

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 196 / 14. KW 2009

Seite 1

PR-Agenturen melden 8,7 Prozent Honorarzuwachs für 2008

Das PR-Ranking 2008 ist ausgewertet und wurde am 7. April auf der Datenbankseite des PR-Journals veröffentlicht. 143 PR-Agenturen und -Berater sind im Gesamtranking vertreten - von denen 43 ihre Honorar- und Mitarbeiterzahlen durch ein Testat belegt haben (30%). Alle Agenturen melden 483,74 Millionen Euro an Honoraren und 4.533 Mitarbeiter. Dies ergibt beim Honorarumsatz für 2008 eine Steigerung um 8,7 Prozent gegenüber den Vergleichszahlen des Vorjahres. 2007 gab es bei Honoraren und Mitarbeitern noch einen Zuwachs von je zwölf Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: PR-Leute nerven Journalisten

Bei Anruf Frust: Der Medien-Trendmonitor 2009 untersucht, was Journalisten an ihrem Job am wenigsten mögen. 42,9 Prozent antworteten: "nervende PR-Leute", gefolgt von "auskunftsfaulen Pressestellen" mit 40,2 Prozent. Hinter der Studie stehen der Marktforscher Faktenkontor und die dpa-Tochter news aktuell, beide in

Hamburg. Überraschendes Ergebnis: Nur 8,1 Prozent aller Redakteure und Reporter nerven Scoops der Konkurrenz. Fehlt es den Journalisten am nötigen Ehrgeiz? [Den Artikel zur Faktenkontor-Umfrage in Meedia.de am 3. April hier online weiterlesen.](#)

PR Report Awards 2009: Die Entscheidung

Berlin, 02.04.2009 - 23:11 Uhr, PR Report Awards 2009: Die Entscheidung ist gefallen. Scholz & Friends Agenda mit Hauptsitz in Berlin ist die PR-Agentur des Jahres. Zum PR-Professional des Jahres wurde Thomas Voigt, Kommunikationschef der Otto-Group in Hamburg, gewählt. Überraschenderweise wurde die UNICEF-Kommunikations-(frau)mannschaft aus Köln zum PR-Team gewählt. Studentin des Jahres wurde Julia Straub (26) von der Universität Stuttgart-Hohenheim. 377 Einzelkampagnen waren eingereicht, 77 schafften es auf die Shortlist, 16 Awards wurden vergeben. Das "PR-Journal" gratuliert den Gewinnern!

Kein Obama-Wahlkampf in Deutschland: Chancen für Wahljahr nach US-Vorbild gering

Jeder der sich vor dem Hintergrund des Präsidentschaftswahl in den USA einen ähnlich spannenden, dynamischen und nicht zuletzt emotionalen Wahlkampf in Deutschland wünscht, dürfte nach dem jüngsten newsaktuell-media coffee in Berlin endgültig ernüchtert sein. In einem 90-minütigen Talk erörterte eine hochkarätige Runde um Kajo





Wasserhövel, seines Zeichens oberster Wahlkampfmanager der SPD, welche Auswirkungen der furiose Wahlkampf von Barack Obama auf das Superwahljahr 2009 hierzulande hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie Journalismus 2009: "Spiegel" und "Zeit" glaubwürdig, "Bild" fällt durch

Journalisten aus Sicht der Bundesbürger angesehen aber manipulierbar. Der Beruf des Journalisten genießt in der Bundesrepublik ein hohes Ansehen, doch an der Unabhängigkeit der Journalisten hat die Mehrheit der Deutschen ihre Zweifel. So meinen 54 Prozent der Befragten, dass Journalisten "nicht wahrheitsgemäß" berichten, mehr als jeder Zweite vermutet Beeinflussbarkeit durch Wirtschaft und Politik. Vor allem Frauen und Ostdeutsche zeigen sich kritisch. Andererseits gibt sich die Mehrheit überzeugt, dass Journalisten für ihre Artikel "gewissenhaft recherchieren". Dies zeigen die Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Befragung "Journalismus 2009", die vom Kölner Markt- und Organisationsforschungsinstitut YouGovPsyconomics

in Kooperation mit der Macromedia Hochschule für Medien- und Kommunikation, München, durchgeführt wurde. Insgesamt wurden repräsentativ 1.000 Personen aus der deutschen Bevölkerung befragt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Vesper gibt Chefredaktion des PR-Reports ab

Überraschung am Abend: Am Ende seiner Begrüßung zur diesjährigen Verleihung der PR-Report-Awards im Maritim-Hotel in Berlin gab Sebastian Vesper (37) bekannt, dass er am 1. Mai die Chefredaktion des Hamburger Branchenmagazins "PR-Report" an seinen langjährigen Stellvertreter Uwe Förster (44) abgeben wird. Nach 16 Jahren (schon in seiner Studentenzeit schrieb er für den PRR), davon zwölf Jahre als Chefredakteur, wird Vesper sich nun ausschließlich auf seine Funktion als Editorial Director aller Medien des Haymarket-Verlages in Deutschland konzentrieren.

Bethke verlässt Bundesfamilienministerium, Herkenhoff geht zur Commerzbank

Iris Bethge (39) wird am 1. Juni Mitglied der Geschäftsführung des Bundesverbandes deutscher Banken in Berlin, in dieser Position wird sie für den Bereich Presse und Kommunikation zuständig sein.

Derzeit ist sie noch Pressesprecherin sowie Leiterin des Referates Presse und des Leitungsstabes im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. In dieser Position ist sie bereits seit mehr als sechs Jahren für die Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen tätig. Heiner Herkenhoff, bisherige Geschäftsführer des Bankenverbandes, wechselt zur Commerzbank in Frankfurt und wird dort als Beauftragter des Vorstandes Leiter des Bereichs Public Affairs.

Personalien compact (9) (14.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Nina Maria Marth** (26) ist ab sofort bei der Agentur Bonne Nouvelle in Bonn im Bereich Corporate Social Responsibility und Public Affairs tätig. Die Politologin verstärkt das Team um Simone Stein-Lücke, die die Agentur im vergangenen Oktober gegründet hat.

02: **Carolyn Sickinger** (28) ist bei Alstom in Mannheim im Bereich Power als Internal Communication Manager für Europa und Afrika tätig. Zuvor hat sie Ihr PR-Volontariat in der Agentur erfolgreich abgeschlossen.

03: **Stefan Schuppli** (56) hat eine neue Tätigkeit als Senior Consultant bei Contract Media aufgenommen. Er war bisher als der „Basler Zeitung“ tätig, zuletzt als Leiter des

Wirtschaftsressorts und hat in dieser Funktion unter anderem auch den Alstom-Journalistenpreis 2006/07 gewonnen.

UNTERNEHMEN:

04: **Daniela Jaensch** (29) ist neue Pressesprecherin bei Lieken (Barilla Group) in Garrel, sie zeichnet sowohl für die interne als auch externe Kommunikation der Lieken-Gruppe verantwortlich. Jaensch studierte Medien- und Politikwissenschaft sowie Französisch. Bislang war sie als Leiterin Unternehmenskommunikation bei Broich Premium Catering und zuvor in der Public Relations- und Public Affairs-Beratung bei Pleon tätig.

05: **Melanie Moriz** ist Managerin Corporate Communication der Buss-Gruppe in Hamburg. Sie ist zuständig für die interne und externe Kommunikation und übernimmt die Funktion der Pressesprecherin. Neben der zentralen Unternehmenskommunikation der Buss Gruppe ist sie Ansprechpartnerin für alle Kommunikationsfragen der Geschäftsbereiche Buss Ports, Buss Safelox und Ixocon. Moriz folgt auf **Jost Broichmann** und wechselte von der Hamburger Volksbank, bei der sie die PR- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortete, zu Buss.

MEDIEN:

06: **Wolfgang Büchner** (42) wird seine neue Position als Chefredakteur der Deutschen Presse-Agentur (dpa) ([siehe PR-Journal vom 10.](#)

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!

März 2009) bereits im Sommer 2009 antreten. Einer Eigenmeldung bei twitter.com ist dieser Text zu entnehmen: "In eigener Sache: Ich wechsele früher zur dpa. Mein erster Arbeitstag dort ist der 1. Juli 2009. Schöne Grüße in den Mittelweg!"

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

07: **Michael Schwartz** (39) leitet im Verein Deutscher Ingenieure (VDI) den Bereich Strategie & Kommunikation. Die neu geschaffene Position vereinigt die Themen Marketing, Presse/Öffentlichkeitsarbeit und politische Öffentlichkeitsarbeit in der VDI-Zentrale in Düsseldorf. Schwartz arbeitet seit 2001 als Pressesprecher im VDI. Diese Funktion wird er kommissarisch beibehalten. Der diplomierte Volkswirt arbeitete nach dem Studium zunächst einige Jahre in der Öffentlichkeitsarbeit der ProSiebenSat.1 Media AG. Anschließend leitete er die Kommunikation in einem Internet-Softwarehaus, bevor er zum VDI wechselte.

08: **Barbara Mauersberg** (43) ist neue Pressesprecherin der Allianz pro Schiene in Berlin, die studierte Philosophin und Sprachwissenschaftlerin ist gelernte Journalistin. Nach ihrem Volontariat bei der Frankfurter Rundschau war sie Redakteurin beim Magazin der FR und dort vor allem für Interviews zuständig. Seit 2006 hat sie u.a. als freie Autorin am Nachhaltigkeitsbericht der Deutschen Bahn

und an verschiedenen Buchprojekten mitarbeitete. Mauersberg folgt auf **Maren Herbst** (41).

POLITIK UND BEHÖRDEN:

09: **André Simonazzi** (40) ist Sprecher des Schweizer Bundesrates in Bern (CH). Darüber hinaus koordiniert er die Kommunikation der sieben Departemente, und betreut er die Internetseite des Bundesrates. Er folgt auf **Oswald Sigg**, der das Amt dreieinhalb Jahre inne hatte. Simonazzi, ein ehemaliger Journalist und langjähriger Mitarbeiter von Caritas wird gleichzeitig Vizekanzler. Weil man ihm abnehme, dass er für die Landesregierung keine PR-Übungen veranstalten will, bekam Simonazzi vom Verband Schweizer Werbung schon vor Amtsantritt Anerkennung in Form des Titels "SW-Kommunikator des Monats".

Etats

InterContinental Hotels Group setzt auf Faktor 3

Faktor 3 (GPRA) in Hamburg unterstützt ab sofort die InterContinental Hotels Group (IHG) mit Hauptsitz in Denham (GB) bei der PR-Arbeit in Deutschland. Die Hamburger Kommunikations-agentur ist damit für die gesamte deutsche Marken-Corporate- und Trade-PR der größten Hotelkette der Welt (gemessen an der Anzahl der Zimmer)

PMG · Presse-Monitor®



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!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

verantwortlich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (24) (14.KW-09)

01: Johann Michael Sailer Verlag, Nürnberg
was: *Pressearbeit zum 40. Jubiläum und zur Einführung des neuen Titels "Pippo"*
an: **Griffiths Consulting**, München

02: Leuchtenhersteller Luxo Deutschland, Hildesheim
was: *Pressearbeit für die deutsche Niederlassung*
an: **Profil Marketing**, Braunschweig

03: Researchunternehmen CRF Deutschland, Düsseldorf
was: *PR- und Presseetat*
an: **Nolte Kommunikation**, Berlin
an: **markengold**, Berlin

04: T-SUS Personal Food, Hamburg
was: *Kommunikations-Etat für Franchise-Aufbau*
an: **Eyecansee**, Hamburg

05: United Screen Entertainment. Berlin
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum Auf- und Ausbau der B2C- und B2B-Kommunikation von Tier.tv*
an: **ad publica**, Hamburg

06: Nordic ID, Herford
was: *Pressearbeit für Fach-, Branchen und Wirtschaftsmedien in der DACH-Region*
an: **Möller Horcher Public Relation**, Offenbach

07: Postbeamtenkasse (PBeaKK), Stuttgart
was: *Relaunch des Kundenmagazins ‚vitamin‘, Geschäftsbericht*
an: **Panama PR**, Stuttgart

08: Messe Leipzig
was: *Koordinator des Messe-Begleitprogramms*

der Midora 2009
an: **Convensis PR**, Stuttgart

09: Steiff Kindermode
was: *Produkt- und Markenkommunikation sowie Pressearbeit der Kindermodelinie „Steiff Kids Collection“*
an: **Werbewelt Relations**, München

10: Diamir Erlebnisreisen, Dresden
was: *Pressearbeit*
an: **Kleber PR Network**, Frankfurt am Main

11: Agentur „Alles Werbung“, Neuenrade
was: *Fachpressearbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz für das Werbemittel „Magneticstar“*
an: **oha communication**, Stuttgart

12: Landeshauptstadt Stuttgart /
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart / MFG
Baden-Württemberg, Stuttgart
was: *PR-Arbeit für den Kreativraum Stuttgart*
an: **Sympra** (GPRA), Stuttgart

13: Kleinwalsertal Tourismus, Hirschegg (AT)
was: *Pressearbeit, Events und alle PR-Aktivitäten auf dem deutschen Markt*
an: **Hansmann PR**, München

14: Gallus Ferd. Ruesch, St.Gallen (CH)
was: *Kommunikations-Etat*
an: **RTS Rieger Team**, Leinfelden-Echterdingen

15: BSI Business Systems Integration, Baden (CH)
was: *PR-Arbeit in der Region DACH*
an: **GCPR GlobalCom PR Network**, München

16: adesso Schweiz, Zürich (CH)
was: *Pressearbeit*
an: **Jenni Kommunikation**, Zürich

17: Mietervereinigung Raststättenbrücke A1
Würenlos, Urdorf (CH)
was: *PR- und Marketingaktivitäten, Konzeption und Realisation von Events für die Shopping-Raststätte*

Würenlos

an: **Ferris Bühler Communications**, Baden (CH)

18: Outdoormarke Mountain Hardware, Richmond/Cal. (USA)

was: *Positionierung der Marke in den Medien*

an: **eastside agentur für kommunikation und marketing**, München

19: Systemhaus Datalog Software, München

20: Tria IT-Solutions, München

21: Dacos Software, Saarbrücken

22: Utimaco Safeware, Oberursel

was: *Öffentlichkeitsarbeit mit Online-PR*

an: **vibrio. Kommunikationsmanagement**, Unterschleißheim

23: BSI, Lugano (CH)

was: *Medienstelle für die deutsche und französische Schweiz*

24: Intrum Justitia, Brüssel (BE)

was: *Medienarbeit in der DACH-Region*

an: **Contract Media**, Zürich (CH)

Branche

Ursula Reimers mit neuer Agentur in Hamburg

Am 6. April startet die Allround-Marketingfrau Ursula Reimers in Hamburg (unweit vom Jungfernstieg und Gänsemarkt) ihr eigenes Beratungsunternehmen: ursula reimers consulting & communications. Mit dem Aufbau der Selbständigkeit zum aktuellen Zeitpunkt setzt die Diplom-Kauffrau ein mutiges Zeichen in der Krise, die sie als Chance begreift. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PRVA: PR gewinnt in der Krise an Bedeutung

"PR gewinnt in Zeiten der Krise stark an Bedeutung", so ein Ergebnis der ersten PR-Panel-Studie des PRVA Public Relations Verband Austria, das für Auftraggeber gleichermaßen gilt wie für Agenturen. Gleichzeitig erwarten mehr als zwei Drittel der befragten PR-Experten auch für ihr Unternehmen bzw. ihre Agentur Auswirkungen der Krise. Bisher sind die Auswirkungen in den Unternehmen deutlich stärker zu spüren als in den Agenturen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (14.KW-09)

01: **Klaus Stoffers ist zurück.** Erst kam der Ausstieg aus der von ihm gegründeten und an die britische Chime plc verkaufte Agentur MMK Markt- & Medien-Kommunikation in Hamburg, dann ein Sabbatical-Jahr mit Weltreise, jetzt reaktiviert Stoffers seine **früheres Beratungsbüro Ad/Press.** Er steht vor allem für Marketing-Kommunikations- und Editorial-Projekte zur Verfügung. Vor seiner MMK-Zeit war er Leiter PR/Kommunikation des Druck- und Verlagshauses Gruner + Jahr.

02: Die **DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Berlin hat den Albert-Oeckl-Nachwuchspreis 2009** ausgeschrieben. Mit dem Wettbewerb wird u.a. auch das Ziel verfolgt, hervorragende PR-Nachwuchsleistungen über den Verband hinaus bekannt zu machen und als Beitrag zur weiteren Professionalisierung der Öffentlichkeitsarbeit ins Gespräch zu bringen. Darüber hinaus soll demonstriert werden, wie sich Lehre, Ausbildung und Forschung auf dem Gebiet der PR zunehmend etablieren. Eingereicht werden können Bachelorarbeiten, Magister-, Master- und Diplomarbeiten sowie Dissertationen, die sich mit einem PR-Thema in inhaltlich ergiebiger und innovativer Weise auseinandersetzen. Einsendeschluss ist am 31. Mai. Infos: www.dprg.de.

03: Wie kann man Kosten senken, die Umwelt schonen und gleichzeitig neue Kunden gewinnen? Die Antwort auf die Frage liegt in der Nachhaltigkeit. Allerdings besteht sowohl auf Konsumenten- als auch auf Unternehmensseite ein großer Informations- und Beratungsbedarf. Diese Lücke schließt die **neu gegründete Denkfabrik für Nachhaltigkeit von Ball:Com Communications Company** in Heusenstamm. In einer individuellen, dem Kunden angepassten Analyse zeigen die Trend- und Zukunftsforscherinnen Ingrid Schick und Anja Kirig auf, welches Potenzial für Nachhaltigkeit in einem Unternehmen steckt. Kommunikationsprofi Steffen Ball entwickelt daraus strategische PR-Maßnahmen, um neue Absatzmärkte effektiv zu erreichen. Infos: www.ballcom.de.

04: **Für über 50-Jährige Surfer im weltweiten Online-Netz gibt es ein neues Internetportal:** www.serviceseiten50plus.de. Herausgegeben wird es von der Kölner PR-Agentur Kommax. Wissenswertes und Unterhaltsames, Informationen mit hohem Nutzwert sowie die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen oder sich auszutauschen, sind auf den Serviceseiten50plus zu finden. Die Kölner Journalistin und Inhaberin von Kommax, Renate Frech, selbst Mitglied der Zielgruppe 50plus, zu der von ihr konzipierten Website: „Ich wollte ein Portal zu schaffen, das sich jenseits gängiger Klischees über die Generation 50plus bewegt, also weder die Anmutung einer Dauerkaffeefahrt hat, noch den weltläufigen und superfitten ‚Jungen Alten‘ im Porsche beschwört.“ Dem durch zahlreiche Medien und Marketing-Profis konstruierten „Lifestyle 50plus“ soll damit ein selbstbewusstes und alltagstaugliches Forum entgegengesetzt werden.

05: **Public Affairs**, die PR-Agentur aus dem Netzwerk der Kölner Counterpart Group, hat ihre **Visitenkarte im Internet überarbeitet**. Der Relaunch der Website www.public-affairs.de bietet dem Besucher vor allem einen

verbesserten Überblick über die vielfältigen Dienstleistungen der Agentur.

Medien

Zeitungsverleger fordern: Keine Werbung in redaktionellen Fernsehsendungen

Der BDZV fordert, dass Product Placement in Deutschland auch künftig verboten bleibt. Anlass sind die Beratungen der Bundesländer am 8. April 2009 zur „EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste“, die bis Ende 2009 in nationales Recht umgesetzt werden muss. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

NDR-Medienmagazin ZAPP und das Überwachungssystem Bahn: Kampf gegen kritische Journalisten

NDR-Medienmagazin ZAPP und das Überwachungssystem Bahn: Kampf gegen kritische Journalisten. Mehdorn ist weg, die Vorwürfe bleiben: Die Bahn hat offenbar E-Mails an Journalisten überwacht. Nur der Höhepunkt, denn kritische Berichte wurden unter Mehdorn immer schon behindert. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

MA HSH-Medienrat fordert klaren Rechtsrahmen für erlaubte Produktplatzierung

Nachdem aus Presseberichten bekannt geworden war, dass die Rundfunkkommission der Länder bei der Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle

Mediendienste (AVD-RL) in deutsches Recht Produktplatzierung erlauben will, hat sich der Medienrat der Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH) mit dieser programmintegrierten Werbeform auseinandergesetzt. Für den Medienrat ist die Legalisierung von Produktplatzierungen nur dann akzeptabel, wenn die Anforderungen hieran klar definiert werden. So dürfe es in Kindersendungen mit Blick auf den Kinder- und Jugendschutz keine Produktplatzierungen geben. Auch müssten Produktplatzierungen in Sendungen mit Informationsanteilen ausgeschlossen und der Begriff der Sendungen „leichter Unterhaltung“ eindeutig definiert werden. Die Anforderungen an die erforderliche Kennzeichnung müssten klar festgelegt und dabei darauf geachtet werden, dass durch die Kennzeichnung selbst kein zusätzlicher werblicher Effekt eintritt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (6) (14.KW-09)

01: Microsoft sponsert Twitter. Twitter nähert sich einem Geschäftsmodell an: Man habe nun einen Weg gefunden, wie man Geld verdienen könne, heißt es im Firmenblog. Eine Art Business-Twitter soll es richten. ExecTweets heißt der Dienst, der die 140-Zeichen-Nachrichten von Führungskräften auf einer eigenen Plattform bündeln soll. Aus einzelnen, belanglos erscheinenden Mitteilungen sollen so maßgeschneiderte Zielgruppenangebote für Fach- und Führungskräfte entstehen. Man werde auf ExecTweets "only the good stuff" veröffentlichen, heißt es im Unternehmensblog. [emar.de](#)

02: Studie: StudiVZ hat schlechtes Image. Über StudiVZ wird im deutschen Netz am häufigsten gesprochen – allerdings überwiegend kritisch. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Startup Monitor von Ethority. Holtzbrincks Kontaktnetzwerk hat damit zum wiederholten Mal den

schlechtesten Imagewert unter deutschen Startups. Am beliebtesten ist der Untersuchung zufolge die Shoppingplattform Dawanda, auf der Nutzer kunsthandwerkliche Produkte direkt vom Hersteller kaufen können. [emar.de](#)

03: LeadAwards: Das Zeit Magazin räumt ab. Das Zeit Magazin ist der große Gewinner der LeadAwards, die gestern in Hamburg vergeben wurden. Der Titel aus dem Zeitverlag gewann in vier Kategorien Gold, darunter auch in der wichtigen Kategorie "Leadmagazin des Jahres". Silber erhielt Brand Eins, Bronze ging an den Stern. Anzeigenkampagne des Jahres ist die "Kampagne 2008" von American Apparel, die das Unternehmen inhouse entwickelt hat. Auch die TBWA-Tochter MAB durfte sich freuen - die BMW-Kampagne "Maßstäbe setzen" für den 7er gewann Bronze. Angesichts der am Mittwoch bekannt gewordenen Vertragskündigung dürfte dies jedoch nur ein schwacher Trost gewesen sein. Als Anzeigenmotiv des Jahres wurde ein Bild der FAZ-Kampagne "Dahinter steckt immer ein kluger Kopf" mit Marcel Reich-Ranicki von Scholz & Friends ausgezeichnet. [textintern.de](#)

04: Die Wirtschaftskrise ist bei den freien Journalisten angekommen: Jeder dritte von ihnen musste bereits einen signifikanten Auftragsrückgang registrieren. Das geht aus der aktuellen Konjunkturumfrage hervor, die der DJV unter freien Journalistinnen und Journalisten durchgeführt hat. Für zwei Drittel der Freien hat sich bisher die Auftragslage im Großen und Ganzen nicht verschlechtert, einige haben sogar mehr zu tun als früher. Im Durchschnitt erzielen die hauptberuflich tätigen Freien ein Jahreseinkommen von 24.436 Euro. Allerdings stellen viele von ihnen eine deutlich nachlassende Zahlungsmoral der Verlage fest, die von schleppenden Honorarzahungen bis zu Versuchen des Honorardumpings reicht.

05: VVA Networks, Düsseldorf, bietet gemeinsam mit dem Schwesterunternehmen VVA Kommunikation, Essen, modernste

Lösungen für crossmediales Corporate

Publishing. Kundenkommunikation gewinnt als wesentlicher Faktor in der Unternehmensstrategie immer mehr an Bedeutung. Wenn es um wertschöpfende Kommunikation geht, steht besonders das Corporate Publishing im Mittelpunkt. VVA Networks und VVA Kommunikation bieten gemeinsam moderne Lösungen für Kundenkommunikation an. Im Vordergrund steht dabei der crossmediale Einsatz von Printerezeugnissen, Webauftritten und mobilen Lösungen für positive Effekte auf Umsatz und Marktanteil. Infos: www.vva-networks.de .

06: Erstmals geben die Zeitschriften "politik&kommunikation" und "pressesprecher" gemeinsam den "**CR-REPORT**" zur Verantwortung von Wirtschaftsakteuren und den Vorteilen gesellschaftlichen Engagements für Unternehmen heraus. Das Magazin, das künftig zweimal pro Jahr erscheinen wird, finden Sie schon jetzt exklusiv zum Download auf der Webseite www.gwef.de .

Services + Tipps**Professionelle Beobachter entdecken Twitter**

Der Berliner Medienbeobachter Landau Media integriert in sein Beobachtungsprogramm jetzt auch Web2.0 Formate wie Twitter, Facebook, YouTube und StudiVZ. Ab 01. Juni 2009 können Nutzer der Pressespiegel und Medienanalysen von Landau Media sich auch über das Meinungsbild in diesen neuen angesagten sozialen Netzwerken informieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (7) (14.KW-09)

01: **Studie 1: Die stärksten Biermarken Deutschlands.** Beck's führt zum vierten Mal in Folge die Rangliste der national stärksten Biermarken an – gefolgt von Krombacher. Das ergab der Markenmonitor Bier 2009. Strand-Feeling, lässige Musik, junge, hippe Menschen. Eine typische Beck's-Party zu beschreiben fiel den Befragten des Markenmonitors Bier 2009 nicht schwer. Die Bremer Biermarke erzeugt ein klares Bild in den Köpfen der Verbraucher - ganz im Gegensatz zu manch anderen Bieren: Wie zum Beispiel eine Radeberger-Party aussieht, was es dort zu essen gibt, weiß keiner so genau. Die Marke ist offenbar zu schwach, um eindeutige Assoziationen zu wecken. wuv.de

02: **Studie 2: Europas wertvollste Retail-Marken.** Nichts geht über H&M: Das schwedische Mode-Imperium verfügt die wertvollste Einzelhandelsmarke Europas. Interbrand taxiert den Markenwert mit 11,1 Milliarden Euro. Damit liegt H&M klar vor der französischen Supermarktkette Carrefour (9,5 Milliarden) und der Möbelmarke Ikea (7,3 Milliarden). Deutschland ist unter den Top Ten der Interbrand-Studie "The Best Retail Brands 2009" nur mit einer einzigen Marke vertreten: Aldi sehen die Strategieberater auf Platz 7 (3,3 Milliarden Euro). wuv.de

03: **Studie 3: Internetnutzung steigt in der Krise.** Konsumenten ändern in der Rezession ihre Mediennutzung, so das Kernergebnis der Studie "Mediennutzung in der Krise" von Initiative Media. Sie sehen mehr TV, nutzen das Internet mehr, hingegen kommen sie weniger mit Outdoor-Maßnahmen in Berührung. Auch der Radiokonsum und die Nutzung von Publikumszeitschriften geht zurück. wuv.de

04: Die **Arbeitsweise von Spammails ist einfach:** Sie versuchen stets, Menschen in Ihren grundlegenden Bedürfnissen zu treffen. So dominierten im vergangenen Jahr Begriffe aus der Börsenwelt. In

diesem Jahr zeigen sich erstmals die Auswirkungen der Krise: Jobangebote, Mahnung, Kündigung und Prognosen finden sich gehäuft in Spammails. Will man nicht im Spamfilter landen, muss man laut Aussage von Martin Öller, Geschäftsführer des österreichischen Dienstleisters eworx, „**als Versender von Newslettern aktuelle Spambegriffe dringend meiden**“.

Voraussetzung: Man muss diese auch kennen. eworx als Hilfsmittel für Newsletter-Autoren [hier im Internet](#) No-Go-Begriffe zur Verfügung gestellt.

05: Die **Kommunikationsagentur Arts & Others Communication** mit Sitz in Bad Honburg v.d.H. hat eine Reihe ihrer Dienstleistungen in Produkte übersetzt und bietet diese „**Leistungspakete**“ **ab sofort zum Festpreis** an. Das bedeutet: Wenn ein Unternehmen beispielsweise den CO2-Ausstoß seiner Veranstaltung ausgleichen möchte, findet es auf der Internetseite von Arts & Others das Leistungspaket „klimaneutrale Events“ zu einem Pauschalpreis. Unter www.arts-others.de/leistungspakete finden Interessierte alle verfügbaren Produkte – von „Akademie“ über „Corporate Tonality“ bis hin zu „Präsentationsoptimierung“.

06: **Erstaunliche Ergebnisse** brachte die von Dezember 2008 bis Januar 2009 durchgeführte Umfrage des Mannheimer **Dudenverlags**: Sie richtete sich an Mitarbeiter aus dem öffentlichen Bereich und widmete sich dem Thema: **"Wie wichtig ist eine korrekte Rechtschreibung in Behörden und öffentlichen Einrichtungen?"**. Nur rund zwei Drittel der insgesamt 581 Teilnehmer waren der Ansicht, dass eine fehlerfreie Orthografie in Gesetzestexten "wichtig" oder "sehr wichtig" sei (71,9 %). Ähnlich bewertet wurde die Frage nach einer einwandfreien Rechtschreibung in selbst verfassten Texten (64,5 %), in Dokumenten, die der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden (66,4 %) und in Texten, in denen öffentliche Stellen mit Bürgern kommunizieren (63,9 %). "Unwichtig" ist es laut

Umfrageergebnis immerhin 23,4 % aller Befragten, ob die Rechtschreibung in den Dokumenten, in denen sie selbst mit dem Bürger kommunizieren, fehlerfrei ist.

07: Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (**BdP**) in Berlin hat eine neue **Servicebroschüre zum Thema Reputationsmanagement** veröffentlicht, die Einblicke und nützliche Handreichungen zu diesem Themenkomplex bietet. Die Broschüre umfasst eine allgemeine thematische Einführung mit Informationen zu den Grundlagen, Einsatzgebieten, Handlungsfeldern, Implementierungsschritten und Instrumenten des Reputationsmanagements und will so Impulse für seinen erfolgreichen Einsatz in der Kommunikationspraxis geben. Servicebroschüren zum Download unter www.pressesprecherverband.de/publikationen/broschuere.php

Termine + Tagungen

Journalisten und Pressesprecher treffen sich zum Skandalgipfel in Hamburg

Die Barschel-Pfeiffer-Affäre, der Neue-Heimat-Skandal, die gefälschten Hitler-Tagebücher und die Spiegel-Affäre - viele Fälle öffentlicher Empörung hatten ihren Ausgangspunkt in der Hansestadt oder wurden von Hamburger Medien aufgedeckt und in alle Welt verbreitet. Grund genug für die Universität Hamburg und das Krisennavigator-Institut für Krisenforschung, ein Spin-Off der Universität Kiel, investigative Journalisten und Pressesprecher aus ganz Deutschland zu einem Skandalgipfel einzuladen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (14.KW-09)

01: Am 13. Mai findet in Düsseldorf die nächste **dialog-Podiumsdiskussion der GPRA** statt. Thema: "LOHAS - Strohfeuer oder Dauerbrenner? Nachhaltigkeit und Kommunikation in der Rezession." Nachhaltigkeitsspezialisten, Journalisten und Kommunikationsfachleute diskutieren über den LOHAS-Trend (Lifestyle of Health and Sustainability), seine zukünftige Bedeutung für Unternehmen und deren Kommunikation sowie über seine Überlebenschancen in der Rezession. Weitere Informationen: www.dialog-nrw.de.

02: Die Finanzkrise bringt die Wirtschaft ins Taumeln. Immer mehr Unternehmen greifen zum Rotstift und kürzen ihre PR-Budgets. Eine Erfolgskontrolle innerhalb der PR-Arbeit ist notwendig, um PR-Aktivitäten zunächst messbar zu machen und dann auch durchsetzen zu können. Doch wie lassen sich die Kommunikationswirkung einzelner Maßnahmen oder ganzer Kampagnen kontrollieren? Und wie und wann setzt man welche Evaluationsmaßnahmen richtig ein? Zum Thema "**PR-Erfolgskontrolle**" veranstaltet die **dpa-Tochter news aktuell** am 23. April einen **Workshop** in Hamburg. Infos: www.media-workshop.de/workshop/1190/.

03: Das nächste **Convento PR-Frühstück** findet am 14. Mai in Wien statt. Thema: "PR-Erfolge sichtbar machen: Wie die Medienresonanzanalyse helfen kann, Unternehmenskommunikation zu steuern." Info: www.convento.de.

Ausbildung + Seminare

DAPR-Grundlagenseminar „Online-Relations“ Mai 2009

Am 04. und 05. Mai veranstaltet die DAPR in Frankfurt am Main das Basisseminar „Online-Relations“ mit Dominik Ruisinger als Referenten. Online Relations bieten heute zahlreiche Chancen für eine erfolgreiche Kommunikation mit den gewünschten Zielgruppen. Kaum ein Unternehmen kann es sich heute leisten, diese Instrumente für die interne wie externe Kommunikation zu vernachlässigen, kaum eine strategische PR kommt an ihnen vorbei, um sich auch im Netz bei Zielgruppen zu positionieren. *Zum vollständigen Artikel auf der [Homepage](#)*

Ausbildung compact (4) (14.KW-09)

01: **PR-Journal-Leserin Anja Beckmann hat Workshopteilnahme gewonnen.** Die Redaktion des Internetportals "PR-Journal" verlost Teilnahme am DAPR-Workshop "Internationale PR - Kommunikation über Grenzen hinweg" mit Thomas Achelis. Die glückliche Gewinnerin ist Anja Beckmann. Sie arbeitet als Pressesprecherin und Managerin Communications & CSR bei Sturbucks Coffee Deutschland. Herzlichen Glückwunsch!

02: **Am 23. April 2009 startet der 34. Abendstudiengang und am 04. Mai 2009 bereits das 38. Fernstudium PR / Öffentlichkeitsarbeit auf dem Berliner Campus der UMC Potsdam (FH).** Das Studium dauert jeweils 12 Monate und schließt mit der Prüfung zum PR-Berater durch die Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) ab. Die UMC Potsdam (FH) setzt die Tradition der berufsbegleitenden PR-Weiterbildung des PR Kolleg Berlin fort und kann somit in diesem Bereich auf eine Erfahrung von über 10 Jahren zurückgreifen. Die Weiterbildungsstudiengänge

bieten eine grundlegende Voraussetzung, sich erfolgreich auf dem Arbeitsmarkt zu bewegen - ob in Agenturen, Unternehmen oder Verbänden. Infos: www.umc-potsdam.de/studium/pr-kolleg/abend-fernstudium-pr.html.

03: Die nächste Veranstaltung der **Offenen Vorlesungsreihe** "Management & Kommunikation 2009" an der **UMC Potsdam (FH)** findet am 16. April in Berlin statt. Kommunikationsberater Justus Bobke behandelt das Thema "Städte vermarkten wie Softdrinks - Neues vom Stadtmarketing". Infos: www.umc-potsdam.de.

04: Textkompetenz befähigt PR-Fachleute dazu, die Erfolge und die Leistungen ihres Unternehmens aufmerksamkeitsstark darzustellen und zielgerichtet ein- und umzusetzen. Das **AFK-Seminar PR W7 – Journalistisches Schreibtraining**, vom 11. bis 15. Mai in Alzey, trainiert diese Kompetenzen. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen Nachrichtenwert zu erkennen und zu gestalten - mit den verschiedenen journalistischen Darstellungsformen. Und mit Tipps für die Arbeit mit Journalisten. Infos: www.afk-online.com.

Das PR-Interview

Interview 7: Dokumente frühzeitig bereitstellen - in unserer Sprache!

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



Das PR-Interview mit Matthias Kopp zur Kommunikationskrise im Vatikan.

PR-Journal: Die Deutsche Bischofskonferenz hat sich vom Vatikan eine verbesserte

Kommunikation gewünscht. Was genau ist darunter zu verstehen?

Matthias Kopp: Die Kommunikation zwischen dem Vatikan und den Ortskirchen ist gut, sie kann in einigen Punkten verbessert werden. Darunter verstehen wir zum Beispiel eine frühzeitige Bereitstellung von offiziellen Dokumenten möglichst auch in unserer Sprache, um uns gut vorbereiten zu können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Online-Wüste: Die DFB-Homepage im Falle Lukas Podolski

Der Deutsche Fussball-Bund ist noch im Winterschlaf. Nach der flotten Watsche von Lukas Podolski gegen Kapitän Michael Ballack sucht man www.dfb.de vergebens nach einer schnellen Info zum Geschehen. Weder im News-Bereich noch in im DFB-Spielbericht zum Länderspiel findet sich der Podolski-Handschlag wieder. Zum Glück gibt es das DFB-TV unter <http://tv.dfb.de/index.php?view=1047>. In den dort zusammengestellten Länderspiel-Highlights konnte man auf den absoluten Höhepunkt dieser ereignisarmen Partie nun doch nicht verzichten. [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

[Kölner Agentur sucht PR-Redakteur/in](#)

[Kölner Agentur Plus PR sucht PR-Berater/in](#)

[fischerAppelt sucht Berater \(m/w\) Corporate Communications](#)

[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](#)

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

Unternehmen

[Account-Manager/in](#)

Verbände (Non-Profit)

[Gruppenleiter/in Service für die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit im Bereich der Ökumenischen Diakonie](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 06. April 2009 - 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.190 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>