

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 194 / 12. KW 2009

## Seite 1

### Strategie küsst Kreativität: A&B One vereint Kompetenzen

Wo hört PR auf und Werbung fängt an? Für die Kommunikationsagentur A&B One (GPRA) mit Hauptsitz in Frankfurt am Main ist das längst eine unzeitgemäße Frage. „Kommunikationsdisziplinen und ihre Grabenkämpfe waren gestern“, sagt Imran Ayata, geschäftsführender Gesellschafter bei A&B One. Mit einem am Standort Berlin angesiedelten Kreativteam gehört nun geballte werbliche Kompetenz auch personell ins Profil der Agentur. Der visuellen und werblichen Kommunikation innerhalb der Kampagnen größeres Gewicht zu geben, hat sich bereits bewährt. Das Motto: Strategie küsst Kreativität. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### djd-Umfrage zeigt: Journalisten pfeifen auf Redaktionsbesuche

Nicht geliebt, aber gebraucht: PR-Material wird von Redakteuren akzeptiert, wenn der Nutzen stimmt. Laut einer Umfrage der deutschen Journalisten Dienste, Reichenberg unter rund 270 Journalisten aus dem Ressort Verbraucher- und

Servicethemen zeigen die Redaktionen ein besonders großes Interesse an kostenfreien Bildern. Befragt nach der Wichtigkeit verschiedener PR-Materialien für die eigene Arbeit, erhielt kostenfreies Fotomaterial eine 4,3 auf einer Skala von 1 (unwichtig) bis 6 (absolut wichtig). Redaktionell aufgemachte Texte wurden mit 4,1, Pressekonferenzen mit 3,4 und Unternehmensbroschüren mit 3,0 bewertet. Am Ende der Skala landeten Redaktionsbesuche mit einer matten 2,7. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Bundespräsident: Gespür für Gut und Böse. Also handeln wir auch danach!

*Trauerrede von Bundespräsident Horst Köhler am 21. März 2009 in Winnenden (Auszüge):*  
...Doch es bleiben Fragen an uns alle: Tun wir genug, um uns und unsere Kinder zu schützen? Tun wir genug, um gefährdete Menschen vor sich selbst zu schützen? Tun wir genug für den inneren Frieden bei uns, den Zusammenhalt? Wir haben uns auch alle selbst zu prüfen, was wir in Zukunft besser machen, welche Lehren wir aus dieser Tat ziehen müssen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studie: So fair sind Deutschlands Arbeitgeber

Gehalt kürzen, willkürlich kündigen, wegmobben - in vielen Unternehmen wird Anstand zum Opfer des Sparzwangs. Eine exklusive Studie von "manager magazin" zeigt, wer seine Mitarbeiter in der Krise







fair behandelt - und wer nicht. Robert Bosch in Stuttgart gilt als fairster Arbeitgeber Deutschlands. Das ergab eine Studie des Deutschen Führungskräfteverbands (ULA) im Auftrag des manager magazins. BASF und Volkswagen landeten auf den Plätzen zwei und drei. Den letzten Platz belegt Arcandor (Karstadt) vor der Deutschen Telekom und der Aldi-Gruppe. *Das "manager magazin" mit dem kompletten Ranking ist ab dem 20. März im Handel erhältlich.*

## Seit über 15 Jahren: Frauen verdienen weniger als Männer

Bei gleicher Ausbildung, gleichem Alter, gleichem Beruf und im gleichen Betrieb verdienen Frauen 12 Prozent weniger als ihre männlichen Kollegen. Die Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern hat sich gegenüber dem Stand vor 15 Jahren kaum verändert, zeigt eine Studie, die das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) gemeinsam mit der Universität Konstanz durchgeführt hat. Die Analyse legt offen: Unterm Strich beruht die geringere Entlohnung von Frauen weniger auf finanzieller

Ungleichbehandlung im Einzelfall, sondern vor

allem auf gesellschaftlichen Strukturen, die Frauen seltener als Männer in gut bezahlte Jobs gelangen lassen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### ZDF-Studiodirektor Schmuck wechselt zu Bundesfinanzminister Steinbrück

Bundesfinanzminister Peer Steinbrück (SPD) beruft einen neuen Medienbeauftragten an seine Seite. Nachfolger des bisherigen Steinbrück-Sprechers Torsten Albig (SPD) wird nach Informationen der in Düsseldorf erscheinenden "Rheinischen Post" (Dienstausgabe) der bisherige ZDF-Landesstudiodirektor in NRW, Martin Schmuck. Schmuck (64) scheidet Mitte des Jahres beim ZDF aus Altersgründen aus. Er tritt danach die Nachfolge Albigs an. Albig war am Sonntag mit absoluter Mehrheit zum neuen Oberbürgermeister von Kiel gewählt worden. Er tritt Mitte Juni sein neues Amt an. Derzeit gibt es im ZDF-Fernsehrat erheblichen Streit zwischen den Parteien um die Berufung eines neuen Chefredakteurs. [presseportal.de](http://presseportal.de)

### Personalien compact (8) (12.KW-09)

#### AGENTUREN:

01: **Jörg Brans** (36) verstärkt ab sofort als PR-Berater das Team „Finanzen & Beratung“ von

achtung! (GPRA) in Hamburg. Er kommt von der Agentur public imaging, ebenfalls Hamburg, wo der Spezialist für Kapitalanlagen, Immobilien-Finanzierungen und Versicherungen Kunden wie die BF.direkt und Gamax Management beraten hat.

02: **Josephine Günther** (25) verstärkt das Berater-Team von Möller Horcher Public Relations. Sie hat ein Magister-Studium der Germanistik, Englischen Literatur und Kommunikationswissenschaft an der Universität Greifswald absolviert und verfügt bereits über umfangreiche Presse- und Medienefahrung. Zuletzt arbeitete Günther in der Unternehmenskommunikation beim German Real Estate Advisory Team in Frankfurt am Main.

03: **Timo Hillbrecht** (33) steigt in die Geschäftsleitung der Kommunikationsagentur muehlhaus & moers (GPRA) in Köln ein. Davor arbeitete er mehr als zehn Jahre in der klassischen Werbung. Zuletzt betreute er als Etatdirektor bei Jung von Matt Kampagnen für nationale und internationale Kunden mit stark crossmedialer Ausrichtung.

#### UNTERNEHMEN:

04: **Christoph Münch** (45) ist jetzt für die Presse und Öffentlichkeitsarbeit für die neugegründete Dresden Marketing Gesellschaft (DMG) zuständig. Außerdem übernimmt er das Marketing für Dresden in Frankreich, Italien, Japan, Spanien. Die DMG, eine 100-prozentige Tochter der

Landeshauptstadt Dresden, hat die Marketingaufgaben der Dresden-Werbung und Tourismus übernommen.

05: **Frank Zopp** (31) ist für die Kommunikation und den Aufbau der zentralen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fröbel Gruppe, Anbieter von Kinderbetreuung, in Berlin verantwortlich. Nach dem Abschluss zum PR-Berater (DAPR) studierte Zopp an der FU Berlin Kommunikationswissenschaften und Nordamerikastudien. Zuletzt absolvierte er eine Zusatzausbildung im Rahmen des ersten Jahrgangs der School of Design Thinking am Potsdamer Hasso-Plattner-Institut.

#### VERBÄNDE UND INSTITUTE:

06: Bei der Generalversammlung des Public Relations Verbandes Austria (**PRVA**) wurde **Martin Bredl** für weitere zwei Jahre als PRVA-Präsident bestätigt. **Franz M. Bogner**, dem früheren PRVA-Präsidenten, wurde die Ehrenpräsidentschaft verliehen. **Renate Skoff** ("The Skills Group"), verwies in der Laudatio auf seinen außerordentlichen Pioniergeist, der die Grundlage für das heutige Selbstverständnis der Public Relations lieferte.

07: **David Rockland**, Partner und Managing Director des Global Research Network der internationalen Kommunikationsberatung Ketchum und CEO von Stromberg Consulting, verstärkt den Vorstand der International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC) in London. Ab sofort wird er die AMEC

**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!**

strategisch unterstützen, neue Mitglieder aus den Research Units der globalen PR und Werber-netzwerke zu gewinnen.

08: **Alicia Blázquez** (29) ist Outreach Manager der entwicklungspolitischen Organisation ONE in Berlin, der Posten wurde neu geschaffen. Sie leitet den Ausbau und die Betreuung der deutschen Unterstützerstruktur und verstärkt die Organisation bei ihrer Kampagne zur Bundestagswahl 2009. Die Politikwissenschaftlerin kommt von Hill & Knowlton.

## Etats

### Etats compact (16) (12.KW-09)

01: BLV Buchverlag, München  
was: *Kommunikations-Konzept für die Marken-Neuaustrichtung*  
an: **Reinclassen**, Hamburg

02: stream5  
was: Kommunikationsstrategie zur Marktpräsenz in der DACH-Region  
an: **Dr. Haffa & Partner Public Relations**, München

03: Richter Lighting Technologies, Heubach  
was: *Pressearbeit*  
an: **WortSupport. Agentur für Kommunikation**, Salzkotten

04: Bridgestone Deutschland, Bad Homburg  
was: *Neugestaltung des deutschen Händler-Magazins.*  
an: **Quadt & Company**, München

05: Aktionsgemeinschaft Pro Reli, Berlin  
was: *Aktivierungskampagne zum Volksentscheid "Gleiche Freiheit für Berlin"*  
an: **Publicis Consultants (GPRA)**, Frankfurt am Main

06: ClimatePartner Deutschland, München  
was: *Kommunikationsprojekte*  
an: **Gute Aussicht Kommunikation**, Albstadt

07: novero, Düsseldorf  
was: *Pressearbeit*  
an: **Katrin Kasper Kommunikation**, Hamburg

08: Citrix Systems, Hallbergmoos  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*  
an: **Lewis – Global Public Relations** München

09: Tegernseer Tal Tourismus, Tegernsee  
was: *PR-Etat*  
an: **Mayr Nell Public Relations**, München

10: Baustoffhersteller Braas, Oberursel  
was: *Vertriebsunterstützende Produkt- und Markenkommunikation von Braas-Dachbaustoffen*  
an: **Faktor 3 (GPRA)**, Hamburg

11: Landesmesse Stuttgart  
was: *Pressearbeit für die TopClinica, Fachmesse für Medical Equipment and Solutions mit angegliedertem Kongress*

## 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: **Sympra** (GPRA), Stuttgart

12: Deutschen Angestellten-Krankenkasse (DAK), Hamburg

was: *Bearbeitung und Produktion von Hörfunkbeiträgen und sendefertigem Audiomaterial*

an: **B & B Medien**, Mannheim

13: Soft Living Places, Calambrone (IT)

was: *Kommunikationsetat*

an: **Think Inc.**, München

14: Levi Strauss & Co. Europe, Brüssel (B)

was: *Umsetzung und Kommunikation der Levi's Clubtour "Live Unbuttoned" in Deutschland, Österreich und der Schweiz*

an: **Häberlein und Mauerer**, München

15: I:Collect, Zug (CH)

was: *Deutschland-PR*

an: **John Warning Corporate Communications**, Hamburg

16: underground\_8, Linz (AT)

was: *Konzeption und Durchführung der PR-Aktivitäten*

an: **PR-COM**, München

17: Toyota Schweiz, Safenwil (CH)

was: *Konzeption und Realisation eines neuen Kundenmagazins*

an: **Wirz Corporate**, Zürich (CH)

18: blomus, Sundern

was: *strategische Marken-PR*

19: Stokke Deutschland, Sindelfingen

was: *Marketingstrategie und PR-Maßnahmen*

20: Habitat Deutschland, Düsseldorf

was: *Marken- und Produkt-PR*

an: **Blume PR**, Hamburg

## Branche

### Einsatz von Twitter in der PR

Derzeit ist Twitter ist ganz weit oben auf der Medien-Agenda. Das ist in Zeiten von Innovationen immer der Fall und Marken experimentieren auf verschiedene Weise damit, Twitter zu nutzen. Einige erfolgreich, einige weniger. Die Zeit wird zeigen, was angemessen ist und die grösste Rentabilität hat, aber es lohnt sich für alle Marken, die Grundlagen der Twitternutzung für Marketingzwecke, insbesondere PR, zu lernen. [Corinne Weisgerbers Präsentation über Twitter für PR](#) ist nicht nur eine klare und verständliche Einführung zu Twitter, sie enthält auch Fallbeispiele wie die Nutzung von Twitter für Marken falsch laufen kann. Weisgerber nennt acht Wege, wie Twitter von Marken genutzt werden sollte und wie sie jeweils handeln sollen.

### Merten/Sammer: Ethik der PR

„Die Lüge hat eine große soziale Funktion“, sagt Klaus Merten absichtlich provokant. Im aktuellen Audio-Podcast von [www.pr-on-air.de](http://www.pr-on-air.de) spricht der Wissenschaftler über Täuschung und Ethik in der PR. Merten fordert, dass auch der Umgang mit Unwahrheiten in einer PR-Ethik festgehalten und eingegrenzt werden müsse. Ganz anders sieht das Petra Sammer von der Agentur Ketchum. „Entscheidend ist für mich, dass wir keine Sachverhalte falsch darstellen“, betont Sammer im Interview. Der aktuelle Podcast beschäftigt sich mit den unterschiedlichen Meinungen der Akteure sowie dem bisherigen Diskussionsverlauf.

## Agentur Koob PR wird 40

Beständigkeit in einem schnelllebigem Markt: Mit 40 Jahren erfolgreicher Tätigkeit zählt die Koob Agentur für Public Relations (GPRA) zu den erfahrensten PR-Dienstleistern Deutschlands. Die im April 1969 in Mülheim a.d.R. gegründete Agentur ist primär auf Themen aus den Bereichen Bauen/Wohnen/Architektur, Energiewirtschaft, Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheitswesen spezialisiert und belegt in brancheninternen Rankings regelmäßig Top-Ten-Platzierungen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (12) (12.KW-09)

01: Die **Heidelberger Kommunikationsagentur Faktum** hat ein **Maßnahmenpaket** konzipiert, das die Unternehmen dabei unterstützen soll, ihre **Kommunikation schlagkräftiger aufzustellen**. „Gerade jetzt kommt es darauf an“, so betont Michael Fass, der geschäftsführende Gesellschafter von Faktum, „in der Kommunikation Themen zu besetzen, um die positive Außenwahrnehmung von Unternehmen zu schärfen.“ Die Agentur ist seit 1992 schwerpunktmäßig im Bereich B2B-Kommunikation tätig. Infos: [www.faktum-kommunikation.de](http://www.faktum-kommunikation.de).

02: Integrierte Kommunikation hat den Start von Orange zum erfolgreichsten Markenwechsel in Österreich und im internationalen Orange Konzern gemacht. Jetzt hat der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** die Kommunikationsarbeit von Orange und ihrem Partner, der Kommunikationsagentur bettertogether, als herausragendes Vorzeigeprojekt mit dem renommierten **Best PRactice Award** ausgezeichnet.

03: **Danone erhält in diesem Jahr den "Goldenen Windbeutel" für die dreisteste**

**Werbelüge**, und zwar für sein Produkt Actimel. Verliehen wird der Preis von der Verbraucherrechtsorganisation Foodwatch, die die Konsumenten abstimmen lässt. Mehr als 35.000 Verbraucher haben ein Voting abgegeben, 47 Prozent stimmten für Actimel: "...schützt nicht vor Erkältungen - es stärkt das Immunsystem nur ähnlich gut wie ein herkömmlicher Naturjoghurt, ist aber vier Mal so teuer und doppelt so zuckrig."

04: Seit dem 1. Januar 2008 existiert die **Health-care-Kommunikationsagentur Patzer PR** mit Sitz in Ismaning bei München. Zum 1. April dieses Jahres **eröffnet** das Unternehmen sein **erstes Außenbüro in Köln**. Maria Ruppert und Michael Bonk stehen den Kunden als erfahrene Senior-Berater zur Verfügung. Mit Jan Uphues und Janika Menk werden sie von zwei motivierten und engagierten jungen Mitarbeitern unterstützt. Seit Mitte 2008 ist die Patzer PR auch Mitglied des GlobalCom PR-Netzwerkes.

05: **Internationale PR-Umfrage**. Die Global Alliance for Public Relations and Communications Management (GA), Dachorganisation zur Vernetzung von PR-Organisationen weltweit, hat eine Online-Umfrage zum Stand des PR-Berufes gestartet. Ziel der Umfrage ist es, von Verbänden und Profis zu erfahren, welche Themen die PR-Berufsausübung in den nächsten fünf Jahren betreffen werden. Die Ergebnisse werden in die Strategie der Global Alliance von 2009 bis 2014 einfließen. Die Teilnahmedauer beträgt etwa zehn Minuten und die Ergebnisse werden auf der Hauptversammlung am 6. Juni in Vancouver (CDN) präsentiert. GA-Website: [globalalliancepr.org](http://globalalliancepr.org). Umfrage: [keysurvey.com](http://keysurvey.com)

06: **Vielseitige Dienstleistung aus einer Hand**: Ab sofort bietet die **Lewis Communications** Kunden und denen, die es noch werden wollen, ein noch umfassenderes Serviceangebot. Im neuen Unternehmensbereich ‚New Media Services‘ bündelt Lewis seine Kompetenzen in den Bereichen Event Management, Multimedia, grafische

Gestaltung und Social Media. Ob Newsletter, Broschüre oder Kundenmagazin, viraler Spot, Imagefilm oder 3D-Animation, Synchronisationen, ein neues Corporate Design, der eigene Blog oder der individuelle Podcast - die internationale Agentur versorgt ihre Kunden mit einem ausgeklügelten Konzept und setzt es mit Hilfe von erfahrenen Spezialisten kreativ und erfolgreich in die Tat um.

07: Zum elften Mal befragte die **PR-Agentur Trostner** (GPRA), Filderstadt Ende 2008 **Redaktionen nach ihren Arbeitsgewohnheiten, Anforderungen und Wünschen.**

Großes Thema 2008 waren auch Bewegtbilder mit redaktionellem Inhalt und wie diese von Journalisten angenommen werden. Ein klarer Trend zeichnet sich bei Tageszeitungen ab: 55 Prozent der Befragten zeigen bereits Video-Clips auf ihren Webauftritten. Weitere fünf Prozent planen dies für die Zukunft. Infos: [www.pr-trostner.de](http://www.pr-trostner.de).

08: Der **Marken-Award 2009 geht an „Landlust“, Nivea und die Deutsche Bahn.** Mit dem Preis zeichneten am 17. März "absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing" und der Deutsche Marketingverband (DMV) zum neunten Mal Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus. „Beste Neue Marke“ ist das Magazin „Landlust“ aus dem Landwirtschaftsverlag in Münster, das mit seinem stetigen Auflagenwachstum als Phänomen im Zeitschriftenmarkt gilt. In der Kategorie „Bester Marken Relaunch“ liegt die Beiersdorf AG mit dem sanften Wandel von Nivea zur Schönheitspflegemarke. Die „Beste Marken-Dehnung“ gelingt der Deutsche Bahn AG, die ihr umfangreiches Markenportfolio unter der Dachmarke DB neu strukturiert hat.

09: Volkswagen, Persil, Schwarzkopf, Aspirin, Wick, Frosch, Rotkäppchen Sekt, Asbach und Miele zählen erneut zu den vertrauenswürdigsten Marken in Deutschland. Das geht aus der

aktuellen Studie "**European Trusted Brands**" hervor, die das **Magazin "Reader's Digest"** am 23. März zum neunten Mal veröffentlicht hat. In den 32 erhobenen Produktkategorien haben sich daneben weitere Markenklassiker wie Sparkasse, Allianz, Nivea und Haribo durchgesetzt. Aber es gibt auch Veränderungen im Ranking. So wählten die Leser des Magazins erstmals Google, Obi, Müllermilch und die Schuhmarke Rieker in den Kreis der vertrauenswürdigsten Marken. Nokia führt zwar weiterhin bei den Mobiltelefon-Herstellern das Ranking an, dennoch muss die Marke nach der Werkschließung in Bochum einen Vertrauensverlust von acht Prozent hinnehmen. Quelle: Horizont

10: **Kleber PR Network.** eine der führenden PR-Agenturen für die Tourismusindustrie in Deutschland mit Hauptsitz in Frankfurt am Main, ist ab sofort **auch in der deutschen Hauptstadt** vertreten. Anke Jobs wird das Büro in Berlin-Mitte leiten und hier die Kontakte zu den Kunden, Medien, Partnern aus Politik, Wirtschaft und Industrie sowie den Botschaften pflegen und ausbauen. Als „waschechte Berlinerin“ ist sie begeistert, Chancen und Möglichkeiten in der kreativen Metropole Deutschlands aufzutun.

11: Bei der Ulmer Projekt:Agentur ist jetzt auch die Mitgesellschafterin Claudia Braunsteffer im Firmennamen präsent. Dafür wurde der Vorname des Agenturgründers Tobias Heimpel gestrichen: **Ab sofort firmiert das Unternehmen als Projekt:Agentur Heimpel Braunsteffer GmbH.** „Diese Änderung war längst überfällig. Denn schon seit Jahren hat Claudia Braunsteffer diese Agentur entscheidend mitgeprägt“, begründet Tobias Heimpel die Namensänderung. Gleichzeitig steht der neue Name aber auch für das breite Spektrum, das die Projekt:Agentur heute im Bereich Marketingkommunikation anbietet.

12: **Schweizer Bundesrat wartet mit Auslands-kommunikation ab,** Organisation "Präsenz Schweiz" in den Startlöchern. Der (Schweizer) Bundesrat hat mit der internationalen

Kommunikationsstrategie in Sachen Bank-geheimnis und Amtshilfe in Steuersachen bisher gewartet. Die Organisation Präsenz Schweiz, die für ein günstiges Bild der Schweiz im Ausland besorgt ist, wartet nun auf grünes Licht.

[persoenlich.com](http://persoenlich.com)

## Medien

### Google und Nachrichtenagenturen vertraglich verbunden

Das Suchmaschinenunternehmen Google und die european pressphoto agency (epa) unterzeichnen eine Vereinbarung gemäss derer Inhalte von acht europäischen Nachrichtenagenturen zukünftig auf Google News erscheinen. Google und epa haben dazu eine Vereinbarung über die Bereitstellung von epa-Inhalten auf Google News unterzeichnet. Zu den Unterzeichnern gehören die Agenturen EFE (Spanien), Lusa (Portugal), Belga (Belgien), APA (Österreich), mti (Ungarn), Keystone (Schweiz), PAP (Polen) und ANA (Griechenland). Ob die Deutsche Presse-Agentur (dpa), Hamburg, dazu kommt, ist derzeit noch offen, entsprechende Verhandlungen laufen noch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Wie man Social Media im Unternehmen rechtfertigt

Ihr Unternehmen ist noch nicht in die Tiefen des Social Webs vorgedrungen? Dann wird es meiner Ansicht nach langsam Zeit dafür. Ein solcher Schritt zeigt, dass Ihre Firma sich mit neuen Dynamiken im Internet auseinandersetzt und bereit ist zu experimentieren. Dadurch machen Sie sich auch für Digital Natives als Arbeitgeber attraktiver, die es gewohnt sind via

StudiVZ, Twitter und Facebook zu kommunizieren. Eventuell sind Sie sogar in einer Branche, in der Sie den „First Mover“-Effekt ausnutzen können? Dann ist Ihnen Publicity und das Interesse der Web-Gemeinschaft sicher. Generell ist der Schritt hin zu einer offeneren Kommunikation immer einer, der von außen als positiv bewertet wird.

*Verfasst von Christoph Bauer am 20. März [hier im PR-Blogger](#).*

### AGOF: Internet etablierter Kommunikationskanal bei jungen Nutzern

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die internet facts 2008-IV weist Reichweiten- und Strukturdaten für 550 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 2.591 Belegungseinheiten aus. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten aus dem AGOF Universum und Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Oktober bis Dezember 2008. Die Daten der internet facts 2008-IV sind ab sofort im AGOF Planungstool TOP 1.0 zur Mediaplanung hinterlegt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (12) (12.KW-09)

01: **USA: Der Medienwandel beschleunigt sich.** Das amerikanische Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism hat seinen jährlichen "State of the News Media" für die Vereinigten Staaten veröffentlicht. Ein zentrales Ergebnis aus Internet-Sicht: Die Zahl der Menschen, die das Internet als regelmäßige oder gar wichtigste Nachrichtenquelle ansehen, ist sprunghaft gestiegen und hat dabei die Zeitungen überholt. "Wir werden auf 2008 zurückblicken als das Jahr, in dem das Internet-Publikum auf ein neues,



nachhaltiges Niveau gehoben wurde. Der Wandel in Richtung der Online-Nachrichten hat aber auch den Abbau der ökonomischen Grundlagen des Nachrichtengeschäftes beschleunigt. Die Frage, wie die Internet-Reichweite monetarisiert werden kann, hat sich zu einem verzweifelten Bemühen entwickelt", heißt es in dem Bericht. [faz.net](http://faz.net)

**02: Konzerne auf der ganzen Welt kultivieren eine neue Form der Imagepflege:** Ihre PR-Abteilungen tummeln sich in sozialen Netzen - und manipulieren nebenbei das Online-Lexikon Wikipedia. Youtube, Flickr und Wikipedia - internationale Konzerne entdecken soziale Netzwerke und soziale Medienseiten immer stärker für die Informationsverbreitung und Imagepflege. Europäischer Spitzenreiter bei der Nutzung dieser Seiten ist der Münchener Siemens-Konzern. Das hat eine internationale Untersuchung der schwedischen Consulting-Firma Hallvarsson & Halvarsson (H&H) ergeben, die dem Handelsblatt vorliegt. [handelsblatt.com](http://handelsblatt.com)

**03: SevenOne Media untersucht Media-strategie prämierter Marken:** Fernsehen ist das wichtigste Medium bei Gewinnern führender Marken-Rankings 2008. Das Fernsehen ist im Mediamix der Top-Marken 2008 das mit Abstand wichtigste Werbemedium. So investierten die Gewinner der sechs führenden Marken-Awards des Jahres 2008 durchschnittlich 55,3 Prozent ihres Brutto-Werbevolumentens in das Medium TV. An zweiter Stelle folgen nach einer Untersuchung von SevenOne Media, dem Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group, die Print-Medien mit einem Anteil von 30 Prozent am Mediamix. Auf das Internet entfallen 4 Prozent, auf das Radio 2,5 Prozent. [presseportal.de](http://presseportal.de)

**04: Liste der 20 größten Twitter-Fehler.** Je mehr Menschen Twitter für sich entdecken, desto mehr Twitterer müssen sich mit dem Thema "Followerschaft" auseinandersetzen. Zwar gibt es keine allgemeingültigen Regeln für das

erfolgreiche Twittern per se. Aber es gibt durchaus auch einige kritische Punkte, auf die jeder Neutwitterer wie Alt-Twitterer achten sollte, damit er sich nicht im Twitterversum unbeliebt macht. [prblogger](http://prblogger)

**05: PR im Superwahljahr.** Bundesadler wirbt für Konjunkturpaket. Die Bundesregierung plant eine Kampagne zur besseren Vermarktung des Konjunkturpakets. Deutschlandweit sollen Städte und Kommunen nach Vorstellung des Kanzleramts einheitliche Bauschilder aufstellen - mit Logo und Claim. Diese zeigen den Slogan "Wir bauen Zukunft", darüber prangt der Bundesadler, und als Bauherr werden Bundesregierung und Bundestag aufgeführt. [ftd.de](http://ftd.de)

**06: Politiker in der Medienfalle.** Der Umgang mit den Medien ist für Politiker eine Gratwanderung. Einerseits brauchen Sie die Medien zur Vermittlung ihrer Politik und zur persönlichen Profilierung, andererseits können die Medien das von ihnen geschaffene Image auch schnell wieder zerstören. Allerdings muss der Politiker dazu die Hand reichen. [sprengsatz.de](http://sprengsatz.de)

**07: Mit Blogs lässt sich definitiv Geld verdienen.** Florian Wilken, Mitbegründer von Deutschlands größter Blog-Community [blog.de](http://blog.de), glaubt an die Vermarktbarkeit von Blogs. Er setzt auf ein Werbesystem, bei dem jeder Blogger den Umfang der Vermarktung selbst bestimmt und das durch Aggregation für Werbekunden attraktiv wird. [turi-2.blog.de](http://turi-2.blog.de)

**08: Dossier: Das Web kennt viele Wahrheiten.** Amokvideos, Twitter-Chaos, eine gefälschte Chatseite - nie hat das Internet die Nachrichtenlage so bestimmt wie nach Winnenden. En masse verbreiten soziale Netzwerke kostenlose Informationen an jedermann. Aber kann man ihnen trauen? [ftd.de](http://ftd.de)

**09: Zeitungskrise alarmiert US-Politiker.** Die Sorge um den US-Zeitungsmarkt ruft Politiker und Interessenverbände auf den Plan. Die einfluss-

reiche Sprecherin des Repräsentantenhauses, Nancy Pelosi, will die Kartellvorschriften für Medienhäuser lockern. [ftd.de](http://ftd.de)

**10: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) startet zusammen mit dem Institut für Marktforschung YouGovPsychonomics das "BVDW Mobile Meter".** Die Studie beschäftigt sich detailliert mit der Fragestellung, welche Marktpotenziale das mobile Internet in Deutschland bietet. Das BVDW Mobile Meter dient als umfassende Entscheidungsgrundlage für Unternehmen und Dienstleister. Die erste von vier Wellen erscheint erstmalig im zweiten Quartal 2009 und kann ab sofort beim BVDW vorbestellt werden. [bvdw.org](http://bvdw.org)

**11: CSR schlägt Sponsoring.** Ein Viertel der Unternehmen (24 Prozent) schichten ihre Sponsoring-Budgets in Richtung auf Corporate Social Responsibility-Programme um. Das fand die Studie SPONSOR VISIONS 2009 heraus. "Das Ineinandergreifen von Sponsoring und CSR wird von allen Unternehmen als langfristiger Trend gesehen", sagt dazu Joachim Bacher, Head of TNS Sport. Im Rahmen der von der Media-Agentur pilot erstellten Studie wurden 203 Experten aus führenden deutschen Unternehmen und Agenturen interviewt. [csr-news.net](http://csr-news.net)

**12: Unter dem Namen Dnews.de bringt der größte niederländische Internetverlag ilse media ab 19. März eine neue Nachrichtenseite auf den deutschen Markt.** Das umfassende Angebot ist nach dem Erfolgskonzept der populären niederländischen Nachrichtenseite NU.nl gestaltet. Dnews.de richtet sich an die Leser, die sich einen schnellen Überblick über die aktuelle Nachrichtenlage verschaffen möchten. Das neue Nachrichtenportal zeichnet sich vor allem durch die sehr intuitive Benutzerführung und durch das übersichtliche Layout aus.

## Services + Tipps

### PressFile: effizientes Werkzeug für Pressearbeiter

PressFile, erfolgreiche amerikanische Software für Verteiler- und Kontaktmanagement, steht nun auch deutschen PR-Agenturen und Presseabteilungen zur Verfügung. Die webbasierte Lösung zeichnet sich vor allem durch ihre einfache Bedienbarkeit und die effiziente Abwicklung der alltäglichen Abläufe in der Pressearbeit aus. Verteiler können mit wenigen Mausklicks angepasst, gemischt und für Aussendungen verwendet werden, die sowohl über personalisierte E-Mails als auch per Brief erfolgen und automatisch in der History protokolliert werden. Dort werden auch alle anderen Aktivitäten wie etwa Veröffentlichungen, Redaktionsbesuche oder andere Medienkontakte dokumentiert und können so jederzeit für Auswertungen herangezogen werden, etwa für Clipping-Reports. Infos: [www.pressfile.de](http://www.pressfile.de) .

### Service compact (3) (12.KW-09)

**01: Bildschirmschoner zeigt das aktuelle Finanz- und Börsengeschehen.** [wiwo.de](http://wiwo.de) - das Ratgeber- und Themenportal der WirtschaftsWoche bringt ab sofort die aktuellen Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Finanzen, Karriere und Technik direkt auf den Monitor. Der neue kostenlose Bildschirmschoner von [wiwo.de](http://wiwo.de) bietet unter anderem ein Nachrichtenticker-Laufband sowie das aktuellen Finanz- und Börsengeschehen. Ein Klick auf die jeweilige Meldung beendet den Schoner und leitet den Nutzer direkt zum ausführlichen Artikel. [presseportal.de](http://presseportal.de)

**02: Im Studienjahr 2008** (Sommersemester 2008 und Wintersemester 2008/09) **haben sich so viele Studienanfängerinnen und -anfänger wie noch nie an den deutschen Hochschulen einge-**

**schrieben.** Nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden nahmen rund 386.500 Anfängerinnen und Anfänger ein Studium auf. Damit wurde die bisherige Höchstmarke aus dem Studienjahr 2003 noch einmal um 9.000 Erstimmatrikulierte (+ 2,4%) übertroffen. Während bei den Frauen der Spitzenwert um 5,8% von 181.800 auf rund 192.300 stieg, verfehlten ihre männlichen Kommilitonen den Höchstwert von 2003 um 0,7% (2008: knapp 194.300). Im Vergleich zum Studienjahr 2003 verzeichneten die Fachhochschulen ohne Verwaltungsfachhochschulen einen Anstieg um 21,5% auf 133.700 Studienanfängerinnen und -anfänger.

03: Wie das **Statistische Bundesamt** in Wiesbaden auf Basis der Umsatzsteuerstatistik mitteilt, **erzielten im Jahr 2007 insgesamt 449 Unternehmen in Deutschland Umsätze von mindestens einer Milliarde Euro.** Das waren 30 mehr als 2006. Diese Umsatzmilliardäre kamen zusammen auf einen Umsatz von 1,664 Milliarden Euro, dies entspricht fast einem Drittel (32,3%) der Gesamtumsätze aller steuerpflichtigen Unternehmen. Insgesamt gaben im Jahr 2007 über drei Millionen Unternehmen in Deutschland Umsatzsteuer-Voranmeldungen ab. Gegenüber 2006 stieg damit die Zahl der erfassten Unternehmen um 41.000 Steuerpflichtige oder 1,3%.

## Termine + Tagungen

### Fachkongress Medienbeobachtung im Umbruch

Der Kongress ist für den Oktober in Düsseldorf geplant und bringt Anbieter und Nachfrager zusammen, sorgt für mehr Transparenz in diesem Markt und ist nebenbei eine exzellente Networking-Plattform für alle Beteiligten. Die

Anbieter stellen als Sponsoren ihre Lösungen und ihre Spezialisierung vor und geben einen Einblick darüber, wie sie die zukünftige Entwicklung einschätzen. Innerhalb nur eines Tages, also mit geringem zeitlichem und personellem Aufwand, erhalten Sie die Möglichkeit, sich einem großen interessierten Auditorium potenzieller Kunden zu präsentieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### PMG Forum 2009 - Erfolgreiche Veranstaltungsreihe startet ins zweite Jahr

Nach der erfolgreichen Premiere im vergangenen Jahr veranstaltet die Berliner PMG Presse-Monitor auch in diesem Jahr die Veranstaltungsreihe PMG Forum. Namhafte PR-Strategen aus Unternehmen und Agenturen diskutieren mit Journalisten und Medienwissenschaftlern auf dem Forum die Rolle von Issues Management und Medienanalyse als Mittel proaktiver und vorausschauender Unternehmenskommunikation. Der Auftakt ist am 6. Mai in Leipzig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (1) (12.KW-09)

01: Zur **"Identität 09" am 20./21. April in Wien** schreiten nun neben Keynote-Sprechern wie Wolf Lotter von "brand eins" auch zwei weitere Unternehmen als Praxisbeispielgeber an den insgesamt 13 Praxistischen: OMV - als führendes Erdöl- und Erdgasunternehmen Mitteleuropas präsentiert die Entwicklung & internationale Verankerung ihrer Driving Values "Pioneers, Partners, Professionals" im Unternehmen. Die Festo AG als weltweit führend in der Automatisierungstechnik und Weltmarktführer in der technischen Aus- und Weiterbildung präsentiert ihr Employer Branding-Programm mit

Schwerpunkt auf die Ausbildungskonzeption.  
 Info: [www.identitaeter.at/kongress](http://www.identitaeter.at/kongress).

## Ausbildung + Seminare

### Salzburger Kommunikationswissenschaft feiert 40-jähriges Bestehen

Der Fachbereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg feiert am 17. März mit einem Fest sein 40-jähriges Bestehen. Das Institut für Publizistik und Kommunikationstheorie - wie es damals hieß - wurde im Frühjahr 1969 mit einem Lehrstuhl und einer Handvoll Studierenden eingerichtet. Heute gehört der Fachbereich mit fünf Professoren und 21 wissenschaftlichen Mitarbeitern zu den „Massenfächern“ der Universität Salzburg: Rund 1.500 Studierende zählt die Kommunikationswissenschaft derzeit.

[Zum Artikel](#) vom 17. März in der Online-Ausgabe der Salzburger Nachrichten.

### Ausbildung compact (4) (12.KW-09)

01: Medizinische Informationen unterliegen einer besonderen Verantwortung, denn es geht um das Leben und die Gesundheit der Menschen. Deshalb gibt es am 9. Juni in Köln den **Workshop "Das Heilmittelwerbegesetz (HWG) in der Praxis der Endverbraucher-Kommunikation"**. Der Workshop findet statt im Rahmen des 5. Kommunikationskongress Medizintechnologie. Informationen und Anmeldung unter: [www.bvmed.de/events/date/medinform090609.html](http://www.bvmed.de/events/date/medinform090609.html).

02: Seminarveranstalter **COP - Coaching, Organisation & PR** (Birgitt E. Morrien) in Köln hat gerade seine neueste **Veranstaltungsübersicht** für Kommunikations- und Medienschaffende veröffentlicht. [www.cop-morrien.de](http://www.cop-morrien.de).

03: **Fachpresse – ein unterschätztes Medium!** Dabei ist die Zusammenarbeit mit Fachjournalisten ein sehr effizienter Weg, den Umsatz zu steigern. Dies gilt vor allem in der technologieorientierten Investitionsgüterindustrie. Wie das geht, das vermittelt ab April 2009 ein **neues zweitägiges Seminar** von Vogel Business Media und Albrecht Fehlig Communications an drei Standorten. Termine: am 28./29. April in Würzburg, am 1./2. Juli in Stuttgart und am 22./23. September in Köln. Infos: [www.vim-seminare.de/s-fachpressearbeit.htm](http://www.vim-seminare.de/s-fachpressearbeit.htm).

04: Welche Basics sollten bei der Online-Kommunikation beachtet werden und wo liegen die Chancen und Risiken für Unternehmen? An diese Frage setzt der **Workshop "Professionelle Online-Kommunikation" des 5. Kommunikationskongresses Medizintechnologie** am 9. Juni in Köln an. Er vermittelt die Grundlagen, Instrumente und Methoden der Online-Kommunikation. Außerdem werden die Kriterien einer effektiven Online-Strategie und der sinnvolle Einsatz des Internet in der Medienarbeit erarbeitet. Durch den Workshop führt Dr. Heike Hendrix, freiberufliche Medienberaterin u.a. für das ZDF. Informationen: [www.bvmed.de/events/date/medinform090609.html](http://www.bvmed.de/events/date/medinform090609.html).

## Pfeffer & Salz & Senf

### UUPS! ET ORBI: PR für Dummies

Ungeschützter Sprachverkehr, noch dazu in der Öffentlichkeit, ist unverantwortlich. Man kennt seine Partner nie gut genug. "Public Relations" ist das Präservativ im Umgang mit Medien - doch der Papst



macht's lieber ohne. Keine gute Idee, wenn es um das Thema Aids geht. Noch bevor Papst Benedikt den Fuß auf afrikanischen Boden gesetzt hat, war seine Pilgerreise schon wieder vorbei. Jedenfalls, was die Wirkung in der Öffentlichkeit angeht.

Den Artikel von Alexander Smoltczyk am 18. März in SpiegelOnline [hier weiterlesen](#).

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Verlorenes Vertrauen. Die Neuerfindung des Managers

Manager haben in der Gesellschaft erheblich an Ansehen eingebüßt. Wollen sie das verlorene Vertrauen wieder zurückgewinnen, sollten sie ihre Ausbildung radikal reformieren und sich verbindliche Standesregeln geben. Das Ziel: ein hippokratischer Eid, der die Erwartungen der Aktionäre wie auch die aller anderen Interessengruppen angemessen berücksichtigt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Jobangebote

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

#### Gesuche

Die 15 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

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden Sie hier:

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

### Agenturen

Network PR sucht Praktikanten

fischerAppelt sucht Senior-PR-Berater (m/w) Corporate & Product-PR

PR-Agentur Dederichs Reinecke & Partner sucht Juniorberater/-in für den Bereich Event-PR (Sport / Funnsport)

MediaCompany sucht für Bonner Büro PR-Berater/in und PR-Volontär/in

PR-Berater/in gesucht (Frei, Voll- oder Teilzeit)

Berater/in für lösungsorientierte Gesundheitskommunikation gesucht

PR-Mitarbeiter/in für Politikberatung in Berlin gesucht

PR-Berater/innen (Standort Hamburg) in Voll- und Teilzeit gesucht

crossrelations sucht PR-Berater (m/w)

Weber Shandwick sucht Account Manager (m/w) für den Bereich Healthcare

### Verbände (Non-Profit)

Gruppenleiter/in Service für die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit im Bereich der Ökumenischen Diakonie

Pressereferent/in

## Freelancer

[Unterm Strich mehr als Text](#)

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 23. März 2009 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.124 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]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>