

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 195 / 13. KW 2009

Seite 1

Kommunikation 2.1: Social Newsroom - und gut is?

Ein lustige Geschichte trägt sich zu dieser Tage: PR Menschen sehen das nahende Ende Ihrer Zunft, denn Firmen finden den direkten Draht zum Markt per Web. Und auch Obama verschickt seine Grußbotschaften jetzt ohne Diplomaten direkt per Video. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

TV-Kernerisierung: Schön, dich hier zu haben

Unsere Mütter mögen ihn, wir mögen ihn, alle mögen ihn: Johannes B. Kerner. Nur einer nicht. In unserer Cicero-Reihe "Stürzt die Ikonen" beklagt Alexander Kissler die Kernerisierung des Fernsehens. Elke Heidenreich hat es gut. Deutschlands prominenteste Leserin verließ das ZDF im Streit und fand eine neue Bleibe im Internet. Dort setzt sie nun ihre Sendung „Lesen!“ unter dem Titel „Weiterlesen!“ fort. Am Format hat sich fast nichts geändert. Unverändert preisen Heidenreich und ihre Gäste gute Bücher an, unverändert findet das Lob in Köln statt, wenn auch in einer Kulturkneipe statt in der

„Kinderoper“. Radikal anders aber ist das Umfeld. Bei ihrer Premiere im Netz verkündete Elke Heidenreich den enormen Vorteil der neuen Verbreitungsart: „Vor mir kein Gejodel, nach mir keine Kochshow, weit und breit kein Kerner.“ *Den Artikel von Alexander Kissler in der Märzausgabe von "Cicero" [hier online weiterlesen](#).*

Reporter gut, PR-Leute böse

Ein Plädoyer für den professionellen Umgang mit Public Relations. Wissen oder Nichtwissen, Wahrheit oder Unwahrheit - das sind im Journalismus oft die Fragen. Allerdings fallen Kenntnisse nicht vom Himmel. Kommen sie jedoch mit dem Ziel der Public Relations, also medientauglicher Imagepflege, meinen manche: "Das ist ja nur PR." Dabei funktioniert unsere Wissensgesellschaft auf solchen Grundlagen. Ein Widerspruch?

Den Artikel von Gisela Sonnenburg vom 23. März in der "Berliner Zeitung" [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Personalien compact (13) (13.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Catherina Straub** (41), frühere SPÖ-Kommunikationschefin, verstärkt das Team der Agentur bettertogether in Wien. Straub studierte Publizistik und Kommunikationswissenschaft und begann ihre Berufslaufbahn 1993 als Redakteurin





im SPÖ-Pressedienst, dessen Leitung sie später übernahm.

02: **Michael von Bach** (40) kommt als Geschäftsführer Strategie zur Hamburger Marken- und Beratungsagentur Reinclassen. Er hat nach dem Studium der Soziologie und VWL eine berufliche Laufbahn als Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Institut für Wissenschafts- und Technikforschung in Bielefeld begonnen. Neben seiner beruflichen Tätigkeit arbeitet Michael von Bach als Dozent an der Texterschmiede Hamburg.

03: **Julius van de Laar** (26) hat vom April 2007 bis November 2008 als Wahlkampf-Campaigner im Team von Barack Obama gearbeitet. Seit 1. März gehört er zum Berliner Online-Wahlkampfteam von A&B Face2Net, der Internet-Wahlkampfagentur der SPD. Er ist dort verantwortlich für die Schnittstelle zwischen Online- und Offline-Mobilisierung. **Katharina Körting** (41), Texterin und Konzeptionerin, hat 2005 im Bundestagswahlkampf noch das Wahlkampfteam der Grünen unterstützt, 2009 wirft sie ihre Erfahrung für A&B Face2Net und die SPD in den Ring. **Daniel Erk** (28), Social Media Texter im Team, wurde bekannt durch seinen taz Hitlerblog. Last but not

April das Campaigning-Team als Trainee mit Schwerpunkt Social Media Campaigning.

04: **Lilian Kurz** verstärkt als PR-Consultant das Fashion-Team der Agentur häberlein & mauerer in München. Zuvor arbeitete sie im PR-Team von Marc O'Polo und schloss nebenher ihr Magister-Studium der Kommunikationswissenschaften ab. **Andrea Damböck** wechselt in die Position des PR-Managers. Sie arbeitete als Redakteurin für die "Elle", bevor sie 2007 zu häberlein & mauerer kam.

05: **Jennifer Liedtke** (27) verstärkt das Team der Stuttgarter Agentur echolot public relations, sie kommt von der PR-Agentur Trostner, wo sie als PR-Beraterin Kunden aus dem Bereich Bauen und Wohnen betreute. Liedtke hat ihr Germanistik- und Soziologie-Studium in Marburg erfolgreich abgeschlossen und währenddessen durch verschiedene Praktika Erfahrungen im Redaktionsalltag von Tageszeitungen und Fernsehen gesammelt.

06: **Fabian Brandt** (37), bislang stellvertretender Geschäftsführer von fischerAppelt, profiling, steigt zum Geschäftsführer auf, gemeinsam mit **Bernhard Fischer-Appelt** wird er zukünftig den weiteren Ausbau der Strategieberatung der fischerAppelt Gruppe (GPRA) verantworten. Brandt war zuvor Mitbegründer und Geschäftsführer eines Technologie-Start Ups im Bereich der erneuerbaren Energien und ist Vorstandsmitglied der Deutschen Gesellschaft Club of Rome.

07: **Dorothea Hohn** (44) verlässt die Agentur C&C Contact und Creation in Frankfurt am Main. Nach 15 Jahren der Zusammenarbeit, davon elf Jahre als Geschäftsführerin, hat sie den Entschluss gefasst,



least vervollständigt **Denise Pölchen** (28) ab 1.

sich neuen Herausforderungen zu stellen. Im Jahr

2000 gründete sie die Agentur CP Communication Pool.

UNTERNEHMEN:

08: **Dieter Weirich** (64) bleibt Kommunikationschef der Fraport in Frankfurt am Main. Der Flughafenbetreiber hat den auslaufenden Vertrag um ein Jahr verlängert. Der gelernte Journalist ist seit April 2004 Leiter der Unternehmenskommunikation, er ist dabei verantwortlich für die externe und interne Kommunikation, das Sponsoring, Lobbying und den Besucher-Service. Zuvor war er Medienberater des Fraport-Vorstands. Weirich war von 1989 bis 2001 zwölf Jahre Intendant des Auslandsrundfunksenders Deutsche Welle.

09: **Ralf Hoppe** (39) verantwortet als Vice President in Personalunion die beiden Bereiche Investor Relations und Communications & Marketing bei Grammer in Amberg. Zur Vereinheitlichung und zum weiteren Ausbau der Unternehmenskontakte zu Investoren, der internen und externen Kommunikation und des Marktauftritts wurden die Bereiche zusammengeführt. Hoppe trat im Februar 2008 in die Grammer Gruppe ein und leitet seitdem den Bereich Investor Relations.

10: **Roland Hageböke** (51) ist neuer Leiter der Repräsentanz der Wintershall Holding in Berlin. Er folgt auf **Rainer Maedge** (65) und verantwortet in dieser Funktion die Kontakte zur Bundespolitik sowie Verbänden, geführt vom Bereichsleiter Unternehmenskommunikation & Governmental Relations **Andreas Priefler**. Hageböke war zuletzt Leiter der Abteilung Internationale Logistik bei Wintershall Erdgas Handelshaus. Maedge wird innerhalb der Wintershall-Gruppe als Leiter Öffentliche Beziehungen bei der neu gegründeten ONTG (Opal Nel Transport Gesellschaft) tätig sein.

11: **Benedikt Fehr** (56) leitet ab 1. Juli dieses Jahres den Zentralbereich Kommunikation der Deutschen Bundesbank. Er tritt die Nachfolge des im Dezember 2008 tödlich verunglückten **Christian Burckhardt** an. Der promovierte Volkswirt Fehr ist derzeit Wirtschaftsredakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und schreibt über die Europäische Zentralbank, die Bundesbank sowie über die Finanzmärkte.

12: **Jens Wagner** (37) derzeit noch Leiter Presse bei Arcor in Eschborn, wechselt im April zu Vattenfall Europe Sales in Berlin. Vom Pressesprecher und Leiter der externen Kommunikation des Telekommunikationskonzerns (seit 2000) wechselt er in den Stab der Geschäftsführung des Energieversorgers, wo er die Koordination und Sonderaufgaben übernehmen und sowohl für Tages- und Publikums- presse als auch für die Produkt-PR verantwortlich

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!

sein wird.

13: **Bettina Schibli** (44) übernimmt die neu geschaffene Stelle als Leiterin Unternehmenskommunikation der NZZ-Gruppe. Sie ist seit neun Jahren als PR- und Informationschefin bei der LZ Medien Holding, einem Tochterunternehmen der NZZ, tätig. Zuvor arbeitete sie bei der "Neuen Luzerner Zeitung", während sechs Jahren als stellvertretende Chefredaktorin. Hedi Studer, die bisher für den Geschäftsbereich NZZ unter anderem auch Kommunikationsaufgaben übernahm, verlässt das Unternehmen in den Ruhestand.

Etats

Etats compact (27) (13.KW-09)

01: Knie Zentrum Professor Toft, München
was: *Klassische Medienarbeit und externe Pressestelle.*
an: **wbpr Public Relations** (GPRA), Unterföhring

02: IT-Dienstleistungszentrum (ITDZ Berlin), Berlin
was: *Pressearbeit auch die Beratung*
an: **index**, Berlin

03: IT-Lösungsanbieter cobixx, Neuried
was: *PR-Etat*
an: **HartzCommunication**, München

04: Statex Produktions & Vertrieb, Bremen
was: *klassische Pressearbeit, Marken- und Produkt-PR*
an: **denkBar - PR & Marketing**, Bremen

05: Casa Reha Unternehmensgruppe, Oberursel
was: *Entwicklung einer Corporate Language und Kommunikation der neuen Markenpositionierung*
an: **Reinclassen**, Hamburg

06: e-Spirit, Dortmund
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Schwartz PR**, München

07: Ruhr-Universität Bochum
was: *PR-Arbeit für das Heimkinderprojekt*
an: **Bonne Nouvelle**, Bonn

08: Lekkerland, Frechen
was: *Messezeitung "Connect"*
an: **muehlhaus & moers** (GPRA), Köln

09: HECO-Schrauben, Schramberg
was: *Pressearbeit und Messekommunikation*
an: **RA&P**, Stuttgart

10: Media Innovation, Berlin
was: *strategische PR und klassische Medienarbeit für die Business-Suchmaschine yellow1.com in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **markengold PR**, Berlin

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!

11: Prolignis Renewable, Ingolstadt
was: *Pressearbeit und strategische Kommunikationsberatung*
an: **Bruno Media Communication**, Köln

12: Boje Buck Produktion und Delphi Filmverleih, Berlin
was: *Presse- und Eventorganisation*
an: **Lauth Communicates**, Hamburg

13: arvato Bertelsmann, München
was: *Kommunikationsstrategie und Eventkonzeption in neun Ländern für das Bonusprogramm Deutschland Card*
an: **consense**, München

14: Kama Consulting, Frankfurt am Main
was: *Pressearbeit*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

15: Mercedes-Benz Accessories, Stuttgart
was: *Entwicklung und Umsetzung eines Online-Gesamtkonzepts*
an: **Nolte&Lauth**, Stuttgart

16: Grand Hotel Heiligendamm
was: *PR-Arbeit*
an: **Straub & Linardatos** (GPRA), Hamburg

17: Mountain Hardwear, Genf (CH)
was: *marken-PR und B2C-Kommunikation*
an: **eastside - agentur für kommunikation und marketing**, München

18: Platinit Pfäffikon (CH)
was: *Markenkommunikation für Body Vib in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **Freies Netzwerk Berlin FNBpublic**, Köln

19: Geberit International, Rapperswil-Jona (CH)
was: *Geschäftsbericht*
an: **S&W Werbeagentur**, Baden (CH)

20: Hotel Ganischgerhof Mountain Resort & Spa, Deutschnofen (IT)

was: *Kommunikationsberatung, Medienarbeit, externe Pressestelle für die Schweiz, Deutschland und Österreich*
an: **Flowcube Communications**, Zürich (CH)

21: Kathy van Zeeland, Old Bethpage, NY (USA)
was: *Kommunikation für die deutsche Markteinführung*

22: Modellabel Ben Sherman, Düsseldorf
was: *Kommunikation im Bereich der Unternehmens-, Produkt- und Event-PR*
an: **Extract**, Düsseldorf

23: Agent Provocateur, London (GB)
was: *klassische Pressearbeit und die Konzeption und Organisation von Events*

24: Lacoste Apparel, paris (FR)
was: *klassische PR in Deutschland*
an: **häberlein & mauerer**, München

25: BICC-NET, Bayrisches ITK Cluster, München;
was: *PR-Etat*

26: gate – Garching Technologie- und Gründerzentrum, Garching;
was: *PR-Etat*

27: b-neun – Media and Technology Center, Unterföhring
was: *PR-Etat*
an: **Jordan & Kollegen**, München#

Branche

Werberat: 88 von 264 Beanstandungen wurden gerügt

264 Werbekampagnen wurde 2008 von der Bevölkerung beim Deutschen Werberat beanstandet. Diese Zahl lag etwas unter den 269 Einreichungen, die im Jahr zuvor beim Werberat eingingen. 176 der Proteste wurden vom Werberat als unbegründet zurückgewiesen. Bei 88 Kampagnen (2007: 81) teilte der Werberat die Kritik

und beanstandete sie bei den Werbung-treibenden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fink & Fuchs Public Relations 2008 mit stabiler Entwicklung

Die Fink & Fuchs Public Relations AG steigerte im Geschäftsjahr 2008 den Honorarumsatz um 2,6 Prozent auf 6,67 Millionen Euro (Vorjahr 6,5 Mio. Euro). Mit 81 Mitarbeitern an den Standorten Wiesbaden und München ist das Unternehmen die größte deutsche PR-Agentur mit Spezialisierung auf die Kommunikation von Technologiethematen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Econ Verlag und Handelsblatt suchen Asse der Unternehmenskommunikation

Seit dem 16. März können alle Unternehmen im deutschsprachigen Raum am diesjährigen Wettbewerb um die Econ Awards Unternehmenskommunikation teilnehmen. In den Kategorien Strategische Unternehmenskommunikation, Geschäftsberichte, Nachhaltigkeits- und CSR-Berichte, Imagebroschüren, Corporate Books, Magazine und Newsletter, Imagefilme und Interaktive Medien, Websites und PR-Aktionen können Beiträge aus den Geschäftsjahren 2007/2008 sowie 2008/2009 eingereicht werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (13.KW-09)

01: Die „Heidelberg Nachrichten“, das weltweite Kundenmagazin der Heidelberger Druckmaschinen, sind **beim Inspire Award 2008 mit**

Gold ausgezeichnet worden. 98 von 100 möglichen Punkten brachten das Magazin unter die Top 5 der besten Unternehmenspublikationen 2008. Außerdem gewannen die „Heidelberg Nachrichten“ den Sonderpreis für die kreativste Publikation im Wettbewerb. Für Konzept, Gestaltung, redaktionelle Umsetzung und Produktion des mehrsprachig erscheinenden Kundenmagazins ist die Mannheimer Agentur Signum communication verantwortlich.

02: **Andrea Wenk (37) macht sich in Hamburg mit der Kommunikationsberatung Frau Wenk selbstständig.** Zielgruppe sind Unternehmen der digitalen Wirtschaft. Wenk war zuletzt als Marketing & PR Manager im Hamburger Büro des US-amerikanischen Suchwortvermarkters Miva tätig. Dieser stellte Ende 2008 sein Deutschlandgeschäft ein. Vor Miva (ehemals Espotting) arbeitete sie bei den Hamburger PR-Agenturen Publicom und Mummert & Partner.

03: Die **Kommunikationsberatung Stach's** hat im März **neue Räume** in der Westendstraße 28 in Frankfurt am Main bezogen. Neukundengewinne und entsprechende Neuzugänge bei den Mitarbeitern haben die räumliche Veränderung der jetzt zehnköpfigen Beratungsgesellschaft nötig gemacht. Zeitgleich mit dem Umzug fand auch ein Relaunch des Internetauftritts statt. Die neue Homepage www.stach-s.de bietet klarer strukturiert als bislang umfassende Informationen zu Ansatz, Leistungen und Unternehmensangeboten der Beratungsgesellschaft.

04: **Deekeling Arndt Advisors** in Düsseldorf arbeiten als klassische Kommunikationsberatung an der Entwicklung und Umsetzung von Strategien wie Inhalten. **Mit dem Think Tank bietet das Beratungsunternehmen jetzt ein Instrument**, um Innovations- und Changeprojekte sowie Wachstumsprogramme intellektuell und kreativ zu dynamisieren. Dieses Angebot soll insbesondere das Top-Management befähigen, zukunftsrelevante Themen zu besetzen, zu gestalten und zu

implementieren. Leiter des Deekeling Arndt Think Tanks ist seit 1. Januar Rainer Zimmermann, in der Kommunikationsbranche bekannt als langjähriger CEO von Kohtes & Klewes, Gründer von Pleon und ehemaliger CEO von BBDO Germany. Tobias Korenke zeichnet als geschäftsführender Partner bei Deekeling Arndt Advisors für den Think Tank verantwortlich und wird die Schnittstelle zur Beratung koordinieren.

05: "**Folio**", das von Hoffmann und Campe Corporate Publishing realisierte **Mitarbeitermagazin der Evonik Industries AG**, ist bei den amerikanischen Inspire Awards in der Kategorie „Mitarbeiterpublikation – monatlich“ wie im vergangenen Jahr **mit Platin geehrt** worden. Das monatlich erscheinende Magazin errang 98 von 100 möglichen Punkten. Die höchste Punktzahl erreichte es in den folgenden Kategorien: Artwork, Lesbarkeit, Nachrichteneffizienz, Vielfalt der Features, Zielgruppenansprache, Zielgruppenrelevanz der Artikel sowie Navigation.

06: Im Geschäftsjahr 2008 hat die Agenturgruppe **muehlhaus & moers** (GPRA) ein **deutlich zweistelliges Umsatzwachstum** erzielt. Der Honorarumsatz stieg auf 4,0 Millionen Euro (2007: 3,2 Millionen Euro). Der Gesamtumsatz des Unternehmens mit Stammsitz in Köln, einer Dependence in Berlin und der Internettochter uscreen in Wuppertal lag bei 5,3 Millionen Euro. Aktuell beschäftigt die Agenturgruppe 40 Mitarbeiter. „Das nachhaltige Wachstum zeigt, dass wir mit unseren Kompetenzfeldern Corporate Publishing und Public Relations gut aufgestellt sind“, so Geschäftsführer Hans-Jürgen Moers. Auch der Ausbau der Berliner Dependence habe in diesem Jahr die Wachstumsstrategie der Agentur unterstützt.

07: Die Hamburger Agentur **Raike Kommunikation** (GPRA) zieht zum 6. April in **neue Räume** in der Ludwig-Erhard-Straße 6. Nach drei erfolgreichen Jahren reichten die bisherigen Büroräume für die mittlerweile 24 Mitarbeiter

nicht mehr aus. Das neue Büro liegt direkt am Alsterfleet, zwischen Binnenalster und Hafen. „Mehr Hamburg geht nicht“, sagt Wolfgang Raike, Agenturgründer und Inhaber, über den neuen Standort.

Medien

Der öffentliche Web-Relaunch: achtung! lässt alle zuschauen und mitmachen

achtung! - GPRA-Agentur mit über 130 Mitarbeitern und Hauptsitz in Hamburg und Büro in München - überarbeitet ihren Internetauftritt. Und alle schauen zu. Die neue hausinterne Online-Unit "achtung! interaktiv" präsentiert ihr Portfolio ab sofort unter <http://www.achtung-relaunch.de/> und lädt dazu ein, die Arbeit an der Agentur-Homepage live mitzuerfolgen - ein wohl bislang einmaliges "public project". Die Aktionsseite liefert täglich neue Einblicke in das Projekt, das als großer Zeitstrahl dargestellt ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leitmedium auf Bewährung - Suchen und Finden des Neuen

ZDF-Intendant Markus Schächter in seiner Eröffnungsrede zu den 42. Mainzer Tagen der Fernsehkritik am 23. März (Auszüge)
Das einstmals textorientierte Internet selbst hat sich so mit überraschenden, sensationellen Neuerfindungen und in unterschiedlicher Häutung zu einem Bewegtbild getriebenen Allround-Medium entwickelt. Umgekehrt hat das alte, bislang echtzeitfixierte Fernsehen schnell und umfassend gelernt, dass die digitale Welt Flügel verleihen kann. Zum neuen Nutzen für seine Zuschauer bietet digitales Fernsehen neue Freiheiten und unerwartete Auswahlmöglichkeiten. Ganz nach den Spielregeln,

die das Netz verkündet hat, können im digitalen Zeitalter die Zuschauer sehen, was sie wollen, wann sie wollen und wo sie es wollen. (...) [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen

Die Studie „Trennung von Werbung und Programm im Fernsehen – Zuschauerwahrnehmung und Regulierungsoptionen“ wurde heute im Rahmen einer Pressekonferenz öffentlich vorgestellt. Die unter der Federführung der MA HSH gemeinsam mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LFK), der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM), der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), der Bremischen Landesmedienanstalt (brema), der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM), der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) und der Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) in Auftrag gegebene interdisziplinäre Studie betritt Neuland. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

200.000 Weblogs pro Tag scannen: systematische Beobachtung von Social Media immer wichtiger

Renate Köcher, Chefin des Allensbacher Instituts für Demoskopie, brachte auf den Mainzer Medientagen die aktuelle Mediensituation auf den Punkt: „Ich bin mir nicht sicher, dass das alte Gesetz noch gilt, dass neue Medien alte nicht verdrängen.“ Die harte Empirie stützt die Vermutung, dass es allmählich zu einem Paradigmenwechsel in der Medienlandschaft kommt. So sinkt seit 1998 die Reichweite der deutschen Tageszeitungen kontinuierlich – besonders in den jüngeren Zielgruppen. Die aktuelle Online-Studie von ARD und ZDF belegt

darüber hinaus klar, dass sich bei der Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen das Mediennutzungsverhalten weg von Printmedien hin zu Web 2.0-Diensten verschiebt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (13.KW-09)

01: **Allensbacher Bericht:** Über die Qualität des Fernsehens ist im letzten Jahr heftig gestritten worden. Dass es sehr gute Programme und Sendungen gibt, ist dabei auch von den Kritikern nicht bestritten worden. Die **TV-Konsumenten sind zu 47 Prozent mit dem Fernsehprogramm in Deutschland alles in allem zufrieden**, eine kleine Zahl (3 Prozent) darunter ist sogar "sehr zufrieden". "Nicht so zufrieden" sind 39 Prozent, und elf Prozent sind "gar nicht zufrieden". Die Zufriedenheitsbilanz hat sich in den letzten drei Jahren allerdings - wenn auch nur geringfügig – verschlechtert. 2006 war jeder zweite Fernsehzuschauer alles in allem mit dem Fernsehprogramm zufrieden, aktuell sind es noch 47 Prozent. ifd-allensbach.de

02: **Studie belegt: Nutzer akzeptieren Community-Engagement von Marken.** Erstmals hat eine Studie die Nutzerakzeptanz von Community Marketing Aktivitäten untersucht. Die von Community-Experte Ralf Schengber, Marketing-Professor an der FH Münster, veröffentlichte Studie kommt zu dem Schluss, dass Nutzer ein entsprechendes Engagement von Marken und Unternehmen durchaus akzeptieren. Als Grundsatz für kommerzielle Aktivitäten gilt laut Schengber, der auch die praktische Seite des Themas kennt, demnach: „Informieren statt verkaufen!“ Die Studie ist die erste ihrer Art und liefert Unternehmen somit wichtige Anhaltspunkte für die Ausrichtung ihrer Social-Media-Aktivitäten. dsaf.de

03: **Barack Obama beantwortet Fragen aus Bevölkerung, 78.506 Fragen wurden einge-**

schickt. Der amtierende US-Präsident Barack Obama wird erstmals ein öffentliches Internet-Hearing abhalten, bei dem er live vor der Kamera Fragen aus der Bevölkerung beantwortet. "Das Weiße Haus steht für Fragen offen. Wir laden Sie ein, an unserer Online-Rathaussetzung teilzunehmen", heißt es in der entsprechenden Ankündigung auf der Homepage des Weißen Hauses. Thema der interaktiven Fragestunde werden die Finanzkrise und die damit zusammenhängenden wirtschaftlichen Probleme sein. persoenlich.com

04: **Das Web2.0 hat sich in den letzten Jahren zu einem weltweiten Massenphänomen entwickelt.** Für Unternehmen stellt sich heute nicht mehr nur die Frage, ob man ein Corporate Blog führt, sondern wie eine komplette Social Media Strategie aussehen kann. Moderne Unternehmen setzen neben klassischer PR immer mehr auf Online-Aktivitäten und stellen ihre Inhalte dort zur Verfügung wo sich die Nutzer heute aufhalten: auf Web2.0-Plattformen. Vereinen lassen sich diese Social Media-Aktivitäten in einem so genannten **Social Media Newsroom**. Dort findet der Besucher die Inhalte und Links zu den Web2.0-Diensten, die vom jeweiligen Unternehmen genutzt werden (z.B. Fotos, Videos, Präsentationen, Pressemitteilungen und Veröffentlichungen). Die **Agentur konstruktiv** stellt ihr Social Media Newsroom Konzept vor. Zu erreichen unter: www.konstruktiv.de/newsroom.

Stamm Medien-Newsletter April 2009

Der Stamm-Verlag, Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im März 2009 wurden 3.855 Medien aktualisiert**, im letzten Quartal waren es insgesamt 18.369 Medien. Der monatliche "**Stamm Medien-Newsletters**",

informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Hier einige Änderungen/-Meldungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Service compact (4) (13.KW-09)

01: Woher haben die Anderen bloß ihre **genialen Ideen**? Wie entwickeln die erfolgreichsten Unternehmen neue Produkte, Geschäftsmodelle oder Dienstleistungen? Ist das etwa Zufall? Nein. Mit dem **Edison-Prinzip** ist das möglich – dem genial einfachen Weg zu erfolgreichen Ideen. Für die kommenden Monate der "**Ideeologe**" **Jens-Uwe Meyer** eine exklusive Veranstaltungsserie in Deutschland, Österreich und der Schweiz geplant: Vorträge, Abendseminare, Intensivworkshops. Infos: www.ideeologen.de.

02: Der **Kroll-Verlag** in Seefeld präsentiert die Neuauflage seines **Pressetaschenbuches "Energiewirtschaft 2009/2010"**. Auf den 700 Seiten sind Fachjournalisten, Medien, Pressestellen der Energieunternehmen sowie Ansprechpartner aus gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Institutionen sowie internationale Kontakte verzeichnet.

03: Die Stimmung der Verbraucher bleibt nahezu stabil: der **GfK-Konsumklima-Index** steht für den April 2009 bei 2,4 Punkten (Vormonat 2,5).- Dagegen ist der **Ifo-Geschäftsklima-Index** mit 82,1 Punkten im März 2009 auf ein Allzeittief gesunken.

Termine + Tagungen

Helmut Schmidt: Wirtschaftskrise ist eine Weltkrise

Alt-Bundeskanzler warnt auf dem Tag des Wirtschaftsjournalismus in Köln vor einer "weltweiten Depression" und fordert Staaten zu gemeinsamen Handeln auf. Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt hält die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise für "genauso ernst wie die Krise von 1929-30", sagte er am Mittwoch beim Tag des Wirtschaftsjournalismus in Köln. "Keine Regierung auf der Welt weiß, wie schnell sie überwunden wird und ob es gelingt, eine weltweite Depression als Folge der Krise zu vermeiden." Der Zuversicht des amerikanischen Präsidenten Barack Obama steht Schmidt skeptisch gegenüber: "Barack Obama steht ziemlich allein da mit seinem Optimismus." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verbände brauchen ihr eigenes Marketing

Auch die Organisationen der Wirtschaft stehen in Krisenzeiten vor ihrer Bewährung – und sie haben die Chance, ihre Konzepte zukunftsorientiert und nachhaltig auszurichten und umzusetzen. "Ein spezifisch entwickeltes Verbandsmarketing hilft dabei und eröffnet den systematischen Weg zum Erfolg und damit auch aus der Krise für die jeweils vertretene Mitgliedschaft", weiß Tagungsmoderator Lutz E. Weidner (66), langjähriger Verbandsgeschäftsführer und Vorstandsmitglied der DGVM Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Abschiedsrunde mit Ernst Elitz

Seit 15 Jahren steht der „Grandseigneur der deutschen Rundfunkgeschichte“ (Kurt Beck) an der Spitze von Deutschlandradio. Und seit vielen Jahren führt Ernst Elitz in Berlin durch das „Forum Pariser Platz“. Mit beiden ist jetzt Schluss. Zu seiner Abschiedsvorstellung hat er sich einen erlesenen Medienkreis eingeladen, der zum Thema „Wie viel Medien braucht der Bürger“ diskutieren sollte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

5. Fachtag Kommunikations-Controlling am 13. Mai

Wie „Mehr Effizienz und mehr Effektivität in turbulenten Zeiten“ in der Unternehmenskommunikation erreicht werden kann, vermittelt der 5. Fachtag Kommunikations-Controlling am 13. Mai im Medienzentrum der Fachhochschule Wiesbaden. Das Professoren-Duo Wolfgang Jäger und Lothar Rolke hat sich erstmals in diesem Jahr mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) zusammengetan, um das Know-how branchenweit zu bündeln und innovativ zu präsentieren. Erstmals sorgen auch Flash-Workshops auf dem Fachtag für „Wissen zum Anfassen“. Die Vortragenden Referenten stehen für praxisgestählte Erfahrungen und den Anspruch auf ein empirisch belegtes Kommunikationsmanagement. Anmeldung und weitere Informationen unter: www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm.

Respekt - was ist das, was kann das? Respektforscher geben Antworten

Am Freitag, 27. März, war das PR-Journal zu Gast auf dem Vortrag der [Stiftung Wertevolle Zukunft](#) in Hamburg, die Referenten waren junge Forscher der im Sommer 2003 als ein Zusammenschluss von Nachwuchswissenschaftlern gegründeten

RespectResearchGroup, die in der Universität Hamburg beheimatet ist. Präsentiert wurde ein ungewöhnliches und ebenso bemerkenswertes Forschungsgebiet, kurzfristig musste umdisponiert werden, was den angekündigten Titel der Veranstaltung von "Der Nutzen von Respekt" auf den aktuellen Titel "Die Vermessung des Respekts" änderte, die Agenda bestand aus folgenden Punkten: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (13.KW-09)

01: Mit der **Veranstaltungsreihe "PR-Forum" bringt die Deutsche Presseakademie** Kommunikationsprofis in sechs deutschen Städten zusammen. Je ein Vertreter der Unternehmenskommunikation, einer Agentur, einer Personalvermittlung und ein Repräsentant der Medienseite diskutieren die „**Herausforderungen an die Kommunikation 2009**“. Nach der Auftaktveranstaltung in Berlin, gastiert das PR-Forum am 1. April in Düsseldorf und am 29. April in München. Veranstaltungen in Frankfurt, Hamburg und Stuttgart folgen. Weitere Informationen zu der Veranstaltungsreihe unter www.depak.de.

02: Die EU hat 2009 zum Jahr der Kreativität und Innovation ausgerufen. Damit allerdings Innovationen ihr Potenzial ausschöpfen können, darf kein Glied in der Kette von Idee, Umsetzung, Marktpositionierung und Akzeptanz beim Kunden fehlen. Ein Großteil des Erfolges liegt somit in der gelungenen Kommunikation von Innovationen. Dies ist das Thema des eintägigen **Kongresses „Der Weg von der Idee zum Markterfolg – Innovationen erfolgreich kommunizieren“** am 6. Mai 2009 in München, veranstaltet vom Europäischen Patentamt und dem medien-netzwerk-deutschland. Infos: www.medien-netzwerk-deutschland.de/muenchen.html.

Ausbildung + Seminare

Weiterbildung: Lernen sichert Gunst der Chefetage

Was können Angestellte tun, um ihren Job in der Krise zu sichern? Eine Antwort auf diese Frage ist: Weiterbildung. Marktforscher haben deshalb ermittelt, wie viel Engagement Arbeitgeber von ihren Angestellten auf diesem Feld erwarten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Master Communication Management an der Universität Leipzig

Wer ab Oktober 2009 den Master Communication Management an der Universität Leipzig studieren möchte, sollte keine Zeit verlieren. Nur noch bis zum 30. April ist eine Bewerbung für den begehrten Studiengang möglich. Für ausländische Bewerber gilt der Stichtag 15. Mai 2009. "Wir suchen wieder die besten Köpfe, die an der internationalen Forschungsfront mitarbeiten wollen und gleichzeitig einen hohen Praxisbezug schätzen", so Ansgar Zerfass und Günter Bentele, Studiengangsleiter des Master Communication Management. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (1) (13.KW-09)

01: Präziser Ausdruck und bildhafte Sprache müssen kein Widerspruch sein. Anschauliche Formulierungen können abstrakte Inhalte verdeutlichen und klar darstellen: Sinnvoll eingesetzte Metaphern sind ein rhetorisches Mittel, um verständlich zu schreiben. Die Möglichkeiten bildhafter Sprache, weitere Stilmittel sowie unterschiedliche Kreativtechniken vermittelt das **AFK-Seminar "PR W5 - Kreativ Schreiben"** am

20. April in Oberursel bei Frankfurt am Main.
Infos: www.afk-online.com.

Das PR-Interview

Interview 6: Werben für eine differenzierte Betrachtung von Videospiele

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



Das PR-Interview mit Olaf Wolters zur Debatte um ein Verbot gewaltverherrlichender Filme und Videospiele.

PR-Journal: Herr Wolters, wie beurteilen Sie die Aussagen von Bundespräsident Horst Köhler und der Eltern der in Winnenden getöteten Kinder in Bezug auf die Benutzung von so genannten Killerspielen?

Olaf Wolters: Die Betroffenheit und Ohnmacht, die eine solche Tragödie bei Hinterbliebenen und in der Gesellschaft hinterlässt, ist schwer fassbar. Grundsätzlich sind deshalb die unterschiedlichen Arten der Aufarbeitung durchaus zulässig. Auf der sachlichen Ebene gehen wir allerdings weiterhin davon aus, dass Computer- und Videospiele nicht ursächlich für solche Tragödien sind. Wieder einmal werden Computer- und Videospiele zum Sündenbock degradiert, obwohl die sehr komplexen Tatumstände Anhaltspunkte für eine differenzierte Betrachtung liefern könnten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... bitterböse Brüsseler Politik-Pralinen

Guten Tag! Die EU-Kommission und die EU-Parlamentarier spielen die Rolle der Besorgten. Sie fürchten, daß der **Vertrag von Lissabon**, der eine Verfassung für die EU sein soll, nicht in Kraft treten wird, weil die Regierung des gegenwärtigen EU-Ratspräsidenten, des tschechischen Ministerpräsidenten Mirek Topolánek, Opfer eines Mißtrauensantrags in Prag wurde. Daß er bis zur Bildung einer neuen Regierung noch die Amtsgeschäfte in Prag führt, wie er vor dem Europäischen Parlament darlegte, konnte die Parlamentarier in Straßburg nicht beruhigen. Sie vermuten Machenschaften des tschechischen Präsidenten Václav Klaus, der seit Jahren für Marktwirtschaft und Demokratie eintritt und sich deshalb gegen den Reformvertrag von Lissabon, also die Europäische Verfassung, ausspricht. Sie ist außer von Irland und der Tschechischen Republik von allen anderen EU-Mitgliedsstaaten ratifiziert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Berliner Rede: Die Glaubwürdigkeit der Freiheit

Köhler geißelt ungehemmte Profitgier. Dies sei seine beste Berliner Rede gewesen, sagte Ulrich Deppendorf von der ARD. Betroffene und Gescholtene klatschten hinterher stehend Beifall. Wird sich nun was ändern? Zu schön, um wahr zu sein. Es wäre jedoch dringend notwendig - die ganze Macht der Kommunikation müsste dafür eingesetzt werden. Bundespräsident Köhler rechnet vor allem offen ab mit alten Machenschaften im Finanzmarkt. Er will eine ökologische Revolution

und fordert, frei nach Kant, bürgerliche Werte ein.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 8 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

[Münchner PR-Agentur sucht Junior PR-Berater/-in \(Teilzeit\)](#)

[PR-Profi gesucht](#)

[München: Trainee/Volontariat "Unternehmenskommunikation/Presse" \(w/m\)](#)

[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 \(Sport / Funsport\)](#)

[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 a](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 30. Januar 2009 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.151 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 (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>