Publicis Event France ersetzen.

03: **Tan Rui** (31) ist neuer PR-Berater im Beijing-Office der Agentur Storymaker (mit Stammsitz in Tübingen). Nach einem Studium an der Foreign Language University in Xi'an arbeitete er für sechs Jahre als Journalist der englischsprachigen Zeitung China Daily in Beijing. Danach wechselte er in das PR-Fach, indem er Communications Officer beim World Wildlife Foundation (WWF) wurde.

04: **Andy West** kommt als Managing Director der neuen Unit International Corporate Practice zur PR-Agentur Hotwire in London (GB), für die gesamte Agentur wird er auch Board Director. West kommt von Text 100, wo 14 Jahre lang tätig war, zuletzt zuständig für das EMEA-Geschäft. Bei Hotwire arbeitet West mit den europäischen Büros zur Akquisition und Betreuung internationaler Kunden zusammen.

05: **Christina ter Glane** (27) und **Alexandra Teske** (33) kommen als neue PR-Berater zu Borgmeier Public Relations in Delmenhorst. ter Glane war zuletzt als Medienpädagogin in der Niedersächsischen Landesmedienanstalt und absolvierte eine redaktionelle Zusatzausbildung. Teske sammelte ihre PR-Kenntnisse bei

Seidensticker in Bielefeld und im Evangelischen Krankenhaus Bielefeld.

06: **Laura Jakobeit** (22) ist ab sofort PR-Beraterin bei Griffiths Consulting in München. Zuvor absolvierte sie das Bachelor-Studium International Management an der Universität Flensburg. Jakobeit sammelte sowohl in PR-Agenturen als auch in Pressestellen Berufserfahrung, z.B. arbeitete sie bei PR Nord für Kunden aus der Baubranche und in der Pressestelle von Beate Uhse.

07: **Ilka Schöning** (28) verstärkt das Beratungsteam der Hamburger PR-Agentur red roses communications. Die staatlich geprüfte Kommunikationswirtin kommt von der Werbeagentur Vasata/Schröder, wo sie als Etatdirektorin Kunden betreute. Als Senior Consultant wird Ilka Schöning bei red roses communications vor allem für den Duft- und Geschmacksstoffhersteller Symrise verantwortlich sein.

08: **Wolfgang Griepentrog** (45) hat den Handelskonzern Metro Group nach sieben Jahren als Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation und Leiter der Konzern-PR verlassen und die Kommunikationsberatung WordsValues in Köln gegründet. Mit seiner Kommunikationsberatung WordsValues konzentriert sich Griepentrog auf strategische und werteorientierte Kommunikation, Reputationsmanagement und Change Kommunikation.

**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!**

09: **Matthias Großmann** (44), bisher Verlagsleiter der Medienmarken Capital und Impulse, tritt im Mai 2009 als Managing Director in die Geschäftsleitung der Kommunikationsberatung Stockheim Media ein. Der Medienmanager begann seine Karriere bei Gruner + Jahr in Hamburg im Jahr 1994 als Vorstandsassistent. Seit März 2000 arbeitet Großmann in unterschiedlichen Führungspositionen für die G+J Wirtschaftspresse in Deutschland.

#### UNTERNEHMEN:

10: **Kathrin Rübberdt** (35) übernimmt die Verantwortung für die Zentralabteilung Öffentlichkeitsarbeit bei der DECHEMA Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie in Frankfurt am Main. Sie folgt damit auf **Christina Hirche** (62), die nach 17 Jahren in den Ruhestand geht.

11: **Marion Flötotto** (35) zeichnet bei Aastra in Deutschland ab sofort für die Leitung Marketing und Unternehmenskommunikation verantwortlich. Seit 2005 leitet sie die Unternehmenskommunikation von Aastra DeTeWe. Zuvor verantwortete die Diplom-Ökonomin bei DeTeWe die Abteilung Unternehmenskommunikation. In den Jahren

2000 bis 2004 war sie für das Change Management des Unternehmens zuständig.

12: **Nico Schiller** (29) wechselt als Corporate Affairs Manager zu Mars Süßwaren nach Viersen. In dieser Funktion wird er die Pressearbeit verantworten und für die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationsstrategien und -maßnahmen in den Bereichen Gesundheit, Ernährung und Nachhaltigkeit zuständig sein. Zuvor war Schiller beim Norddeutschen Rundfunk in Hamburg als Volontär beschäftigt, u.a. als persönlicher Referent der Direktorin des NDR Landesfunkhauses Hamburg.

13: **Yvonne Kaesler** (32) ist neue Pressesprecherin von Bacardi Deutschland in Hamburg. Zudem leitet sie ab sofort den Bereich Corporate Communications. Kaesler ist bereits seit 2006 für das Unternehmen tätig und hat bislang die Brand-PR verantwortet. Diesen Bereich wird sie auch weiterhin führen.

14: **Sophie Comary** wird Director of Communications der Investmentbank Natixis in Paris (FR). Sie kommt von Sequana Capital, nachdem sie verschiedene Pusiontionen in Agenturen und Unternehmen hatte. Dabei waren eine eigene PR-Agentur (1986 - 1990), Euro RSCG Partners (bis 1994), Group BDV-IFI (bis 1997) Chevrel & Jacquillat (bis 2002).

15: **Antonia Voerste** (33) leitet die Unternehmenskommunikation der Bundesdruckerei

### 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!

in Berlin. Die studierte Publizistin verantwortet die interne und externe Kommunikation sowie die Pressearbeit der Bundesdruckerei. Voerste war zuletzt bei der Metro Group beschäftigt.

16: **Jean-Michel Stassart** ist neuer Communication Director von Bouygues Telecom in Boulogne-Billancourt (FR). In dieser Position verantwortet er alle Kommunikationsbereiche des Unternehmens, welchem er seit 1983 angehört. 1996 wechselte er von der Bouygues Group zur Bouygues Telecom, wo er bisher als Advertising Director tätig war.

17: **Luis Rodríguez Jiménez** wurde bei Microsoft Spain zum Director de Marketing y Comunicación der Unternehmensbereiche Windows client, Windows Mobile, Windows Live, Live Search and MSN portal ernannt. Bevor er zu Microsoft kam, war Jiménez Director of Customer Service der Werbeagentur Street Life, die er 2004 gründete.

18: **Oliver Renner** (43) bekommt die Leitung der Unternehmenskommunikation der Bayer Schering Pharma. Er folgt in dieser Position auf **Markus Pickel** (46), der Leiter Global Corporate Communications bei Bayer HealthCare wird.

19: **Klaudia Drazdansky** (37) verstärkt die Kommunikation der Unterhaltungssparte von Turner im deutschsprachigen Raum, sie ist verantwortlich für die Betreuung der Programmkommunikation verschiedener Sender.

20: **Roger Müller** (29) ist neuer stellvertretender Leiter Kommunikation und Mediensprecher der Luzerner Kantonalbank (LUKB) in Sursee (CH).

#### **MEDIEN:**

21: **Susann Krey** (46) und **Anna van den Bloock** (31) kommen als Referentin und Volontärin in die Pressestelle von IP Deutschland

in Köln. Krey ist seit 1989 in der Mediengruppe RTL tätig, ab 2004 betreute sie den RTL Shop. Van den Bloock hat gerade ihr Jurastudium erfolgreich absolviert und kommt neu ins Unternehmen.

22: **Alexandra Tschacher** (32) übernimmt beim Münchener Kindersender Jetix die Position der PR-Leiterin von **Alexa Meyer**, die bis Ende September die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortete. Tschacher ist für die gesamte Unternehmenskommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich. Zuvor arbeitete sie für die Agentur Print Communications Consultants in Unterhaching/München als Senior PR-Beraterin im Markenteam.

#### **VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

23: **Roland Seeling** (60) wird Leiter der Abteilung Kommunikation des Verbandes der Chemischen Industrie (VCI) in Frankfurt am Main, er ist derzeit Geschäftsführer des Verbandes. Er folgt in dieser Funktion auf **Anton Mariacher** (62), der nach 24 Jahren im VCI in den Ruhestand geht.

#### **Etats**

#### **Etats compact (13) (50.+51.KW-08)**

01: Reiseunternehmen BravoFly, Amsterdam (NL)  
was: *Online PR-Etat 2009 für BravoFly.de*  
an: **OMA® – Online Public Relations Unit**,  
Düsseldorf

02: DFS Deutsche Folienservice, Jena  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Internetportale folgen.de und pimplabel.com*  
an: **Tower PR**, Jena

- 03: B.A.D.-Gruppe, Bonn  
was: *Websiterelaunch und Online-Kommunikation*  
an: **Die Firma**, Wiesbaden
- 04: Eeynim Industry und Zion Fashion, Berlin  
was: *Betreuung der Medien*  
an: **Medienbüro Wachsmuth**, Berlin
- 05: Literaturkritiker Hellmuth Karasek, Hamburg  
was: *Interessenvertretung in den Bereichen Werbung und PR*  
an: **PromEvent & Media**, Rastede
- 06: Intervet Deutschland, Unterschleißheim  
was: *Fach- und Publikumskommunikation*  
an: **3K**, Frankfurt am Main
- 07: Musik-Downloadportal Besonic, Köln  
was: *PR- und Pressearbeit*  
an: **GlobalCom PR-Network**, München
- 08: IBIS Prof. Thome, Würzburg  
was: *klassische Medienarbeit für die Fachpresse*  
an: **verclas & friends kommunikationsberatung**, Heidelberg
- 09: Berliner Flughäfen  
was: *PR-Arbeit für das Internetportal viaberlin.com*  
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg
- 10: Online-Karrieremanager Placement24, Düsseldorf  
was: *Pressearbeit*  
an: **Stockheim Media**, Köln
- 11: Activision, Activision
- 12: Koch Media, Planegg
- 13: Gameloft, Köln  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Popular PR**, Frankfurt am Main

## Branche

---

### Finanzdienstleister setzen auf Transparenz - und kürzen die Kommunikationsbudgets

Lediglich Versicherer gehen mit konstanten Budgeterwartungen ins nächste Jahr. Bedingt durch die Finanzmarktkrise setzen Finanzdienstleistungs-Unternehmen verstärkt auf eine auf Transparenz und Glaubwürdigkeit abzielende Kommunikation. Allerdings geht diese Strategie mit einer tendenziell geringeren Ausstattung an Kommunikationsbudget einher. Diese Erkenntnisse sind ein Teil der Ergebnisse der im Herbst dieses Jahres durchgeführten Umfrage „Finanzkrise und Kommunikation - wie reagieren Finanzinstitute?“ von asset:vision. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Bury leitet neu geschaffenes Geschäftsfeld Corporate Affairs bei Hering Schuppener

Hans Martin Bury (42), Investmentbanker, früherer Staatsminister im Bundeskanzleramt und Mitglied des Vorstands des Lehman Brothers Bankhauses in Frankfurt am Main, wechselt zum 1. April 2009 als Managing Partner zu Hering Schuppener, Düsseldorf und Frankfurt am Main. Er wird vom Standort Frankfurt aus das neu geschaffene Geschäftsfeld Corporate Affairs leiten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Cision erfolgreichstes deutsches Unternehmen bei AMEC Awards 2008

Die Cision Deutschland, Kornwestheim hat bei der diesjährigen Preisverleihung des renommierten

internationalen AMEC Awards (www.amecorg.com) am 19. November in London mit dem Evaluationsprojekt für O<sub>2</sub> Deutschland (www.o2online.de) in der Kategorie „Best Use of Media Evaluation – Business to Consumer“ gewonnen. Der Dienstleister für Medienmonitoring und Evaluation erhielt mit einem Silver Award die in dieser Disziplin höchste Auszeichnung und war der erfolgreichste deutsche Teilnehmer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (5) (50.+51.KW-08)

01: Während **Österreichs** Printbranche noch immer an der Gründung eines Presserates herumdoktert, hat die PR-Branche nun ein Selbstkontrollorgan ins Leben gerufen. Der **neue Ethik-Rat für Public Relations** wurde "schnell und unkompliziert" auf Initiative des Public Relations Verband Austria (PRVA) gegründet, berichtete der ehemalige Ordinarius für Publizistik an der Uni Wien, Wolfgang Langenbacher, der den Vorsitz des Ethik-Rates übernimmt, am 12. Dezember bei einer Pressekonferenz. Der Ethik-Rat, dessen elf Mitglieder aus verschiedenen Bereichen der Gesellschaft kommen, will aktiv gegen schwarze Schafe in der PR-Branche vorgehen. (<http://www.prethikrat.at/>)

02: Zum 41. Mal wurde am 11. Dezember der **Deutsche Wirtschaftsfilmpreis** verliehen. Bereits seit acht Jahren findet die Gala in Ludwigsburg statt. Als besten Beitrag des Wettbewerbs hat der unabhängige und vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie berufene Preisrichterausschuss den Film "Stihl Infotainment" ausgewählt, der zusätzlich zu einer Trophäe auch einen Geldpreis von 5.000 Euro erhält. Der Film wurde von der Fabrikfilm und der Filmakademie Baden-Württemberg für Das Unternehmen Andreas

Stihl, Waiblingen hergestellt. Auch der Nachwuchs bekommt eine Geldprämie in Höhe von 5.000 Euro und die begehrte Trophäe. Die taks film- und medienproduktion hat den Film "Veritas - eine kleine Erfolgsgeschichte" für die Veritas AG hergestellt. Den Fernsehbeitrag des ZDF "Abschied auf Finnisch - Nokia und der Deal aus Bochum" haben Ralph Goldmann und Stefan Hanf gestaltet und damit den ersten Platz in der Kategorie "Filme über die Wirtschaft" gewonnen.

03: Die Full-Service-Agentur **Daylight Public Relations** International und **PAUL Consultants** e. V., die studentische Unternehmensberatung der **TU Dresden**, werden ab sofort **zusammenarbeiten**. Ziel der Kooperation ist die Entwicklung von gemeinsamen Angeboten in den Bereichen Umfragen und Analysen. Durch die Verknüpfung von wissenschaftlichem Know-how mit den praktischen Erfahrungen einer PR-Agentur erhalten Unternehmen und Organisationen wertvolle Ressourcen zur Optimierung ihrer Kommunikation sowie zur effizienteren Gestaltung von internen Prozessen. ([www.daylight-pr.com](http://www.daylight-pr.com))

04: Am 11. Dezember verlieh das **Magazin "Communication Director"** in Budapest die **European Excellence Awards 2008**. In der Kategorie "Germany" wurde die Kampagne zur Initiative "IT-Fitness", die Microsoft gemeinsam mit Partnern im Jahr 2006 ins Leben gerufen hatte, als beste deutsche Kampagne ausgezeichnet. Außerdem schaffte es "IT-Fitness" auf die Shortlist der Kategorie "CSR". Die Kampagne, eine Co-Produktion der Agenturen Fink & Fuchs Public Relations, Pleon (GPRA) und WeDo communication, erhielt 2008 bereits den Deutschen PR-Preis für "Issues und Reputationsmanagement". Außerdem stand sie auf der Shortlist des PR-Report Awards 2008 für "CSR".

05: **Trimedia ist bei der Verleihung der European Excellence Awards 2008 in Budapest als erfolgreichste Agentur des Jahres hervorgegangen**. Die paneuropäische Agentur

erhielt – neben drei weiteren Auszeichnungen – den Titel "European Agency of the Year". Zusätzlich wurden auch drei Trimedia Kampagnen in ihren jeweiligen Kategorien als beste Kampagnen ausgezeichnet.

## Medien

### ZDF Frontal21 / Medienmagazin ZAPP: Gekaufter Journalismus bei der "Apotheken Umschau"?

Recherche: Versteckte Werbung möglich? Für ihre Recherche haben die Frontal21-Autoren Astrid Randerath und Christian Esser zum Schein eine Pharmafirma gegründet und ein Medikament erfunden. Sie gaben vor, eine Werbekampagne zu planen. [Viele Verlage zeigten Interesse und boten eine Kampagne an.](#)  
Quelle: [zdf.de](#)

Werbung für verschreibungspflichtige Medikamente in der "Apotheken Umschau"? Gekaufter Journalismus in Massenzeitschriften? Zwei Journalisten des ZDF-Politmagazins "Frontal21" gründeten eine Scheinfirma, erfanden eine rezeptpflichtige Arznei, für die laut Gesetz nicht geworben werden darf und versuchten, Werbung für ihr Phantasieprodukt in der "Apotheken Umschau" zu platzieren. Fast 20 Millionen Leser vertrauen den Berichten dieser Fachzeitschrift. Jetzt aber gibt es einen schlimmen Verdacht: Nach Recherchen der ZDF-Kollegen könnte mancher Bericht in diesem Blatt gekauft sein. [Zapp über das Geschäft mit verbotener Werbung.](#) Quelle: [ndr.de](#)

Richtigstellung des Wort & Bild Verlages zum "Frontal 21"-Beitrag "Das Pharma-Kartell". In der Frontal 21-Sendung "Das Pharma-Kartell" (ZDF, 9.12.08) wurden auch Vorwürfe gegen das Gesundheitsmagazin Apotheken Umschau aus

dem Wort & Bild Verlag erhoben. [Der Wort & Bild Verlag und die Redaktion der Apotheken Umschau nehmen dazu Stellung.](#)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (7) (50.+51.KW-08)

01: **Pulitzer-Preis für Online-Journalismus.** In Deutschland gilt Online-Journalismus vielen noch immer als zweitrangig - in den USA denken inzwischen selbst elitäre Institutionen um. Der Aufsichtsrat der ehrwürdigen Pulitzer-Preise hat beschlossen, auch Internet-Texte auszuzeichnen. [spiegel.de](#)

02: **Studie zum Informationsverhalten der Jugend.** Die Jugend und ihre Mediennutzung rücken bei den Verlegern ins Zentrum des Interesses. Der Verband Schweizer Presse hat für hiesige Verhältnisse eine umfangreiche Studie in Auftrag gegeben, die herausfinden will, wie Teenager Medien konsumieren. Wichtigste Erkenntnis: Obwohl das Internet seinen Siegeszug fortsetzt, driften Printmedien nicht total in die Bedeutungslosigkeit ab. [persoenlich.com](#)

03: **Twitter-Blogger gefährden professionellen Journalismus.** Die Verwendung des Online-Micro-Blogging-Dienstes Twitter im Rahmen der Berichterstattung zu den Terroranschlägen in der indischen Finanzmetropole Mumbai hat innerhalb der britischen Medienlandschaft eine heftige Diskussion über journalistische Qualitätskriterien ausgelöst. Während von der einen Seite die ungeschönte, direkt am Geschehen liegende Art der Berichte der "Bürgerjournalisten" aus dem Web gelobt wird, sehen Kritiker darin eine Gefahr für den professionellen Journalismus. [derstandard.at](#)

04: **Ich bin eine kleine BILD-Zeitung! Blogger oder Journalist?** Oder was kann der Journalist noch, was der Blogger noch nicht kann? Wer tut was und wer darf was? Oder sind sie eigentlich das



Gleiche? Ein Abend mit Internet-Tagebücher Robert Basic. Journalist ist, wer hauptberuflich an der Verbreitung von Informationen, Meinungen und Unterhaltung durch Massenmedien beteiligt ist. Soweit bekannt. Brenzlich wird es aber dann, wenn man unter der Lupe betrachtet, was in den letzten Jahren zum Massenmedium geworden ist. Und noch brenzlicher wird es, wenn man erkennt, wer dort alles Informationen, Meinungen und Unterhaltung verbreitet. Nämlich so ziemlich jeder. Die Blogger sind da - und die Schlacht beginnt. [axel-springer-akademie.de](http://axel-springer-akademie.de)

**05: VW emotionalisiert in der Community.** Der VW-Konzern hat eine Community für alle VW-Fans ins Internet gestellt. Die Nutzer sollen, wie der Kontakter berichtet, in Zukunft unter [www.volkswagen-60-jahre.de](http://www.volkswagen-60-jahre.de) "Volkswagen-Geschichte schreiben". [emar.de](http://emar.de)

**06: Journalisten des Jahres: Die Gewinner stehen fest.** Zum fünften Mal vergibt das "Medium Magazin" im Januar den Preis des "Journalist des Jahres" in gleich mehreren Kategorien. Die beiden Hauptpreise gingen an "Stern"-Reporter und die Redaktion der "Berliner Zeitung". Auch Claus Kleber ist unter den Gewinnern. Ausgezeichnet werden die Gewinner am 16. Januar in Berlin. Doch die Bekanntgabe der "Journalisten des Jahres" ist schon eine frühe Bescherung. [dwdl.de](http://dwdl.de)

**07: Deutschlands Wirtschaftsredaktionen 2008 - die Bilanz:** Die FAZ ist erneut "Wirtschaftsredaktion des Jahres". Die "Börsen-Zeitung" gewinnt in den Kategorien "Fairness" und "Sachliche Exaktheit". Beste Wirtschaftsredaktion bei den Magazinen ist der "Spiegel". Beste Wochenzeitung: "FAZ am Sonntag". Platz 1 Agenturen: dpa. Sieger Wirtschaftszeitungen: "Handelsblatt". Beste Regionalzeitungen: "Stuttgarter Zeitung". [wirtschaftsjournalist-online.de](http://wirtschaftsjournalist-online.de)

**...und zum Advent:**

**Design-Objekt Weihnachtsbaum:** Klobürste statt Tanne. Ohne Plastik-Klimbim und Lichterkette: Zum fünften Mal organisieren zwei Studenten in der Karlsruher Hochschule für Gestaltung eine Ausstellung, für die Designer und andere Berufene den Weihnachtsbaum neu erfinden. [spiegel.de](http://spiegel.de)

## Services + Tipps

### Service compact (10) (50.+51.KW-08)

**01: Englische Slogans waren in der Werbebranche lange Zeit beliebt.** Die Botschaft von Adidas, "impossible is nothing", deutet die Mehrheit der Verbraucher jedoch falsch. Statt "nichts ist unmöglich", lesen sie «imposant ist nichts». Darauf hat die Werbeindustrie nun reagiert. **Englisch ist immer weniger gefragt.** Der Politik geht die Rückbesinnung auf die deutsche Sprache allerdings noch nicht weit genug. Deutsche Verbraucher schrecken den Experten zufolge unverständliche Formulierungen eher ab, als sie zum Kauf zu animieren. Werbung soll die Menschen jedoch mit Bildern und Emotionen ansprechen. Botschaften wie "Freude am Fahren" des Autokonzerns BMW oder der Slogan von Baden-Württemberg, "Wir können alles, außer Hochdeutsch", erreichten schnell die Aufmerksamkeit der Menschen, sagt René Heymann, Geschäftsführer der Werbeagentur Heymann Schnell. Missverständliche Reklame grenzt den Experten zufolge dagegen eher aus und verunsichert die Verbraucher.

**02: Marketing Spezialisten sind sich einig: Online Marketing wird der wirtschaftlichen Rezession trotzen.** Viele Unternehmen verlagern ihre Marketingaktivitäten immer mehr ins Internet. Laut den Analysten von Forrester werden sich die

Ausgaben für Online Marketing in Europa bis 2012 nahezu verdoppeln. Deshalb erwarten Marketing-Verantwortliche in Europa, dass Online Marketing

im nächsten Jahr weiter ein wichtiger Erfolgsfaktor für Unternehmen sein wird. Das ist das Ergebnis einer europaweiten Umfrage, für die der SEM-Anbieter Efficient Frontier 300 Marketing-Verantwortliche in Deutschland, Frankreich und Großbritannien befragte. [contentmanager.de](http://contentmanager.de)

**03: Jugend-Marketing auf dem Prüfstand: Studie mit überraschenden Ergebnissen.** Für die aktuelle Microsoft Studie „Young Adults Revealed“ befragte Synovate mehr als 12.000 Menschen zwischen 18 und 24 Jahren in weltweit 26 Ländern. Die Untersuchung macht Schluss mit althergebrachten Marketing-Weisheiten zur Ansprache der Zielgruppe „Junge Erwachsene“. Die Studie beschreibt eine Generation, die vor allem Wert auf Stabilität und Sicherheit legt und eher pragmatische Lebenseinstellungen hat, anstatt hedonistisch zu denken und zu handeln. Interessant für Markenartikler: Diese jungen Menschen haben großes Interesse an Marken und sie verbringen durchschnittlich zweieinhalb Stunden täglich online. [msn.de](http://msn.de)

**04: Das Presseportal PresseBox aus dem Huber Verlag für Neue Medien präsentiert sich im neuen Layout.** Das Re-Design des Technologie-Presseservice trägt dem Nutzungsverhalten und den Wünschen der zahlreichen Kunden und der akkreditierten Journalisten Rechnung. Individuelle Sucheinstellungen können als E-Mail- oder RSS-Abonnement übernommen werden, um ein Thema dauerhaft zuverlässig zu beobachten. [pressebox.de](http://pressebox.de)

**05: Die Marke als Symbol - Soziologen untersuchen Praktiken, Rituale und Mythen rund um ein Objekt der Begierde.** Wer sind eigentlich die Fans einer Marke und wie erreicht man sie am besten? Beobachtungen zeigen: Markenanhänger feiern sich mit ihrer Marke als Ikone selbst und vergewissern sich dabei gegenseitig als spezifische Gemeinschaft.

Daraus entsteht eine besonders feste Markenbindung. Ein Graduiertenprojekt an der TU Berlin untersucht, wie diese soziologischen Zusammenhänge der Unternehmenskultur nutzen können. [tu-berlin.de](http://tu-berlin.de)

**06: Netviewer ermöglicht Webkonferenzen jetzt auch auf dem Macintosh.** Millionen Macintosh-Anwender weltweit können ab sofort an Online-Sitzungen mit Netviewer teilnehmen. Mit dem Mac Client für Netviewer Meet und Netviewer Support (Download unter [www.netviewer.de/service/download](http://www.netviewer.de/service/download)) unterstützt das Karlsruher Unternehmen jetzt eine weitere wichtige Plattform. Grafiker, Werbetreibende, Journalisten und andere Apple-Benutzer haben damit die Möglichkeit, gemeinsam mit Windows-Usern über das Internet zusammenzuarbeiten. Das Mac-Moderatorenprogramm wird im Jahr 2009 folgen.

**07: Konsumenten fordern von Unternehmen Corporate Responsibility,** also sozial und ökologisch verantwortliches Management sowie nachhaltiges Handeln. Ein solches Verhalten von Unternehmen beeinflusst die Kaufentscheidung der Verbraucher. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie, die die GfK Panel Services in Kooperation mit GfK-Nürnberg und Roland Berger Strategy Consultants durchgeführt hat.

**08: Das soziale Image von Unternehmen hat in Deutschland großen Einfluss sowohl auf geschäftliche als auch private Kaufentscheidungen.** So das Ergebnis des neuesten Dr. Haffa & Partner Expert Calls, einer regelmäßigen Umfrage der Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner unter etwa 70 Führungskräften und Meinungsmachern. Insgesamt 61 Prozent der Befragten gaben an, dass der Aspekt der "Corporate Social Responsibility" (CRS) in ihrem Unternehmen bei der Auswahl von Lieferanten beziehungsweise Geschäftspartnern eine große Rolle spielt. Im Privaten entscheiden sich sogar

über 80 Prozent gegen die Angebote von Unternehmen, die ihnen negativ aufgefallen sind.

#### 09: **Neue Bücher/Buchtipps:**

- Anja Scheske: "**Social Sponsoring und Marketing Events:** Plattform nachhaltiger Unternehmenskommunikation". Verlag: VDM Verlag Dr. Müller, Saarbrücken, 2008. 148 Seiten. Preis: 59,00 Euro. ISBN: 978-3-639-00048-1.

- Sonja Ulrike Klug: "**Konzepte ausarbeiten - schnell und effektiv.** Tools und Techniken für Pläne, Berichte und Projekte". Verlag: Business Village, Göttingen, 2008 (3. Auflage). Preis: 21,80 Euro. ISBN: 978-3-938358-82-5.

10: Passend zum Weihnachtsfest **präsentiert com+plus die Neuauflage der „PR-Fibel“ als praktisches E-Book.** Das kleine Lexikon enthält rund 200 Stichworte rund um Public Relations und Kommunikationsmanagement. Von „Adclick“ bis „Zielgruppe“: mit der neu aufgelegten CD-Rom können PR-Einsteiger und Kommunikationsprofis schnell durch die wichtigsten Begriffe der Branche scrollen. Verständliche Definitionen, Querverweise und ausführliche Literaturangaben zur weiteren Recherche machen die PR-Fibel zum unverzichtbaren Nachschlagewerk im Berufsalltag oder Studium. Unter [www.complus-muenster.de](http://www.complus-muenster.de) ist die CD-Rom für 14,98 Euro erhältlich.

## Termine + Tagungen

### PR-Night 2009 in Hamburg

Die erste PR-Night Deutschlands im Februar 2008 war ein Erfolg. Anlass war das 50. Jubiläum der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Unter dem Motto „Kommunikation geht weiter“ geht das exklusive Branchenevent in die zweite Runde. Am 6. März 2009 treffen sich Kommunikationsentscheider, Pressesprecher und PR-Berater aus

Unternehmen, Behörden und Agenturen in der Medienhauptstadt Hamburg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (1) (50.+51.KW-08)

01: **Wenn Produktentwickler Kunden treffen: Über das Zusammenspiel von Kundenwünschen, Produktentwicklung und Kommunikation.** Wo artikulieren sich Kundenwünsche im Alltag – und wie kann man diese technisch hoch spezialisierten Produktentwicklern nahe bringen? Wie kann man diese beiden Gruppen zusammenbringen und dafür Sorge tragen, dass sie sich gegenseitig verständlich machen? Und wie kann man diesen Prozess sowie daraus entstandene Vorteile für Produkt, Marke und Unternehmen effektiv in Marketing und Werbung einsetzen? Antworten auf diese und andere Fragen gibt Dr. Raimund Schmolze, Vice President Business Development & Innovation bei der T-Mobile International AG und Leiter des europäischen Creation Center der Telekom in Berlin. In seinem Vortrag, zu dem auch Studieninteressenten und Gäste herzlich willkommen sind, erläutert er, wie die Deutsche Telekom Kunden systematisch in die Produktentwicklung mit einbindet und sich aktiv über Probleme und Herausforderungen der Kunden in ihrem Alltag mit den Produkten austauscht. Anmeldung unter: [design-akademie-berlin.de](http://design-akademie-berlin.de)

## Ausbildung + Seminare

### PR-Branche steht weiter hinter der PZOK

*Am 11. Dezember haben sich auch die PR-Verbände offiziell zur Mitteilung (vom 9. Dezember) des PZOK-Ausstiegs der Heidelberger PR-Ausbildungsinstitute gemeldet:*

"Die drei wichtigsten deutschen PR-Verbände stehen auch weiterhin klar und eindeutig hinter der „Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft“ (PZOK), Berlin. Dies machten die drei Verbandspräsidenten jetzt als Reaktion auf die vereinzelte Kritik zweier süddeutscher Weiterbildungsanbieter deutlich. Sie lobten die „erfolgreiche Arbeit der PZOK im schwierigen Aufbaujahr 2008“ und bekräftigten, dass sie „im gemeinsamen Interesse der gesamten Branche“ das Ziel branchenweit anerkannter Prüfungen weiter verfolgen würden."

Die komplette Pressemeldung bitte hier als PDF auf [der DPRG-Seite online weiterlesen](#).

## Ausbildung compact (1) (50.+51.KW-08)

01: Das **communication college** bietet eine **kompakte PR-Intensiv-Ausbildung an**. In nur acht Tagen werden Teilnehmer unterrichtet, um einen anerkannten Abschluss zum PR-Berater oder PR-Referenten ablegen zu können. Diese Ausbildung ist eine Top-Vorbereitung auf die staatlichen Prüfungen zum "Fachwirt für Public Relation (IHK)/ Bachelor professional of Public Relation (CCI)". Infos: <http://www.communication-college.org/>.

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über ... panische Politiker und kühle Klimapolitik



Guten Tag! Die Kaffeetasse ist mir fast aus der Hand gefallen, als im Morgenmagazin von ARD und ZDF verkündet wurde, daß der Chefvolkswirt der Deutschen Bank,

Prof. Norbert Walter für das nächste Jahr einen Rückgang der Wirtschaftsleistung von 4 % erwarte. Man hatte leider nicht dazu gesagt, daß die Wahrscheinlichkeit dafür 30 Prozent beträgt. Aber Horror-Meldungen bringen dem Fernsehen bessere Einschaltquoten und Zeitungen und Zeitschriften mehr Absatz. Aber zur Panik gibt es keinen Grund; wie Umfragen in der Industrie zeigen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Kommunikationsstrategien: Wie sag ich's meinen Leuten?

Laut Umfragen informieren die meisten Führungskräfte ihre Mitarbeiter gut. Im Überbringen schlechter Botschaften hingegen tun sie sich mitunter noch schwer. Auf diese Aufgabe werden die meisten Manager nur unzureichend vorbereitet. Über die „Quick-and-quiet“-Methode und das Good-Guy/Bad-Guy-Phänomen.

Den Artikel in *Handelsblatt.com* vom 13. Dezember [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### Schlussauswertung PR-Barometer: 42 Prozent erwarten mehr Umsatz

Das "PR-Journal" hatte vor zwei Wochen darum gebeten, über die erwartete wirtschaftliche Entwicklung der PR-Branche für 2009 abzustimmen. **Hier die Schlussauswertung:** 42 Prozent der 207 Teilnehmer erwarten für nächstes Jahr eine Steigerung der Honorarumsätze im Vergleich zu 2008; 40 Prozent erwarten eine Abnahme der Honorare und 20 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](http://www.pr-journal.de)) einsehen und dann an der neuen Abstimmung über die Personalentwicklung für 2009 teilnehmen.

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 23 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

Genussvolle Aufgabe: PR Assistentin in Baden-Baden

Projektmanager TV-/Broadcast-PR (w/m)

Project manager Broadcast-PR and Distribution (f/m), Berlin

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

Berater/Projektleiter (w/m)

### Verbände (Non-Profit)

Leiter/-in der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und Fundraising

### Freelancer

Online-Lektorin/Korrektorin sucht neuen Auftraggeber

PURE PR - public relations & events

Unterm Strich mehr als Text

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 15. Dezember 2008 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **23.723 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.