

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 191 / 09. KW 2009

Seite 1

Korruptionsbekämpfung braucht Kommunikation und Unternehmenskultur

Verantwortung braucht Argumente - Das DNWE-Expertenforum: Immer häufiger werden wirtschaftsethische Fragen in der Öffentlichkeit thematisiert. Das Deutsche Netzwerk Wirtschaftsethik bündelt seit 1993 die fachliche Diskussion zu Wirtschafts- und Unternehmensethik im deutschsprachigen Raum. Mit dem Expertenforum bezieht das DNWE in der aktuellen Diskussion Stellung zu zentralen Fragen - vertreten durch Fachleute in einzelnen Themengebieten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommunikation: Den guten Ruf professionell managen

Ob Finanzprobleme, Bestechung oder Bilanzskandal - die Reputation eines Unternehmens nimmt leicht Schaden. Kommunikationsabteilungen sollten darauf vorbereitet sein. Doch eine Studie zeigt: Strategische Planung findet bei vielen nicht statt. In Unternehmen wird mehr kommuniziert denn je:

Über 30 Milliarden Euro flossen im Jahr 2007 in den deutschen Werbemarkt; 90 Prozent ihrer Zeit verbringen Manager mit kommunikativen Tätigkeiten. Angesichts dieser Zahlen mutet die Frage "Haben Sie eine Kommunikationsstrategie?" rhetorisch, wenn nicht gar naiv an. Wir haben sie trotzdem gestellt - und in einer Studie Antworten bekommen, die zeigen, dass für Unternehmen der strategische Umgang mit ihrer Außenwirkung keineswegs eine Selbstverständlichkeit ist. *Den Artikel von Petra Nix, Stefanie Schnöring und Gabriele Siegert in HarvardBusinessManager.de vom 26. Februar [hier online weiterlesen](#).*

Personalien

Personalien compact (11) (09.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Ulrike Blank** (39) übernimmt die Position der Geschäftsführerin von Hugin Germany in Leipzig. Sie folgt auf **Matthias Erler**, der diese Position interimsmäßig übernommen hatte, bis sie aus ihrem Erziehungsjahr zurückkehrt. Erler wird sich nun wieder ganz seiner Aufgabe als Director Marketing & Partner Development der Hugin Group widmen. Blank ist bereits seit 2004 für Hugin in verschiedenen leitenden Positionen tätig.

02: **Jeannine Rena Suero** (32) und **Anne Lüder** (26) sind neue PR-Beraterinnen am Delmenhorster Stammsitz der Agentur Borgmeier PR. Die Diplom-Juristin Rena Suero arbeitete zuvor beim Emsteker Veranstalter für internationale Reitsportevents Escon-Marketing. Lüder studierte Kulturwissen-





schaft und Germanistik in Bremen und sammelte Berufserfahrung im Bereich Veranstaltungsorganisation und Pressearbeit beim Stadtmarketing Wolfenbüttel.

03: **Sabine Segerer** (31) verstärkt ab sofort als Junior PR-Managerin die Münchner Agentur cocodibu. Die studierte Germanistin wird den Bereich Social Media ausbauen, sie wechselt von SevenOne Interactive, wo sie im vergangenen Jahr erfolgreich ein PR-Volontariat absolvierte, zu cocodibu.

UNTERNEHMEN:

04: **Peter Kleemann** (33) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Abteilung Presse des Flughafen Wien, **Brigitta Pongratz** übernimmt die Leitung der Abteilung Anrainerkommunikation und die damit in Zusammenhang stehenden Aufgaben. Zuletzt war Kleemann bei der PR-Agentur Hohegger|Com als Senior Consultant und Geschäftsführer der Tochteragentur Hohegger|HR in Kroatien tätig.

MEDIEN:

05: **Dirk Simroth** (38) ist zur Nachrichtenagentur presstext.deutschland in Berlin gewechselt, der Industrietechniker und Marketingkaufmann wird das Vertriebsteam verstärken. Zuvor war Simroth mehr als zehn Jahren als Key Accounter und

Media Consultant für Medienbeobachtung, Medienresonanzerfassung und Analyse bei Landau Media in Berlin tätig.

06: **Thomas Seim** (49), derzeit Politikchef bei der "Rheinischen Post", wird Chefredakteur bei der "Neuen Westfälischen" in Bielefeld. Seim löst **Uwe Zimmer** (64) ab, der seit 2001 an der Spitze der "Neuen Westfälischen" steht und im Spätsommer in den Ruhestand geht. Zu Seims früheren Stationen zählten die "Westdeutsche Allgemeine Zeitung" und die "Berliner Zeitung".

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

07: **Urs Kühne** (39) übernimmt die neu geschaffene Position als stellvertretender Studiengangsleiter im Bachelor-Studiengang Business Communications an der Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ). Der studierte Germanist war zuvor rund zehn Jahre in der Unternehmenskommunikation mehrerer Finanzinstitute tätig, darunter die Bank Julius Bär und Raiffeisen Schweiz. Nun unterstützt er **Cyril Meier** in der Leitung des berufs begleitenden Studienganges, der 2003 lanciert wurde.

08: **Michael Scheerer** (51) betreut als Pressesprecher die Pressearbeit der Fördergemeinschaft Nachhaltige Landwirtschaft (FNL) in Berlin. Der studierte Politikwissenschaftler arbeitete für mehrere Tageszeitungen, unter anderem für die Münchner tz, die Abendzeitung sowie für die Hessische/Niedersächsische Allgemeine in Kassel.

09: **Marion Danneboom** (47), bisher Bereichsleiterin PR, Kommunikation und

Strategisches Marketing der Stadtwerke Leipzig, wird zum 1. April bei der Bayerischen Warenvermittlung (BayWa) in München die PR und Unternehmenskommunikation verantworten. Seit Oktober 1993 ist sie bei den Stadtwerken Leipzig im Bereich PR und Marketing beschäftigt.

10: **Sven Winkler** (43) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Abteilung Kommunikation des Helmholtz Zentrums München - Deutsches Forschungszentrum für Gesundheit und Umwelt. Er ist Nachfolger von **Heinz-Jörg Haury**, der sich innerhalb der Abteilung auf Kommunikationsprojekte konzentrieren wird. Winkler kommt von Bayer Healthcare, wo er die Globale Unternehmenskommunikation bei Intendis verantwortlich geleitet hat.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

11: **Christoph Zörb** ist neuer Sprecher im Ministerium für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz der hessischen Umweltministerin Silke Lautenschläger. Seit März 2007 war er Sprecher des hessischen Wirtschaftsministers Alois Rhiel. Zörb war von 2003 bis 2007 Pressesprecher des Magistrats der Stadt Gießen.

Etats

Etats compact (20) (09.KW-09)

01: Lernplattform scoyo, Hamburg
was: *Marken-PR*

an: **fischerAppelt Kommunikation** (GPRA), München

02: United Soft Media Verlag (USM), München
was: *PR-Projekt zur Lancierung der Astronomie-Community Redshift-live*

an: **Griffiths Consulting**, München

03: Energiedienstleister Envia Mitteldeutsche Energie (EnviaM), Chemnitz
was: *Kundenmagazin*

an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing**, Hamburg

04: Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Düsseldorf
was *Pressearbeit für den 17. Transatlantischen Dialog "Vorbild USA? - Spielräume für neue Werbeformen"*

an: **planpunkt: Gesellschaft für Pressearbeit & Public Relations**, Köln

05: faszinatour, Immenstadt
was: *Produkt- und Unternehmens-PR*

an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

06: Presse- und Informationsstab des Bundesverteidigungsministeriums, Berlin

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!

was: *Neustart des Bundeswehr-Magazins Y.*
an: **KircherBurkhardt Editorial & Corporate Communications**, Berlin

07: ScheBo AG, Gießen
was: *Event-PR für ScheBo® Tumor M2-PK*
an: **Osicom**, Düsseldorf

08: Callcenter Tectum Group, Gelsenkirchen
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **vom stein. agentur für public relation**, Essen

09: InformationsZentrum Beton, Erkrath
was: *neue Kundenzeitschrift und Website*
an: **ahoi**, Wiesbaden

10: Wrigley, Unterhaching
was: *Below the Line- Aktivitäten und klassische PR-Maßnahmen zur Einführung der neuen Marke 5 gum*
an: **flora & fauna media**, Berlin

11: Mattel CNEUR (Central & Northern Europe), Dreieich
was: *Kommunikationskampagne zu den Jubiläumsaktivitäten für „50 Jahre Barbie“.*
an: **Ketchum**, München

12: myfactory International, Frankfurt am Main
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Riba:Businessstalk**, Koblenzer

13: Deutsche Messe, Hannover
was: *Pressepartner der CeBIT 2009*
an: **news aktuell**, Hamburg

14: caddon printing & imaging, Leinfelden-Echterdingen
was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Storymaker**, Tübingen

15: Gran Canaria Spa & Wellness, Las Palmas de Gran Canaria (ES)
was: *PR- und Marketing-Betreuung*
an: **Kleber PR Network (KPRN)**, Frankfurt am Main

16: Software-Anbieter CyberLink, AL Vaals (NL)
was: *Pressearbeit im deutschsprachigen Raum*
an: **Profil Marketing**, Braunschweig

17: ABN AMRO Private Banking Schweiz, Zürich (CH)

18: AgaNola AG, Pfäffikon (CH)

19: intelligentfood Schweiz AG, Luzern (CH)

20: Clientis Sparkasse, Horgen (CH)

was: *PR, Unternehmens- und Marketingkommunikation*

an: **Cecchetto & Hertig**, Urdorf (CH)

Branche

Wilde & Partner geht Kooperation mit straight. und freiraum ein

Neue strategische Allianz für die nationale und internationale Reiseindustrie: Die Tourismus-Spezialisten Wilde & Partner Public Relations, die

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!

Kreativschmiede straight. und die auf Markenstrategie ausgerichtete Agentur freiraum, alle in München, bündeln ab sofort ihre Kräfte. Ziel der Zusammenarbeit: exakt auf die Bedürfnisse der Reiseindustrie zugeschnittene Verzahnung von Markenstrategie, Kreation und Unternehmenskommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

inkom. Grand Prix 2009 geht online

Beim inkom. Grand Prix 2009 können neben Mitarbeiterzeitungen und -zeitschriften in diesem Jahr erstmals auch Intranets eingereicht werden. Der DPRG-Medienpreis für Interne Kommunikation folgt damit der Entwicklung der unternehmensinternen Medienlandschaft, in der die elektronisch vermittelte Information zunehmen den Ton im internen Medien-Konzert angibt. Für die fach- und sachgerechte Bewertung der Einreichungen in der Kategorie Intranet setzt die DPRG auf die Kompetenz des Instituts für Medienforschung der Universität Siegen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (09.KW-09)

01: **Publicis Consultants | Worldwide und Dentsu Public Relations Inc. haben im Februar einen Vertrag zur Stärkung ihrer operativen globalen Partnerschaft unterzeichnet.** Damit ist die bislang auf lockerer Basis vereinbarte Kooperation der beiden Agenturgruppen offiziell besiegelt. Die jeweiligen Konzernmütter Publicis Groupe S.A. und Dentsu arbeiten bereits seit Jahren eng zusammen. Ziel der Vereinbarung ist, Neugeschäft sowie Synergien zu erzielen.

02: **Ketchum**, eine der weltweit führenden Agenturen für internationale

Kommunikationsberatung geht **strategische Partnerschaft mit Hakuhodo**, Japans zweitgrößter Agentur im Bereich integriertes Marketing ein. Die künftige Zusammenarbeit mit Ketchum bietet Hakuhodo Zugriff auf Potential und Know-how des internationalen Netzwerks der Kommunikationsberater, während Ketchum mit Hakuhodo lokale Expertise im japanischen Markt hinzu gewinnt.

03: Bereits zum elften Mal wurden am 26. Februar in München von **"w&v" die Gewinner des Deutschen Mediapreises gekürt.** Um das Media-Know-How bei der Auswahl des optimalen Werbeträgers in den Fokus zu rücken und dieser Disziplin mehr Gewicht zu verleihen, gab es in diesem Jahr eine Neuerung in der Kategorie **"Beste Media-Idee"**. Neben der besten übergreifenden Media-Idee, ausgewählt aus der Shortlist mit zehn Favoriten, wurden Sonderpreise vergeben, die Ideen für den optimalen Einsatz des jeweiligen Werbeträgers auszeichnen. Die Trophäe für die beste Media-Idee übergreifend erhielt die Agentur **Media Consulta, Berlin**, die für das Bundespresseamt Flugdurchsagen an Bord von Air Berlin nutzte, um effektiv auf den Tag der offenen Tür im Bundestag aufmerksam zu machen.

04: Der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** in Wien hat in den letzten Jahren sehr erfolgreich **Wirtschaftspartnerschaften**, u.a. mit Price Waterhouse Coopers, der Schoellerbank und der Rechtsanwaltskanzlei Dorda Brugger Jordis abgeschlossen. Jetzt kommt mit GfK Austria ein neuer starker Partner an Board. Ziel dieser Kooperationen ist es, Synergien zwischen dem Branchenverband und Wirtschaftspartnern zu nutzen. www.prva.at.

05: „Bildung ist der Rohstoff des 21. Jahrhunderts“, sagt UNICEF Deutschland-Vorstand Peter Krämer. **Media Consulta (MC) unterstützt nun zum zweiten Mal sein UNICEF-Projekt „Schulen für Afrika“:** Gemeinsam mit der Nelson-Mandela-Stiftung konnten bereits über 650 Schulen gebaut

werden. Noch immer geht jedes dritte Kind im Süden Afrikas nicht zur Schule. Den Kindern in einer der ärmsten Regionen der Welt soll mit „Schulen für Afrika“ der Zugang zu Bildung ermöglicht werden. Im Rahmen der Aktion unterstützt MC neben dem Bau der Schulen auch die Lehrerausbildung und die Ausstattung mit Schulmaterial. „MC möchte mit gutem Beispiel vorangehen und denen Hilfe zukommen lassen, die sie wirklich brauchen. Schließlich ist keine Investition wertvoller als die in Bildung“, ist MC-CEO Harald Zulauf überzeugt.

Journalismus, der zunehmend die unheiligen Verflechtungen innerhalb vieler Gesellschaftsgruppen aufdeckt und anmahnt. Es geht um grundlegende demokratische Werte, denn Journalismus ist die sprichwörtliche 4. Säule unseres Staates. Das ist weder ironisch noch bewundernd gemeint. Angesichts der Debatten in der Medienwelt, die man kurz mit dem Schlagwort des Qualitätsjournalismus zusammenfassen kann, hat man nun ein Positionspaper verfasst und hier veröffentlicht.

Den Artikel von Jörg Wittkewitz am 13. Februar in digitalpublic.de [hier online weiterlesen](#).

Medien

Media/Zogby-Umfrage: Wer führt die USA in eine bessere Zukunft?

Die meisten Amerikaner glauben daran, dass Kleinunternehmen, Wissenschafts- und Technologieführer die USA in eine bessere Zukunft führen, sie sind erheblich weniger zuversichtlich, dass Nachrichtenmedien, Regierung, oder Grossunternehmen das tun werden. Dies zeigt die Media/Zogby-Umfrage. Die Zogby-Umfrage unter 2.397 Erwachsenen in den USA wurde im Februar 2009 durchgeführt, mit einer kalkulierten Fehlerquote von +/- zwei Prozent. Die Ergebnisse werden in kw 09/2009 auf der fünften jährlichen We Media Conference in Miami, FL (USA) präsentiert, Gastgeber ist die Miami School of Communication. Dies ist das dritte Jahr dieser Umfrage. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Es fehlt ein modernes Verständnis der medialen Wirklichkeit

Die Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche versteht sich als Wahrer des unabhängigen

news:intern: Deutschlands erste Homepage für die Interne Kommunikation

[news:intern](#) bündelt Nachrichten und Fakten aus der Internen Unternehmens- und Organisationskommunikation in einer Web-Performance. Regelmäßig berichtet der Branchendienst über Trends und Entwicklungen ebenso wie über die elektronischen Medien, die Printmedien, Alternativen, die Direktkommunikation, Personalkommunikation und Corporate Culture-Themen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

NDR-Medienmagazin Zapp: Mediale Offensive - Politiker inszenieren sich als Firmenretter

Opel, Nokia, Holzmann. Viele Konzerne waren oder sind in der Krise. Heute wie damals ähneln sich die Bilder: Öffentlichkeitswirksame Proteste von Politikern, die sich als Firmenretter inszenieren. Die Kanzlerin im Gipfel-Glück. Der Parteivorsitzende unter Tage. Die Familienministerin im Feuerwehreinsatz. Lauter schöne Bilder, Bilder, wie sie Politiker lieben. Und die die Medien nur zu

gerne senden und drucken. Kein Wunder also, dass sich Politiker immer neue Bühnen für den ganz großen Auftritt suchen. Einige haben dabei jetzt - mal wieder - die Wirtschaftskrise für sich entdeckt. [ZAPP über Politiker als Inszenierungskünstler und Krisengewinnler.](#)

Die Zukunft journalistischer Produkte: Wer finanziert wen woraus?

In Zeiten der Medien- und Anzeigenkrise rufen derzeit viele Verlagsmanager nach einem "Revival" der bezahlten Inhalte, des Paid Contents, in Zeitungsverlagen. Aktuelles Beispiel ist das "100 Days of Change" Programm der Hearst Corporation (mit dem Jeff Jarvis abrechnet). Auf den Punkt bringt diese Diskussion James Warren in seinem kürzlich erschienenen Artikel "When No News Is Bad News" in "The Atlantic" [zeitungsperspektiven .de](#)

Zeitungen mit Zusatzdiensten auf der Suche nach Erfolg

Konfrontiert mit rückläufigen Leserzahlen, einer Flaute auf dem Anzeigenmarkt und dem ständig wachsenden Wettbewerb im Netz geraten Zeitungen immer stärker unter Druck. Parallel zu fast täglich neuen Schreckensmeldungen aus dem US-Zeitungsmarkt kommt dort, aber auch in Europa neuerlich die Frage auf, wie die Printmedien ihr Überleben in Zukunft sicherstellen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (7) (09.KW-09)

01: **Burda und defacto kooperieren.** Der Vermarkter Burda Community Network (BCN)

baut seine Markt-Media-Studie "Typologie der Wünsche" (TdW) aus und kooperiert beim Thema Empfehlungsmarketing ab sofort mit defacto.research, dem Marktforschungsunternehmen der Erlanger defacto.gruppe. Im Mittelpunkt der strategischen Zusammenarbeit steht das gemeinsam entwickelte "Brand Promoter Ranking" (BPR). Das mehrmals jährlich erscheinende Ranking weist diejenigen Produkt-/Unternehmensmarken in Deutschland mit dem höchsten Anteil an Markenbotschaftern aus.

02: **Bald französische Verhältnisse im deutschen Öffentlich-Rechtlichen?** Die EU-Kommissarin Viviane Reding möchte keine "weißen Flecken" in Deutschland und mehr Unabhängigkeit für Rundfunkräte. Die Luxemburgerin (57) ist seit 2004 EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien. Im [Interview des Magazins "Das Parlament"](#) stellte sie sich den Fragen von Isabel Guzmán und Annette Sach, u.a. zum Thema Werbefreiheit und Productplacement.

03: **TNS und Research International schließen sich zusammen.** Im Rahmen einer strategischen Umstrukturierung der Gesellschaften der Kantar Group werden die Stärken von zwei führenden Unternehmen für Marktforschung und Beratung – TNS (Custom Division) und Research International – zusammengelegt. Durch diese Fusion entsteht das weltweit größte Unternehmen für kundenindividuelle Marktforschung. Die fusionierten Unternehmen werden weltweit unter dem Namen TNS firmieren. In Deutschland firmieren die Unternehmen als TNS Infratest. [tns-infratest.com](#)

04: **Die Radiosender gewinnen Hörer – besonders in jungen Zielgruppen.** Die Radiosender verbuchen insgesamt mehr Hörer – die Tagesreichweite des Mediums Radio steigt von 78,1 auf 78,6 Prozent an. Ein Reichweitenplus gibt es vor allem bei jungen Zielgruppen: Im Vergleich zur ma Radio 2008 II wächst die Reichweite bei den 10- bis 29-Jährigen von 68,9 auf 69,4 Prozent an. Während die Tagesreichweite bei Berufstätigen

konstant bei 82,5 Prozent blieb, stieg sie bei Auszubildenden um 1,5 Prozentpunkte auf 68,3 Prozent an. Gleichzeitig blieb die Hördauer insgesamt fast konstant – sie liegt derzeit bei 189 Minuten (ma 2008 Radio II: 190 Minuten). Die Verweildauer, also die Hördauer der Hörer, beträgt mit 241 Minuten somit vier Stunden täglich. www.agma-mmc.de

05: Weltweit nutzen derzeit 16 Prozent das mobile Internet, in Deutschland sind es etwa 20 Prozent. Dies ergab eine Studie von TNS Infratest, in der weltweit 20.622 Personen befragt wurden (in Deutschland 484 Online-Interviews). Damit handelt es sich bei der mobilen Internetnutzung um einen globalen Trend und um ein neues Massenphänomen. In Zukunft ist davon auszugehen, dass die mobile Nutzung des Internets weiterhin stark ansteigen wird, denn die Befragten bekunden immenses Interesse. Weltweit geben 60 Prozent der Befragten an, Interesse an mobiler Internetnutzung zu haben (Deutschland: 41 Prozent). Das Potenzial an zukünftigen „mobilen Surfern“ ist folglich sehr groß. Mobiles Internet ist somit einer der Treiber im mobilen Kommunikationsmarkt. tns-infratest.com

06: Die TV-Marktanteile im Februar: Im Sender-Ranking des Gesamtpublikums ab drei Jahren hat sich Das Erste nach dem bitteren Platz 3 im Januar nun wieder die Marktführerschaft zurück geholt: Mit 13,3% besiegte man knapp das ZDF, das von 14,3% auf 13,2% stürzte. Ähnlich deutlich verlor RTL - mit 11,8% schrumpft der Vorsprung auf Sat.1 auf nichtmal mehr zwei Prozentpunkte. agf.de

07: Die Dr. Hans Hoch Stiftung (HHS), Neumünster, die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Norderstedt, und der Offene Kanal Schleswig-Holstein (OKSH), Kiel, haben heute im Theater in der Stadthalle Neumünster vor rund 300 Gästen zum fünften Mal den **Medienpreis Schleswig-Holstein**

verliehen. Die Preise wurden in zwei Kategorien vergeben:

- Der Dr. Hans Hoch Preis für Medienkunst zeichnet gestalterisch heraus ragende Multimediakurzbeiträge von Jugendlichen und jungen Erwachsenen bis 30 Jahre aus.
- Der MA HSH - Online-Förderpreis prämiiert Arbeiten von Schülerinnen und Schülern, Studierenden und Auszubildenden bis 23 Jahre. ma-hsh.de

Services + Tipps

Veränderungen der Gesprächskultur in Deutschland

Die modernen Kommunikationstechnologien verändern die Kommunikationskultur und haben in den letzten Jahren zu einer Auseinanderentwicklung der Kommunikationswelten der verschiedenen Generationen geführt. Das zeigt eine Untersuchung, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Firma JACOBS durchgeführt hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (09.KW-09)

01: Konsumklima besser, Geschäftsklima unerwartet eingetrübt: Die Stimmung der Verbraucher bessert sich, der **GfK-Konsumklima-Index** steht jetzt bei 2,6 Punkten für den März (Februar: 2,3 Punkte). Der **Ifo-Geschäftsklima-Index** sank entgegen den Erwartungen im Februar von 83,0 auf 82,6 Punkte.

02: Die erfolgreiche Lieferantensuchmaschine „Wer liefert was?“ setzt in ihren jüngst erweiterten **Webservices** voll auf das **Medium Video**, mit dem

sich die rund 380.000 eingetragenen Anbieter künftig noch effektiver und persönlicher präsentieren. Damit die Kunden einen leichten und schnellen Einstieg in das für viele noch unbekannte Medium finden, bietet „Wer liefert was?“ die Produktion der 30-Sekunden-Beiträge gleich mit an. Als **Produktionspartner** entschied sich das Traditionsunternehmen „Wer liefert was?“ für das Mitte 2007 gegründete Unternehmen **SightseekerMedien**. SightseekerMedien ist spezialisiert auf die Erstellung von imageorientierten Webvideos in großen Stückzahlen. Als Vertragspartner z.B. von DeTeMedien oder Nokia entstanden allein 2008 über 5000 Videoproduktionen – in diesem Jahr soll diese Marke deutlich überschritten werden.

Termine + Tagungen

Update: 1. Deutscher PR-Manager-Tag am 6. März in Hamburg - Preissenkung!

Deutliche Preissenkung durch Sponsoren.

Durch die Unterstützung von Sponsoren konnten die Preise für den Kongress und die Kombikarten deutlich reduziert werden. Der Eintritt zum Kongress kostet für Mitglieder von Kommunikationsverbänden 350 Euro, der Normalpreis beträgt 450 Euro. Kombikarten Kongress und PR-Night: Für Mitglieder von Kommunikationsverbänden: 400 Euro, Normalpreis 560 Euro. Alle Preise inklusive 19 % MWST. Aktuelle Informationen zum Kongress und Anmeldung unter www.ratingwissen.de

Kölner Tag des Wirtschaftsjournalismus

Am 25. März veranstaltet die Kölner Journalistenschule den dritten Tag des Wirtschaftsjournalismus. Der Kongress befasst sich mit der Frage „Die Krise und ihre Folgen – Was können Journalisten daraus lernen?“. Den Eröffnungsvortrag zum Thema „Lehren aus der Finanzmarktkrise“ hält Klaus-Peter Müller (Präsident des Bundesverbandes deutscher Banken). Danach spricht Greg Ip (US-Korrespondent des Economist) über amerikanische Erfahrungen im Umgang mit der Krise. Der Vormittag schließt mit einer Podiumsrunde zu der Frage, ob der Nutzwertjournalismus versagt hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (09.KW-09)

01: Neue **Veranstaltungsreihe PR-Forum startet in Berlin**. Die Deutsche Presseakademie depak bringt Meinungsführer in Diskussion. Am 3. März hat das PR-Forum der depak in Berlin seinen Auftakt. Bei der Veranstaltungsreihe diskutieren deutschlandweit Kommunikationsprofis zum Thema "Herausforderungen an die Kommunikation 2009". Wie haben sich Unternehmen und Agenturen vor dem Hintergrund der Wirtschaftskrise verändert? Welche Anforderungen stellt die Situation an den Kommunikationschef? Welchem Leistungsprofil müssen Bewerber entsprechen? Infos: www.depak.de.

02: Am 7. und 8. Mai veranstalten die Magazine des Helios-Verlages "politik&kommunikation" und "pressesprecher" sowie die Deutsche Presseakademie depak in Berlin die **Tagung "Agenda setting"**. Nur wer heute die Themen von morgen erkennt, hat Chancen, das knappe Gut Aufmerksamkeit zu erringen. Trends und Themen zu erkennen, erfordert Wissen, Gespür, vor allem aber solides Handwerkszeug. Mit Best-Case-Vorträgen und praxisrelevanten Workshops zum

Thema Agenda Setting bietet die Tagung ein ebenso anspruchsvolles wie abwechslungsreiches Programm. Infos: www.agendasetting-kongress.de.

03: DemokratieZweiNull – Wahlkampf im Web. Barack Obamas erfolgreicher Wahlkampf im Web zeigt: Das Internet spielt in der politischen Meinungsbildung eine wachsende Rolle. Eine **Veranstaltung am 25. März in Stuttgart** sowie die begleitende Informationsoffensive via Web und Twitter im Vorfeld zeigen, wie Politiker den Dialog im Internet glaubwürdig, effektiv und nachhaltig nutzen können. Welche Effekte lassen sich bis zu den anstehenden Wahlterminen noch erzielen? Welche Chancen bestehen, welche Gefahren lauern? Frank Brettschneider von der Universität Hohenheim wird Obamas Wahlkampfstrategie analysieren und vor allem die Frage beleuchten, ob Teile davon auf Deutschland übertragbar sind. Projektpartner der Veranstaltung sind die MFG Baden-Württemberg und die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG). Infos: <http://demokratiezweinull.de>. Anmeldung: demokratiezweinull@sympra.de.

allgemeinen und individualisierten Passagen und Übungen. Ausführliches individuelles Feedback durch die Trainerin gibt es auch im anschließenden dritten Trainingsteil, dem Nachcoaching. Das Training sei nur für Teilnehmer mit nachgewiesenen Schreibkenntnissen und –erfahrungen geeignet, so die Akademie. Infos: www.afk-online.com.

31. DAPR-Grundausbildung startet am 1. Mai in Frankfurt

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) veranstaltet vom 01. Mai bis 12. Juli 2009 in Frankfurt am Main die 31. Grundausbildung mit Prüfungsoption. Im Vordergrund der Ausbildung steht die komprimierte Vermittlung von praxisorientiertem PR-Fachwissen. Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Erarbeitung von PR-Strategien und dem passgenauen Einsatz von PR-Instrumenten wesentliche Zielsetzungen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung + Seminare

AFK: Ein Mix aus Gruppentraining und Einzelcoaching

Ein Perfektionstraining zum journalistischen Schreiben bietet die AFK Akademie Führung und Kommunikation vom 6. bis 8. April in Oberursel/Ts. an. Die Akademie stellt dieses Training als Kombination aus Gruppenseminar und Einzelcoaching vor. Der erste Teil des Trainings ist ein halbstündiges Kennenlern- und Briefinggespräch. Darin legen Teilnehmer und Trainer gemeinsam individualisierte Seminarteile fest. Teil zwei des Trainings, das dreitägige Präsenzseminar, ist eine Kombination aus

Neue Seminartermine des DIPR für 2009

Grundseminar „Methodische Öffentlichkeitsarbeit“ Teil 1. Neue Termine - alle in Hamburg: 14. - 22. März 2009, 09. - 17. Mai, 06. - 14. Juni, 18. - 26. Juli, 26. September - 04. Oktober, 14. - 22. November.

Das Grundseminar G1 richtet sich als praxisorientiertes Intensiv-Training in erster Linie an Nachwuchskräfte und Einsteiger in den PR-Beruf. In acht Tagen werden neben Grundlagenwissen und wichtigen Themen des Berufsfeldes Public Relations Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt, die für eine erfolgreiche Tätigkeit in der PR-Branche nötig sind. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (09.KW-09)

01: BWL-Kenntnisse werden immer häufiger bei Mitarbeitern vorausgesetzt. Karrierebewusste, denen ein betriebswirtschaftliches Studium fehlt, können sich in einem **Kompakt-Lehrgang „BWL und Unternehmensführung“** entsprechendes Know-how aneignen. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft vermitteln an drei Wochenenden praxisnahe Kenntnisse kompakt und auf hohem Niveau. Der Kurzlehrgang wird von der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie München (**VWA**) und dem Führungskräfte-Institut **burcom** angeboten. Er kann mit der VWA-Zertifikatsprüfung (bmu) abgeschlossen werden. Es wird in kleinen Gruppen in anspruchsvollem, persönlichem und praxisorientiertem Seminarstil gearbeitet; keine Vorlesung! Infos: www.burcom.de.

02: Am 7. Mai veranstalten das prmagazin und die school for communication and management (**scm**) im Rahmen ihrer gemeinsamen Tagungsreihe K2 in Düsseldorf eine **Fachtagung zum Thema "Interne Kommunikation - Transparenz schaffen, Dialoge ermöglichen, Mitarbeiter binden"**. Am darauffolgenden Tag (8. Mai) haben die Teilnehmenden die Möglichkeit, einzelne Aspekte der Internen Kommunikation zu vertiefen und diese an Beispielen praktisch zu erarbeiten. Infos: www.interne-kommunikation.net.

03: Die **depak** Deutsche Presseakademie, Berlin startet am 2. April das nächste **Kompaktstudium "PR/Öffentlichkeitsarbeit"** in Düsseldorf. Das Studium wird durch eine umfangreiche E-Learning-Plattform ergänzt. Die nächsten Starttermine: 7. Mai in München, 24. September in Köln/Bonn und 10. Dezember in Stuttgart. Infos: www.depak.de.

Das PR-Interview

Interview 4: Kein Vertrauen in Unternehmen

"Das PR-Interview" wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation

Das PR-Interview mit Cornelia Kunze zum Ergebnis des zehnten Edelman Trust Barometers, nach dem Unternehmen 2008 weltweit einen massiven Vertrauensverlust erlitten.

PR-Journal: *Die Krise ging von der Finanzbranche aus. Wieso trifft der Vertrauensverlust die gesamte Wirtschaft?*

Cornelia Kunze: Der Wirtschaft wird insgesamt nicht zugetraut die großen gesellschaftliche Probleme unserer Zeit zu lösen – dazu gehört die Finanzkrise aber auch der Klimawandel, die steigenden Energiekosten und der Zugang zu Gesundheitsleistungen. Als entscheidende Faktoren für Vertrauen gegenüber Unternehmen werden z.B. die Behandlung von Mitarbeitern, das Vertrauen in die Qualitäten des Senior-Managements und das Schaffen lokaler Arbeitsplätze genannt. Die Befragten haben Zweifel daran, dass diese Punkte gut funktionieren. Dazu kommt die Vorgehensweise und die Kanäle in der Kommunikation: Salamtaktik in der Krisenkommunikation, bei denen Medien, Regierung und Nicht-Regierungsorganisationen diejenigen sind, die Unternehmen in die Defensive treiben, führen zu Vertrauensverlust. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... Schleudertrauma sinnloser Subventionen

Guten Tag! Haben wir nicht tolle Politiker? Die setzen sich für Arbeitsplätze in Deutschland ein. Jürgen Rüttgers nahm die Beschwerden einer USA-Reise auf sich, um General Motors (GM) „im scharfen Ton“ vor Werksschließungen in Deutschland und anderen europäischen Ländern zu warnen. „Ich möchte, daß hier (in den USA) jeder Manager weiß, daß er nicht einfach in Amerika Entscheidungen treffen kann, die dann in Deutschland, in Europa, in Nordrhein-Westfalen geschluckt werden müssen (WDR15.904.11). GM-Chef Rick Wagoner empfing Rüttgers nicht, hat aber wahrscheinlich tief beeindruckt das Interview im WDR gehört. Aber eigentlich kann es Rüttgers egal sein, ob ihn jemand in den USA wahrgenommen hat. Hauptsache ist doch; daß er sich in deutschen Medien als Arbeiterführer profilieren konnte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Karnevalisten suchen eine PR-Agentur

Draußen volle Minderjährige, Suff, Drogen, Aggressionen, Schlägereien und Randalen auf den Straßen. Drinnen Vandalismus und Gekloppe um einen Platz in der Kneipe, bei Veranstaltungen halbleere Säle, motivlose Parties anstelle karnevalistischer Programmsitzungen, ebenso austauschbare wie sich immer wiederholende Auftritte à la langweiliger Endlosschleifen und Repeat-Programm im niveauschwachen Lokalfernsehen, weitgehend humorfreie Protagonisten: Der Karneval, real wie in der Kiste, ist in der Krise. (Warum auch nicht, Krise ist ja „in“.) [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Herbst: Charisma ist keine Lampe

Dieter Herbst: "Charisma ist keine Lampe. Wie Kollegen, Mitarbeiter, Vorgesetzte auf uns wirken und warum." Verlag: Gabler, Wiesbaden, 2008. 250 Seiten. Preis: 39,90 Euro. ISBN: 978-3834904607.
Eine Rezension von Sigi Lieb, Köln

Unser Bewusstsein entscheidet sehr viel weniger, als wir denken. Es ist vielmehr die Instanz mit dem Vetorecht für Entscheidungen, die unser Unterbewusstsein längst getroffen hat – dies ist eine der Thesen in „Charisma ist keine Lampe“ von Dieter Herbst. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Strategie: Krise nach Plan mit PR

Gute Führungskräfte sind für den Notfall gewappnet und behalten selbst bei großem Stress die Nerven. Offensive PR hilft, auch Anleger und Mitarbeiter zu beruhigen. Der Pilot Chesley B. Sullenberger III wird als Held gefeiert. Mitte Januar 2009 hat er nach einem Triebwerkschaden ein Passagierflugzeug auf dem Hudson River in New York notgelandet. Wie durch ein Wunder überlebten alle 155 Passagiere und Crew-Mitglieder. Der glimpfliche Ausgang ist vor allem der schnellen und ruhigen Reaktion des Piloten zu verdanken. *Den Artikel von Neal A. Hartman am 24. februar in [ftd.de hier online weiterlesen](#).*

Networking: Kontakte, Kontakte, Kontakte

Je früher Sie sich um Ihr Netzwerk kümmern, desto besser. Wie mit wenig Aufwand großer Nutzen entstehen kann, zeigen drei entscheidende Tipps für die Kontaktpflege. Es ist unbedingt notwendig, innerhalb der

ersten 30 bis 60 Tage nach einer Beförderung die ersten Kontakte zu knüpfen - selbst wenn Sie eine Aversion gegen Networking hegen. Denn innerhalb dieser Periode werden die Mitarbeiter einer Abteilung oder eines Unternehmens darüber nachdenken, ob sie auf einen Kontakt mit Ihnen angewiesen sind oder ob sie Sie als Verlierer betrachten, der niemals hätte eingestellt werden dürfen.

Den Artikel von William C. Byham am 25. Februar in *harvardBusinessManager.de* [hier online weiterlesen](#).

Krisenstrategie: Ihr Auftritt in der Krise

Unternehmen sollten gerade jetzt nicht abtauchen, sondern erst recht den Kontakt zur Öffentlichkeit suchen. Das zahlt sich beim Image aus. Das Vertrauen der Bürger in die Finanzbranche und die Welt der Konzerne ist erschüttert. Im Juni 2008 gaben bei einer Umfrage des Marktforschungsinstituts Gallup nur 20 Prozent der Amerikaner an, dass sie "viel" oder "ziemlich viel" Vertrauen in die Konzerne haben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

Eine Sache, die geklärt werden muss: Zwanziger vs. Weinreich

Am 25. Februar schrieb Thomas Knuever in seinem Handelsblatt-Blog "Indiskretion Ehrensache": "Seit gestern Abend grübele ich, ob das das folgende bloggen soll. Denn ich beziehe zwar gern Position, wenn ich eine Meinung habe. Doch für jemand derart Partei zu ergreifen, dass ich beispielsweise um Spenden bitte - das widerstrebt mir. Eigentlich. Doch im Fall von Jens Weinreich, dem aus meiner Sicht investigativsten deutschen Sportjournalisten, scheint es mir nötig zu sein. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 21 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Junior-PR-Berater/-in Healthcare gesucht](#)

[MS&L International Public Relations sucht ...](#)

[.lichtl Ethics & Brands sucht PR-Assistent/Junior-Berater \(m/w\) für Nachhaltigkeitskommunikation](#)

[move communications sucht PR-Berater \(m/w\) in München](#)

[Hill & Knowlton Berlin sucht Juniorberater \(m/w\) Corporate Communications](#)

[Weber Shandwick sucht Account Manager \(m/w\) für den Bereich Healthcare](#)

[HEINRICH sucht eine\(n\) versierte\(n\) Journalist\(in\)](#)

[HEINRICH sucht eine\(n\) erfahrene\(n\) PR-Berater\(in\)](#)

[PR-Assistent/in gesucht - von Agentur in Alsternähe mit 20 Kollegen/ HOSCHKE & CONSORTEN](#)

[Volontariat bei PR+KOMMunikation in Frankfurt am Main](#)

Unternehmen

[PR-Referent/In Unternehmenskommunikation Gebrüder Weiss](#)

[Assistant Editor Philharmonie Luxembourg](#)

Freelancer

[Unterm Strich mehr als Text](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 02. März 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.038 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.

Realisierung der Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

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 (frauke.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.