

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 201 / 20. KW 2009

Seite 1

Studie: Deutsche bringen Journalisten wenig Vertrauen entgegen

Der Journalismus hat bei den Deutschen offenbar ein Glaubwürdigkeitsproblem. Laut einer Umfrage der Technischen Universität (TU) Dresden bringen nur 35 Prozent der Bürger der Arbeit von Journalisten Vertrauen entgegen. Das spiegelt sich auch im Ansehen des Berufs wider, teilte die TU am 18. Mai mit. Nicht einmal zwei von drei Befragten gaben an, Journalisten eher zu schätzen. Damit liegen sie auf Platz sechs von zehn abgefragten Berufen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schweiz: PR-Branche will sich selber genauer beobachten

Eine umfassende Erhebung des gesamten PR-Marktes der Schweiz plant eine neue Organisation von verschiedenen Fachverbänden und der Università della Svizzera italiana. Diese wollen vor allem eine breit angelegte Umfrage durchführen sowie spezielle Berichte zu jährlich

definierten Themen veröffentlichen. Vorgesehen ist auch ein kontinuierliches Praxis-Monitoring sowie ein Perception-Barometer. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"Spiegel": Atomlobby finanzierte offenbar Öffentlichkeitsarbeit

Die Bundesregierung hat sich einem [Medienbericht](#) zufolge jahrelang einen Teil der Öffentlichkeitsarbeit für das marode Atommüllendlager Asse bei Wolfenbüttel von den deutschen Energiekonzernen finanzieren lassen. Fast 700.000 Euro seien zwischen 1997 und 2002 durch das Deutsche Atomforum an den damaligen Asse-Betreiber GSF, das heutige Helmholtz Zentrum München, geflossen, berichtete das Nachrichtenmagazin "Der Spiegel" (am Samstag vorab) in seiner Ausgabe vom 18. Mai.

FAZ will künftig Verlags-Sonderveröffentlichungen kennzeichnen

Stellungnahme der FAZ vom 13. Mai zum Kommentar "Organisiert FAZ Koppelgeschäfte Redaktion für Anzeigen?" vom 11. Mai 2009 im "PR-Journal":

"Wir weisen diesen Vorwurf mit aller Entschiedenheit zurück, weil er sachlich unbegründet ist.

Zu Sache selbst: Uns wird von Sascha Stoltenow, Wiesbaden, vorgeworfen, am 9. Mai 2009 (Seite 7) und am 10. Mai 2009 unter der Anzeigenrubrik



"Unterricht/Weiterbildung/Seminare" Redaktion "verkauft zu haben". Es handelt sich dabei um die Folge Nr. 355 von "Qualifikation & Erfolg", die seit vielen Jahren 14-tägig in der FAZ/FAS erscheint. Die Anzeigen-Sonderveröffentlichung hat in dieser Ausgabe über den PR-Beruf berichtet. Hier wurde u.a. die PR-Akademie Rhein-Main/-Communication College textlich schwerpunktmäßig vorgestellt. Der Autor dieser Artikelserie Dr. Hans-Henning Kappel von der Johann-Wolfgang-Goethe Universität ist innerhalb des optisch abgegrenzten Anzeigenartikels klar und deutlich als Autor der Artikelserie erkennbar. Neben einer postalischen Anschrift sind auch Telefon, Telefax und Email-Adresse von ihm aufgeführt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Croissant geht von Pleon zu Premiere

Hans-Jürgen Croissant (44) wird Senior Vice President Communications beim Pay-TV Anbieter Premiere, der im Sommer in Sky Deutschland umbenannt werden soll. In diesen Zeitraum fällt auch der Amtsantritt (15. Juni) von Croissant in der neu geschaffenen Führungsposition in München Unterföhring. Er leitete zuletzt als Managing Partner vier Jahre lang das Münchener Büro der Kommunikationsagentur Pleon. Davor war er in unterschiedlichen Management-Funktionen unter anderem für Microsoft Deutschland, Accenture und Hubert Burda Media tätig.

Überraschung: Kalthoff-Mahnke ist neuer DPRG-Geschäftsführer

Michael Kalthoff-Mahnke (51) übernimmt in der Bundesgeschäftsstelle der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Berlin ab sofort zunächst kommissarisch in Teilzeit die Aufgaben des DPRG-Geschäftsführers von Antje Kolbusa (40), die den Verband verlassen wird. Präsident Ulrich Nies schreibt dazu am 15. Mai an den Hauptausschuss: "Bitte unterstützen Sie Herrn Kalthoff-Mahnke bei dieser anspruchsvollen Aufgabe. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit und wünschen auch Frau Kolbusa für die Zukunft viel Erfolg und alles Gute." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (23) (20.KW-09)

AGENTUREN:

01: Die Kölner Agentur für Gesundheitskommunikation Publicis Health gewinnt drei Neuzugänge für ihre Units Digitale Kommunikation und PR: **Ulrich Worbs** (46), Experte für Performance Marketing, wird künftig diesen Bereich bei Publicis Health Digital verantworten und ausbauen. **Stefanie Kraus** (27) steuert als Account Managerin digitale Kundenprojekte mit Schwerpunkt auf Closed Loop Marketing und Electronic Detailing. **Christiane Rick** (30) ist als PR Consultant neu an Bord bei Publicis Health. Worbs arbeitete zuvor als Manager Indirect Sales Channels bei simyo. Kraus arbeitete als Marketing Manager unter anderem bei freenet. Rick wechselt von art tempi communications nach Köln.



komm.passion

Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

02: **Martina Hartmann** (32) unterstützt als freie Mitarbeiterin die Hamburger Beratungsagentur Laurich & Kollegen. Zuletzt arbeitete die Musikwissenschaftlerin in der PR-Beratung der Hamburger Agentur UMPR.

03: **Jana Reissen** (27) ist bei der Aachener PR- und Text-Agentur timtomtext mit den Media-Relations betraut. Die Kommunikationswissenschaftlerin war zuvor bei der Agentur mecca neue medien als Texterin und Konzepterin beschäftigt. Zudem arbeitet sie freiberuflich als Öffentlichkeitsreferentin beim Betreuungsverein der Diakonie Aachen.

04: **Ayla Melzer** (31) wechselt innerhalb Hamburgs als Beraterin zu achtung!. Sie verstärkt dort das interdisziplinäre Team für den Kunden Deutsche Bahn. Die studierte Politikwissenschaftlerin war zuvor bei synchronis Konzept & Kommunikation tätig.

05: **Philipp zu Sayn-Wittgenstein** startet am Hamburger Standort von fischerAppelt furore als Senior-Berater Online. Er war zuletzt als freier Projektmanager Online unter anderem für Scholz & Friends Interactive tätig. Zudem übernimmt **Malte Müller** als Online-Konzeptioner die Entwicklung und Betreuung von Projekten im Bereich Social-Media.

06: **Irene Nanculaf** wird Beraterin bei der Agentur Primeur in Zürich (CH). Sie blickt auf eine langjährige Karriere als Marketing Manager bei Motorola (Schweiz) zurück, dort war sie für die

Planung und Umsetzung der Marketingstrategie für die Schweiz verantwortlich.

07: **Bettina Emmenegger** (38) wird am 1. Juni neue Leiterin des Bereichs PR und damit Mitglied der Geschäftsleitung der Agentur freicom in St. Gallen (CH). Die studierte Betriebswirtin war zuvor fünf Jahre lang Leiterin der Informationsstelle der HSR Hochschule für Technik Rapperswil. Emmenegger übernimmt die Nachfolge von **Marc Reinhardt**, der als Leiter Kommunikation zum Konzertveranstalter Good News wechselt.

08: **Margery Kraus** (62), Präsidentin und CEO von APCO Worldwide, Washington DC wurde auf der diesjährigen Gala der Holmes Group in New York mit dem SABRE Award für herausragende persönliche Leistung ausgezeichnet. Diese Auszeichnung, die außergewöhnliche Leistungen von Public Relations Persönlichkeiten würdigt, wurde 2008 neu eingeführt. Insgesamt wurden zehn Persönlichkeiten geehrt.

UNTERNEHMEN:

09: Das Energieunternehmen Vattenfall Europe hat zwei erfahrene Kommunikatoren am Hauptsitz in Berlin verpflichtet. Zum 1. Juni übernimmt **Stefan Müller** (40) die Leitung der externen Kommunikation. Einen Monat später folgt **Andreas Parchmann** (46) als Verantwortlicher für die interne Kommunikation. Müller ist seit Juli 2008 als Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei Fujitsu Siemens Computers, München, tätig. Parchmann ist seit 2005 Global Head of Internal Com-

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!

munications bei Royal Philips Electronics.

10: **Friederike Herrfurth** (47) leitet als Associate Director Business Communications die Produktkommunikation bei Bristol-Myers Squibb in München. Sie verfügt über eine 20-jährige Erfahrung in der Gesundheitskommunikation und war unter anderem in leitenden Funktionen in den Agenturen Publicis Health, Edelman und Pleon tätig. Zuletzt leitete Herrfurth bei Roche Diagnostics die Kommunikation für Deutschland sowie für die EMEA-Region.

11: **Matthias Wipf** (36) ist neuer Mediensprecher der Helsana-Versicherungsgruppe in Zürich(CH) und folgt damit auf **Thomas Lüthi**. Der promovierte Historiker war bisher als Projektleiter bei Axel Springer Schweiz für die Konzeption von Fachtagungen in den Bereichen Politik und Verwaltung, Management und Leadership sowie Corporate Communications zuständig.

12: **Reto Kormann** (43) wird ab 1. Jun als Unternehmenssprecher der Schweizerische Bundesbahnen (SBB) in Bern (CH) für die Deutschschweiz tätig. Er absolvierte in den frühen 80er-Jahren seine Lehre als Betriebsdisponent bei der SBB und ist seither für das Unternehmen tätig, zwischenzeitlich mit PR-Berater-Diplom. Kormann löst **Roland Binz** ab, der nach über achtjähriger Sprechertätigkeit ausscheidet.

13: **Athanasios Drougias** (38) übernimmt am 1. August die Aufgaben des Unternehmenssprechers der Barmer Ersatzkasse in Wuppertal, er

folgt auf **Susanne Uhrig**, die in den Ruhestand geht. Der Politikwissenschaftler kommt vom Marburger Bund in Berlin, wo er über vier Jahre Leiter Verbandskommunikation war.

14: **Rüdiger Kubald** (41) unterstützt die Pressestelle bei freenet in Büdelsdorf als Pressesprecher mobiles Internet und Produkte. Er bringt langjährige Erfahrungen aus der Mobilfunkbranche mit, er war auf Agenturseite als Account Director für die Kommunikation von debitel und die Talkline zuständig. Vor seinem Wechsel war Kubald als Account Director und Teamleiter bei ad publica Public Relations in Hamburg tätig.

15: **Stephan Jaekel** (39) übernimmt bei Stage Entertainment in Hamburg die Aufgaben des Pressesprechers und bekommt damit die Gesamtverantwortung für die Produkt- und Unternehmenskommunikation. Bisher war er im Unternehmen Leiter der Unternehmenskommunikation.

MEDIEN:

16: **Ines Thomas** (28) übernimmt ab Juni die Leitung der Unternehmenskommunikation im Condé Nast Verlag in München. In ihrer neuen Position als Pressesprecherin verantwortet sie die Verlags-PR sowie die Kommunikation für die Magazine und das Internet-Schwesterunternehmen CondéNet. Thomas kommt von der PR-Agentur Pleon, wo sie als Consultant auch den Condé Nast Verlag auf Agenturseite bereits seit rund drei Jahren beriet.

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!

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

17: **Axel Schmidt** (37) rückt in den Vorstand von consulting @ eschborn.net auf. Die Mitglieder des Beraternetzwerks im Rhein-Main-Gebiet haben den Inhaber der Bad Vilbeler Kommunikationsagentur PRMS in einer ordentlichen Versammlung für drei Jahre in den Vereinsvorstand gewählt. Zu seinen Aufgaben gehört unter anderem die Leitung des Arbeitskreises Marketing.

18: **Stefanie Severin** übernimmt zum 1. Juni die Nachfolge von **Thomas Dreesen** als Vorstand des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV) in Berlin. Dreesen, der sich zukünftig verstärkt wissenschaftlichen Projekten widmen möchte, wird dem Verband weiter als Beauftragter für Kommunikation und Public Affairs zur Verfügung stehen. Severin unterstützt das Team bereits seit August 2008 in den Bereichen Finanzen, Produktentwicklung und Event-Management.

19: **Wolfgang Kothen** (43) wurde an der privaten Fachhochschule des Mittelstands (FHM) zum Professor für Medienwirtschaft/Medienmanagement ernannt. Er ist seit Oktober 2008 als Hochschullehrer an der FHM in Bielefeld und Köln tätig und wird nun als Professor den Fachbereich Medien verstärken.

20: **Matthias Müller** (49) ist neuer stellvertretender Leiter Presse und Information beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in Berlin. In dieser neu geschaffenen Position wird er für die Bereiche Unfall und Schaden verantwortlich sein. Zuvor war Müller vier Jahre im Wirtschaftsressort der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ tätig.

21: **Patrick Tschan** wurde vom Vorstand der GGG Gesellschaft für das Gute und Gemeinnützige Basel (CH) zum Kommunikationsbeauftragten gewählt. Tschan war bisher als selbstständiger Kommunikationsberater in der Privat-

wirtschaft sowie im Kultur- und Bildungsbereich tätig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Knut Peters** (49) ist neuer Regierungssprecher in Schleswig-Holstein. Ministerpräsident Peter Harry Carstensen (CDU) berief den Journalisten zum [Nachfolger von Christian Hauck](#). Der ehemalige NDR-Redakteur Peters war von 2007 bis 2008 als ziviler Medienberater im Nato-Hauptquartier im afghanischen Kabul tätig. Zuletzt arbeitete er für die Berliner Kommunikationsagentur Gafron Media.

23: **Joachim Wuermeling** (48) und **Silke Kaul** (39) sind die ersten Sprecher des neuen Politnetzwerks "Europa-Professionell - die Hauptstadtgruppe der Europa-Union" und damit Teil des neu gewählten neunköpfigen Vorstandes, der sich gemeinsam die Stärkung des Europapolitik-Standortes Berlin zum Ziel gesetzt hat. Wuermeling, ehemaliger Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium (2005 - 2008), ist Mitglied der Hauptgeschäftsführung, Europa, Handelspolitik des Gesamtverbands der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Kaul ist Referentin im Bundesfinanzministerium.

Etats**Fink & Fuchs PR berät Epson in der Kommunikation**

Epson Deutschland in Meerbusch hat den Kommunikationsetat neu vergeben und sich in einem mehrstufigen Auswahlverfahren für Fink & Fuchs Public Relations entschieden. Die Wiesbadener PR-Agentur für Technologiekommunikation wird Epson in strategischen Fragen beraten und für die Umsetzung aller PR-Maßnahmen in sämtlichen Produkt- und Unternehmensbereichen in Deutsch-

land zuständig sein. Gleichzeitig wird Fink & Fuchs PR auch als Leadagentur für Österreich und die Schweiz fungieren.

Etats compact (14) (20.KW-09)

01: Plus.line, Frankfurt am Main
was: *Pressearbeit*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

02: moree, Düsseldorf
was: *Pressearbeit*
an: **Thalau : PR**, Bremen

03: OKI Systems Deutschland, Düsseldorf
was: *Strategische Medienarbeit, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und Schweiz*
an: **Octane-PR (Lewis Global PR)**, Düsseldorf

04: HaarWerk, Frankfurt am Main / München
was: *Pressearbeit für die Wohltätigkeits-Gala 2009*
an: **S&L Medianetwork**, München

05: NTT Europe Online, Neutraubling
was: *PR-Etat des Web-Hosters Verio*
an: **PR-Com**, München

06: ABC Holiday Plus, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **Wilde & Partner**, München

07: Orgavision, Berlin
was: *Unterstützende PR-Arbeit*
an: **Storymaker**, Tübingen

08: Deutsche Chefaro Pharma, Waltrop
was: *B2B-Etat für das Anti-Schnarchmittel Silence*
an: **Edelman**, Frankfurt am Main

09: VibuOnline.de, Wilhelmshaven
was: *europaweite Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR-Agentur PR4YOU**, Berlin

10: Heideblume Molkerei, Elsdorf-Rotenburg
was: *Marken- und Produkt-PR, PR zum 100-jährigen unternehmensjubiläum*
an: **Public:News**, Hamburg

11: Merck, Darmstadt
was: *Neues Online-Magazin "M - Das Entdeckermagazin"*
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

12: Bristol-Myers Squibb - Deutsche Leberstiftung - Deutsche Leberhilfe, München - Essen - Köln
was: *crossmediale Aufklärungskampagne über Hepatitis am Welt-Hepatitis-Tag*
an: **Pleon Healthcare**, München

13: Selbsthilfeorganisation Mukopolysaccharidosen (MPS), Aschaffenburg
was: *Pressearbeit und strategische Medienarbeit für die Kinderkrankheit MPS (pro-bono!)*
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart#

14: Fashion Box Industries, Venedig (IT)
was: *Public Relations für das Jeans-Label Replay in der Schweiz*
an: **Flowcube Communications**, Zürich (CH)

Branche

Regeln und Anforderungen an interplanetare Kommunikation

Es ist schon schwer genug, mit Angehörigen der eigenen Nationalität zu kommunizieren. Doch was passiert, wenn man auf einmal Außerirdischen begegnet? Welche Regeln und Anforderungen an interplanetare Kommunikation gibt es? Mit dieser

Frage beschäftigt sich das Interview mit dem Freiburger Soziologen Michael Schetsche, das die Agentur Storymaker geführt hat. Eine Metapher auf die Dinge, die uns fremd erscheinen. [Mehr darüber im neuen Newsletter](#) der PR-Agentur aus Tübingen.

Trendbüro Werte-Index – Gesellschaftlichen Wertewandel erkennen

Die Politik mahnt Gerechtigkeit für jeden ein. Das Marketing predigt Authentizität als Königsweg für das 21. Jahrhundert. Der 14. Deutsche Trendtag widmet sich den Werten Gemeinschaft und Anerkennung. Politik, Unternehmen, Medien und Interessensvertreter vertreten, besetzen und verbreiten Werte. Doch wie beurteilen eigentlich die Konsumenten solche Werte für sich selbst? Welchen Stellenwert hat Gerechtigkeit im Jahr des großen Finanzcrash? Warum wird Anerkennung für den User in der Netzwerkökonomie immer wichtiger? Und was verbinden Konsumenten eigentlich mit Authentizität? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (20.KW-09)

01: 29 Gold-Awards vergaben die drei Fachjuries beim 17. **COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication** (2008: 36). Weitere 120 Einreichungen kamen in die Shortlist. Die Preise wurden am 15. Mai erstmals in Berlin vor rund 500 Gästen verliehen. Insgesamt hatten die drei Fachjuries 342 Wettbewerbsbeiträge (2008: 417) aus Deutschland (301), Österreich (31) und der Schweiz (10) zu bewerten.

02: **Sachsens Staatsregierung hat für Öffentlichkeitsarbeit und Marketingmaßnahmen 2008 insgesamt 5,6 Millionen Euro ausgegeben.** Das sind 1,8 Millionen Euro mehr als 2007,

wie aus mehreren Antworten von Staatskanzleichef Johannes Beermann (CDU) auf Anfragen des Landtagsabgeordneten Heiko Hilker (Linke) hervorgeht. Der größte Einzelposten 2008 war demnach die Imagekampagne "Pack Dein Studium. Am Besten in Sachsen". Die dafür veranschlagten knapp 776 000 Euro würden indes aus Bundesmitteln finanziert, hieß es. Mit der Kampagne soll der Anteil der Studenten aus den alten Ländern im Freistaat Sachsen erheblich erhöht werden.

03: Nachhaltige Unternehmensführung wird immer wichtiger. Somit gewinnt das **Thema Corporate Social Responsibility (CSR) auch in der Unternehmenskommunikation stark an Bedeutung.** Insbesondere im DAX, dem Börsenindex der deutschen Blue Chips, haben sich CSR-Reports als Publikationsform etabliert. Dies zeigt die aktuelle Studie der auf Investor Relations und Public Relations spezialisierten black•point communications, Hagen. Von den 30 im DAX gelisteten Unternehmen legen demnach 27 ein entsprechendes Rechenschaftswerk auf.

04: **Ketchum und Ikea gewinnen mit der Kampagne „Man Lives in IKEA“ den begehrten Platinum SABRE Award zum zweiten Mal in Folge** – für diese Kampagne wurde Ketchum bereits im März mit dem PRWeek Award für die beste Kampagne des Jahres geehrt. Zusätzlich gewann Ketchum vier Gold SABRE, zwei Silber SABRE sowie einen Bronze SABRE für herausragende Kundenarbeit. Diese neuerlichen Award-Gewinne unterstreichen die Marken-Kompetenz von Ketchum und den Fokus der Agentur für internationale Marken. Ketchum, eine der Top-10-Agenturen weltweit, spezialisiert sich zunehmend auf Unternehmen, die vor globalen Kommunikationsaufgaben stehen.

Medien

Lobo: "Das ganze Web 2.0 ist ein Hype"

Sascha Lobo ist der unumstrittene Star der deutschen Web-Szene: Der 34-jährige Berliner besitzt nach "Spiegel Online" die meisten Follower bei Twitter, einige der meistbeachteten Blogs der deutschen Internetlandschaft und hat zwei erfolgreiche Bücher veröffentlicht ("Wir nennen es Arbeit" und "Dinge geregelt kriegen"). "Meedia" sprach mit Lobo am Rande der Next09-Tagung über seinen Aufstieg, die weiteren Pläne und die Nachhaltigkeit von Internet-Hypes wie Twitter und Facebook.

Das "Meedia"-Interview mit dem Star-Blogger Lobo [hier online weiterlesen](#).

Medien compact (9) (20.KW-09)

01: Bayer hat auf der Hauptversammlung am 12. Mai in Düsseldorf erstmals den neuen Unternehmensfilm vorgestellt. "Elemente der Faszination" lautet der Titel der sechsminütigen Produktion. Spektakuläre Bilder vermitteln, wie das Erfinder-Unternehmen schon heute an Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft arbeitet. "Unsere Forscher stehen im Mittelpunkt des Films. Sie sind es, die aus den Elementen der Natur neue Lösungen erschaffen. So wird erlebbar, was unser Slogan prägnant auf den Punkt bringt: Bayer - Science For A Better Life", erläutert Michael Schade, Leiter der Unternehmenskommunikation von Bayer, das Konzept. Der Film wird ab sofort in neun Sprachen eingesetzt ist und im Internet unter www.imagefilm.bayer.com zu sehen.

02: BBDO Consulting-Studie: Krise verändert Kundenerwartungen nachhaltig. Managementberatung untersucht Auswirkungen der Krise auf

Wertvorstellungen und Kundenerwartungen: 65% der Befragten halten die deutsche Gesellschaft für profitorientiert, 57% wünschen sich mehr Glaubwürdigkeit, 95% erwarten vom idealen Unternehmen "Zuverlässigkeit" Wandel von Profitmaximierung hin zu einem "human capitalism" erfordert unternehmerisches Umdenken entlang der gesamten Wertschöpfungskette presseportal.de

03: Studie: Die Hälfte der Fachmedien setzt online bereits auf Bewegtbild, aber noch nicht konsequent genug. Deutschlands führende Fachmedien entdecken die bewegten Bilder im Web: Nach einer aktuellen Erhebung bietet bereits die Hälfte der untersuchten Angebote Videos auf ihren Seiten an. Die infotainweb AG aus Unterföhring bei München analysierte Anfang Mai 30 führende Online-Fachmedien aus elf Branchen mit insgesamt über 10 Mio. Visits und über 36 Mio. Page Impressions (IVW März/2009). infotainweb.com

04: Absage an die Paid Content-Modelle der Verlage. Paid Content ist kein wirksames Instrument, um im Internet Geld zu verdienen. Die deutschen Verlage sind weiter auf der Suche nach Finanzierungsmodellen und erteilen bezahlten Inhalten eine Absage. So lautet das Fazit einer Diskussionsveranstaltung von news aktuell in Frankfurt. Mehr als 200 Kommunikationsfachleute kamen gestern zum media coffee der dpa-Tochter ins Museum für Kommunikation. Moderiert wurde der Abend von Medienautor Kai-Hinrich Renner vom Hamburger Abendblatt. presseportal.de

05: ARD und ZDF wollen Produkt-Beistellung nutzen. ARD und ZDF wollen auf bezahlte Produktplatzierungen verzichten, reklamieren für sich aber das Recht, Produkt-Beistellungen kostenfrei in ihre Sendungen aufzunehmen. Dies verlautete am 12. Mai aus dem Länderkreis mit Blick auf eine gemeinsame Bund-Länder-Anhörung zum vorliegenden Entwurf eines 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrags (RfÄndStV), die für den 20. Mai in der Staatskanzlei Mainz geplant ist. epd.de

06: "Klappe 2009" vergeben: Der interdisziplinäre Berufsverband der Kommunikationsbranche in Deutschland, der Kommunikationsverband, hat in Hamburg die begehrten Auszeichnungen für die Bewegtbild-Kommunikation vergeben. Insgesamt wurden 40 Beiträge, 1-mal Gold, 15-mal Silber und 24-mal Bronze, in 10 Kategorien ausgezeichnet. Die Jury unter dem Vorsitz von Martin Schmid hatte aus 300 Einreichungen eine Entscheidung zu treffen. Gegenüber dem Vorjahr musste ein Rückgang der Einreichungen verzeichnet werden, der aber nicht nur allein auf die Finanz- und Wirtschaftskrise zurück zu führen ist. Die goldene Klappe ging in der Kategorie TV an: "Imagination" von HEIMAT/trigger happy productions (Hornbach Baumarkt AG).

kommunikationsverband.de

07: Studie der DAK - Werbung treibt Jugendliche zum Komasaufen. Beunruhigende Ergebnisse: Eine Studie zeigt, dass Werbung mehr Einfluss auf Jugendliche hat als viele glauben. Die Befragung des Kieler Instituts für Therapie- und Gesundheitsforschung belegt den Zusammenhang: Je mehr Alkohol-Werbung die Teenager sehen, desto mehr trinken sie auch. Werbung für Wodka, Tequila und Co. kann Teenager zu Saufgelagen verführen. Junge Leute trinken nach einer Studie für die Krankenkasse DAK mehr Alkohol, wenn sie regelmäßig TV-Spots oder Plakate für Bier oder Schnaps sehen. sueddeutsche.de

08: Deutsche Firmen hegen im internationalen Vergleich die stärksten Bedenken gegen die Nutzung sozialer Medien im Unternehmen. Das ergab eine von AvanaDE initiierte Umfrage unter 541 internationalen Führungskräften, darunter 22 Managern aus Deutschland. Zu Social Media zählen beispielsweise Web-Gemeinschaften wie Facebook.com, LinkedIn.com oder Xing.com. Laut Studie äußerten alle deutschen Befragten Sicherheitsbedenken gegenüber sozialen Medien. Insgesamt waren 76 Prozent der Studienteilnehmer dieser Meinung. Auch die

Angst vor unerprobten Techniken ist in Deutschland offenbar am größten: Während darin 80 Prozent der hiesigen Firmenlenker ein weiteres Bedrohungspotenzial sehen, teilen weltweit nur 58 Prozent diese Bedenken.

09: CSR verliert in Medienberichten drastisch an Bedeutung. Das Thema Corporate Social Responsibility spielt in der Unternehmens-Berichterstattung meinungsbildender deutscher Medien eine zunehmend geringere Rolle. Dies ergab eine von Media Tenor durchgeführte Langzeit-Analyse. Insgesamt wurden zwischen Januar 2005 und März 2009 in den Politik- und Wirtschaftsteilen von 20 deutschen Meinungsführermedien 160.396 Passagen untersucht. Meldungen mit dem Thema CSR hatten ihren Höhepunkt im Jahr 2007 und sind dem gegenüber Anfang 2009 um mehr als 50 Prozent zurückgegangen. Die Zahl der CSR-Meldungen liegt heute unter der des Jahres 2005. csr-news.net

Services + Tipps

Cision mit neuer Version des Kommunikationsportals CisionPoint

Kommunikation wird immer schneller – beschleunigt durch die rasante Entwicklung im Internet. Damit wachsen in Unternehmen und Organisationen die Ansprüche an ein integriertes, intelligentes Informationsmanagement. Die Antwort darauf gibt Cision, Kornwestheim mit der neuen Edition von CisionPoint, die ab 18. Mai für Kunden verfügbar ist und über ein verbessertes, noch nutzerfreundlicheres Oberflächendesign verfügt. Im Mittelpunkt steht die neue eNews-Funktionalität, über die Kunden Ihre Suchbegriffe selbst eingeben können und das Suchergebnis unmittelbar erhalten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Monster Employment Index für April im Überblick

Nach einem Anstieg im Februar verzeichnet der Online-Stellenmarkt in Deutschland im März und April wieder einen leichten Abschwung. So geht der Monster Employment Index um weitere fünf von 121 auf 116 Punkte zurück, bedingt durch die anhaltende Rezession der deutschen Wirtschaft und die steigende Zahl der Arbeitslosen sowie zurückhaltende Rekrutierungsaktivitäten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (5) (20.KW-09)

01: „Public Relations – Die besten Tricks der Medienprofis“. Eines der erfolgreichsten PR-Fachbücher erscheint in der zweiten Auflage.

Ein komplett neues Kapitel widmet sich dabei dem Thema Social Media und Online-PR. Willkommen im 21. Jahrhundert: Meinungsbildung findet über Tausende von Kanälen statt, in Foren und Blogs, Wikis und Videos. Die Konsequenzen für Public Relations könnten nicht dramatischer sein. Nicht nur die Zahl der Medien hat sich vervielfacht, auch die Möglichkeiten für PR-Leute sind geradezu explodiert. Doch angesichts von Web 3.0, Blogs, Twitter & Co. fragen sich viele PR-Profis, wo konkret der Nutzen der neuen Medien liegt – wie sich beispielsweise Social Media effektiv in die PR-Arbeit und den Marketing-Mix integrieren lässt. *Hajo Neu, Jochen Breitwieser: "Public Relations - Die besten Tricks der Medienprofis"; BusinessVillage, Göttingen 2009, 2. Auflage; 118 Seiten; ISBN 978-3938358-93-1; Preis: 21,80 Euro.*

02: Die Veröffentlichung von Pressemitteilungen im Internet ist ein wichtiger Baustein der Online-PR und kann einen wesentlichen Beitrag zu einer besseren Sichtbarkeit in den Suchmaschinen leisten. Ein **neues Whitepaper von PR-Gateway** erläutert, welche speziellen **Anforderungen die**

neuen Medien an den Inhalt und die Gestaltung von Online-Pressemitteilungen stellen und wie sich Pressearbeit strategisch für eine bessere Reichweite in den Suchmaschinen einsetzen lässt. Das neue Whitepaper ist kostenlos unter der folgenden Adresse erhältlich: www.pr-gateway.de/white-papers.

03: Vor dem Hintergrund der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise finden derzeit auch in Deutschland grundlegende strukturelle und gesellschaftliche Veränderungen statt. Die Grundbedürfnisse der Kunden und damit auch ihre Erwartungen an Unternehmen, Institutionen und Marken verändern sich nachhaltig. Dies ist das zentrale Ergebnis einer Studie der internationalen Strategieberatung BBDO Consulting, die im Rahmen einer repräsentativen Befragung die Auswirkungen der Krise auf die Wertvorstellungen der Bevölkerung, die Kundenerwartungen an das ideale Unternehmen sowie die Kundenerwartungen im Finanzdienstleistungssektor untersucht hat. (Infos: www.bbdo.de)

04: 62 Prozent der Investor-Relations-Manager börsennotierter Unternehmen erwarten so gut wie keinen Einfluss des Konjunkturprogramms der Bundesregierung auf die Finanz- und Ertragslage ihres Hauses. Das ist das Ergebnis des aktuellen Finanzmarkt-Trendmonitors, der regelmäßig von news aktuell, CAT Consultants, Handelsblatt und Faktenkontor erhoben wird. Damit weicht die Einschätzung der Unternehmen deutlich von der Bevölkerungsmeinung ab: Mehr als 60 Prozent der Bundesbürger finden die Krisenstrategie der Politik richtig.

05: Mehr Schutz vor lästigen Werbeanrufen: Bundesrat stimmt für Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung. Der Bundesrat hat am 15. Mai grünes Licht für das [Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes bei besonderen Vertriebsformen](#) gegeben. Danach werden künftig Verstöße gegen das Verbot

unerlaubter Werbeanrufe mit Strafen von bis zu 50.000 Euro geahndet. Call Center dürfen ihre Rufnummer nicht mehr unterdrücken, sonst drohen bis zu 10.000 Euro Geldbuße. Nach dem Gesetz können Kunden zudem aus Verträgen leichter wieder aussteigen. Weitergehende Forderungen der Länder hatten keinen Eingang in das Gesetz gefunden.

Termine + Tagungen

Termine compact (4) (20.KW-09)

01: Bitte vormerken: **Kommunikationskongress 2009**: Europas größte Kommunikationsfachtagung am 10. und 11. September in Berlin. Veranstalter: Bundesverband deutscher Pressesprecher und Branchenmagazin "pressesprecher". Das vielfältige und interessante Programm liegt jetzt vor: www.kommunikationskongress.de.

02: Markus Walter, Geschäftsführer der PR-Agentur Walter Visuelle PR in Wiesbaden gestaltet am 19. Juni in Berlin das **depak-Seminar "Die Macht der Bilder - Erfolgsfaktor Visualisierung"**. Infos und Anmeldung: www.depak.de/seminare/Die-Macht-der-Bilder-Erfolgsfaktor-Visualisierung/161.

03: Wie können Unternehmen das Potenzial der Innovationskommunikation ausschöpfen? Wie müssen Innovations- und Kommunikationsprozesse ineinander greifen, um Firmen in Zeiten von Open Innovation wettbewerbsfähig zu machen? Diesen Fragen widmet sich am 10. Juni in Köln die **Veranstaltung "Innovation meets Communication"**: Z_punkt The Foresight Company und facts+fiction, Agentur für Live-Kommunikation, entwickeln mit den Teilnehmern in einem Workshop konkrete Lösungsvorschläge. Infos: www.zpunkt.de/innovationmeetscommunication.html.

04: Im deutschen Superwahljahr 2009 bietet das Web 2.0 Plattformen für Massen- und interpersonale Kommunikation, für politische Public Relations und partizipatorische Graswurzelbewegungen. Das **21. medienforum.nrw** (22.-24.06.2009) greift diese aktuellen Prozesse auf und bietet gleich mehrere spannende Expertenrunden, die sich damit beschäftigen, wie die digitalen Medien Politik und politische Kommunikation verändern. Infos: www.medienforum.nrw.de.

Ausbildung + Seminare

Neues DAPR-Tagesseminar: Erfolgreich als PR-Berater

Am 4. Juni veranstaltet die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations in der Frankfurter Kommunikationsagentur A&B ONE das Seminar „Erfolgreich als PR-Berater in der Selbständigkeit“. Dozenten sind Jürg W. Leipziger, Thomas Achelis und Beate Sohl. Das neue DAPR-Seminar vermittelt, welche Anforderungen mit der Selbständigkeit eines PR-Beraters verbunden sind und geht auf Themen ein, wie zum Beispiel Tätigkeitsfelder der PR-Beratung, Definition des eigenen Geschäftsfeldes und Angebots, „Preise, Honorare und Rechnungsstellung“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Führungsstruktur bei der PZOK

Die Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) gibt sich ab 1. Juli eine veränderte Führungsstruktur: Neuer Geschäftsführer wird Peter Gerlach, Lea Büche fungiert künftig als Geschäftsstellenleiterin und Prokuristin. Gerlachs Vorgänger Holger Sievert bleibt als Akademischer Leiter mit an Bord. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (4) (20.KW-09)

01: Kommunikations-Controlling hilft, zu planen, zu steuern und zu argumentieren. Anhand von Kennzahlen dokumentiert es den Beitrag der Kommunikation zum ganzheitlichen Unternehmenserfolg. Das AFK Seminar C1 – Crashkurs Kommunikations-Controlling, am 30. Juni in Oberursel, zeigt den Teilnehmern, wie sie individuelle Kennzahlen für ihr Unternehmen finden. Weitere Termine und Infos: www.afk-online.com.

02: E-Mails, Briefe, Mailings Memos, Texte für Online-Medien oder Flyer – der Arbeitsalltag ist voll von schriftlicher Kommunikation. Vieles davon geht an der Zielgruppe vorbei. Um Kunden, Mitarbeiter, Vorgesetzte oder wichtige Opinionleader anzusprechen, Ihnen die Inhalte verständlich zu vermitteln und sie so zum Handeln zu bewegen, braucht es Übung. Das AFK-Seminar S4 – Schreibwerkstatt: überzeugend texten, vom 28. bis 29. Juli in Oberursel bei Frankfurt, trainiert treffende Sprache und klare Struktur. Es gibt Grundregeln und Tipps für überzeugende Texte, die beim Leser Wirkung zeigen. Weitere Termine und Infos: www.afk-online.com.

03: Im Rahmen der PR-Lectures Sommersemester 09 der macromedia hochschule für medien und kommunikation in München informiert Martin N. Beeko Amnesty International Deutschland am 3. Juni über "**Amnesty International - internationale Kommunikation** zwischen grassroot-activism und koordinierter Orchestrierung". Infos: www.macromedia.de.

04: Die **Akademie für Pressearbeit - Pressada** in Bremen startet im Herbst mit einer kompakten "Ausbildung Pressearbeit" mit Seminaren und Workshops. Leitung: Viola Falkenberg. Infos: www.akademie-pressearbeit.de.

Das PR-Interview

Interview 10: Multimedial aufstellen!

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](#)

Das PR-Interview mit Michael H. Spreng zu den Fähigkeiten von Politikberatern und dem Profil der Kandidaten.

PR-Journal: Welche besonderen Fähigkeiten muss man als Wahlkampfstrategie mitbringen?



Michael H. Spreng: Wichtig ist, dass man als Berater Politik nicht aus der Sicht des Politikers, sondern aus der Sicht des Wählers sieht. Die Wünsche, Träume und wirklichen Interessen der Wähler muss der Berater dem Politiker zurückspiegeln.

Ein anderer Punkt ist die Vermittlung einer einfachen, bilderreichen Sprache. Barack Obama erzählt über die geplante Gesundheitsreform am Beispiel der Krankheit und des Todes seiner Mutter. Unsere Politiker hingegen verständigen sich oft in einer beamtenhaften, floskeldurchsetzten Sprache. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Ryanair! - oder: Wie trete ich meine Kunden mit Füßen?

Vor wenigen Wochen haben europaweit sämtliche Medien (TV, Radio, Internet und Presse) über die Pläne von Michael O'Leary, dem Boss von Ryanair, berichtet, dass in Zukunft die Benützung der Toiletten nur noch gegen Gebühr möglich sein soll. Zwischenzeitlich hat O'Leary gestanden, dass es sich um einen Spass gehandelt hat. - Ob sich mit dieser Aktion Kunden gut behandelt fühlen und man diese so auch binden kann, wage ich zu bezweifeln. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Handbuch Kommunikationsmanagement

Zukunftsfähigkeit richtig kommunizieren

Im Wandel von der Produktions- zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft hat die Bedeutung von immateriellen Werten auch in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) stark zugenommen. In der traditionellen Unternehmensberichterstattung bleiben solche Werte wie z.B. besondere Mitarbeiter- oder Führungskompetenzen, stabile Kundenbeziehungen oder interessante Innovationspotenziale jedoch weitgehend unberücksichtigt. Gerade in der Kommunikation mit Banken sind solche immateriellen Erfolgsfaktoren aber mittlerweile entscheidend, da sie eine wesentliche Aussage über die Zukunftsfähigkeit und damit die Kreditwürdigkeit eines Unternehmens machen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Das perfekte Konzept - Die fünf Probleme

Worin liegt eigentlich das Problem bei der Erarbeitung eines Konzeptes? Warum erscheint diese Arbeit vielen Menschen so schwierig und mühselig? Warum neigen wir dazu, ihr auszuweichen oder sie vor uns herzuschieben? Und warum kommen trotz spontaner Begeisterung und anfänglichem Schwung am Ende häufig keine brauchbaren Ergebnisse heraus? Warum „versandet“ die Ausarbeitung von Konzepten manchmal irgendwo auf halber Strecke? Genau genommen, sind es fünf Probleme, die wie eine „diffuse Gemengelage“ wirken, die kombiniert oder einzeln auftreten und die den gesamten Arbeitsablauf lähmen, immer wieder abbremsen oder sogar das effektive Zustandekommen eines Resultates verhindern können. Schauen wir uns an, was dahintersteckt.

Den Artikel von Dr. Sonja Ulrike Klug [hier als PDF herunterladen](#).

Dr. Sonja Ulrike Klug: "Konzepte ausarbeiten – schnell und effektiv. Tools und Techniken für Pläne,

Berichte und Projekte." 3. Auflage, BusinessVillage 2008, 125 Seiten, ISBN 978-3938358-82-5.

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal immer mehr zweinullig

Nach dem Relaunch des Datenbankbereichs des PR-Journals (<http://datenbanken.pr-journal.de/>) haben wir weitere Service-Tools eingefügt - und damit noch mehr PR2.0 ermöglicht. Die Datenbankeinträge der Agenturen, Ausbilder und Dienstleister können jetzt bis zu acht Web2.0-Adressen anzeigen (u.a. Twitter, Xing, Blogs und YouTube). Dies ermöglicht dann eine perfekte Crossverlinkung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 18 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>

Agenturen

[Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung als Junior-Berater/in!](#)

[fischerAppelt, ziegler sucht einen Berater Finance/Lifestyle \(m/w\)](#)

[MS&L International Public Relations sucht Junior-Berater\(in\)](#)

[PR-Redakteur \(in\) für PR-Agentur in Wiesbaden](#)

[PR-Volontär/in für Frankfurt](#)

[PRpetuum sucht Verstärkung](#)

[Junior Berater/in in Kölner Agentur gesucht](#)

[Berater/in gesucht](#)

[Freier PR-Berater/PR-Texter \(m/w\) in Fürth gesucht](#)

[Volontär/in oder Praktikant/in ab sofort in München gesucht](#)

Unternehmen

[PR-Assistent/-in Online-PR](#)

[Texter \(m/w\) gesucht!](#)

Verbände (Non-Profit)

[ReferentIn für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. Mai 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.779 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 Karte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Ständige Kommentatoren:

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauke.scheben[at]gmx.de).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg
Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88 E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail:

mailto:redaktion[at]pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL:

http://www.pr-journal.de, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch, www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.