

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 208 / 27. + 28. KW 2009

## Seite 1

### 1. PRJ-Umfrage "PR-Barometer": Ethik in der Kommunikationspraxis

Das "PR-Journal" ruft zum Mitmachen auf: beim neuen Online-Serviceangebot "PR-Barometer" - ein Umfragetool für die Kommunikationsbranche. Wir machen das gemeinsam mit der Kommunikationsagentur Scheben Scheurer & Partner in Hürth bei Köln. Und nun laden wir ein zur ersten Umfrage "Ethik in der Kommunikationspraxis". Zu den sieben Fragen bitte hier klicken: [www.pr-barometer.de](http://www.pr-barometer.de). *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Der Strukturwandel der PR (und was Vodafone damit zu tun hat)

Die PR-Branche hat ein Problem. Sie starrt wie das sprichwörtliche Kaninchen vor der Schlange weitgehend regungslos auf ein Phänomen, dass sie bislang kaum verstanden hat und dessen Tragweite sie sich nicht im Ansatz bewusst ist. Die Rede ist von einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit, der die Geschäftsgrundlage des PR-Wesens mit in den Abgrund zu reißen droht.

*Tapio Liller am 8. Juli in seinem Blog "Oseon Conversations" - [hier online weiterlesen](#). Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Vodafone sucht die Generation Upload

*Über Vodafones erste Pressekonferenz mit Livestream und Facebook-Integration (am 8. Juli in Düsseldorf). An der Darbietung von Vodafone gibt es viel zu kritisieren. Und doch sehe ich vor allem eine Chance: die Möglichkeit auf ein authentischeres Miteinander. Wenn andere dem Beispiel folgen – und das hoffe ich sehr – holen sie auch uns Journalisten aus der Ecke des Gatekeepers und zwingen auch uns dazu, uns der Konversation da draußen zu öffnen, den Gespräch über unsere Texte und die Themen unserer Berichterstattung. Eben das brauchen wir dringend. Und deshalb mag ich nicht nur auf Vodafone herumtrampeln, sondern blicke nach vorn. Üben müssen wir alle dürfen. Den Blogbeitrag von Björn Sievers in "PRlen" vom 8. Juli [hier online weiterlesen](#).*

*Zur (Dokumentation der) [Vodafone-Homepage](#) mit der Online-Pressekonferenz vom 8. Juli in Düsseldorf.*

*Und **Mirko Lange** von talkabout (GPRA), München hat dazu einen guten, beachtenswerten Beitrag auf seinem Agenturblog geschrieben - mit vielen weiteren interessanten Kommentaren - [hier klicken!](#)*



## Vattenfall - erneut versagt die Kommunikation

"Diese Firma scheint nicht zuverlässig zu sein", sagte der ehemalige Umweltschutzminister Jürgen Trittin (Grüne) am 6. Juli zu Recht in einem Interview mit Spiegel.Online. Vorhergegangen waren zwei Störfälle im Kernkraftwerk Krümmel bei Hamburg - nach zweijährigen Reparaturarbeiten. Nach dem seinerzeitigen Vorfall mussten Geschäftsführung und Kommunikationsleitung ihre Posten räumen, auch weil sie den erforderlichen Aufgaben nicht gewachsen waren. Sie hatten damals schlecht kommuniziert - wie heute ihre Nachfolger. Nichts dazugelernt und kaum einsichtig. Es scheint ein Grundproblem vorzuliegen, wie man Energieunternehmen professionell führt und gegenüber der Öffentlichkeit kommuniziert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Wie das Internet den Journalismus verändert

Das Internet hat in den vergangenen Jahren den Journalismus schon kräftig verändert. Aber wohin wird die Reise weitergehen? Wir haben mit dem Medien-Experten Stephan Weichert ein Gespräch geführt über sinkende Auflagen und hasenfüßige Verleger/innen, arrogante Redakteure/innen und Blogger-Bashing sowie über das gigantische Verteilmedium Internet und den Ausstieg des Qualitätsjournalismus aus der Todesspirale.

Das Interview/den Artikel von Tobias Asmuth am 6. Juli in "fluter.de" Online-Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung [hier online weiterlesen](#).

## Personalien

### Josten-Opladen wechselt von Nokia in die Selbstständigkeit

Birgit Josten-Opladen (41), bisher Head of Communications Europe bei Nokia in Ratingen, wird eine neue Agentur für Kommunikation, Coaching und Wirtschaftsmediation in Köln gründen. Dazu hat sie Ende Juni auf eigene Initiative den Elektronikkonzern verlassen, wo sie seit 1999 tätig war. Zur Nachfolgeregelung bei Nokia ist derzeit noch nichts bekannt. Josten-Opladen verfügt aus ihrer Zeit vor Nokia über reichlich Agenturerfahrung, die sie bei Kommunikation Volker Stoltz (später Weber-Shandwick) gesammelt hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Klenk & Hoursch verbreitert Management-Spitze

**Nadine Loleit** (33), **Georg Lahme** (34) und **Daniel J. Hanke** (34) rücken in das neu gestaltete Management Team bei Klenk & Hoursch auf. Alle drei sind seit über fünf Jahren bei der Agentur für methodische Unternehmenskommunikation in

komm.passion



Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN



AUSSCHNITT

MEDIENBEOBACHTUNG

Frankfurt am Main dabei und werden nun mit Prokura ausgestattet und zu Directors befördert. Dem Management Team gehört künftig auch **Zeljka Klute** (49) an, die als Director Finance seit 2006 das Controlling der Agentur verantwortet.

### Kommunikation bei Deutz unter neuer Leitung

Der Motorenhersteller Deutz in Köln hat im Rahmen einer umfassenden Straffung der Organisationsstrukturen zum 1. Juli 2009 auch die Bereiche Marketing & Public Relations, Unternehmensentwicklung, Qualitätsmanagement und Produktplanung unter einer einheitlichen Verantwortung gebündelt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Carsten Prudents Seitenwechsel: von der "Capital"-Redaktion zur Miele-Kommunikation

Carsten Prudent (48), zuletzt Stellvertretender Chefredakteur des Wirtschaftsmagazins „Capital“ ist neuer Leiter des Bereichs Presse- und Öffentlichkeit bei Miele in Gütersloh. Vor seinem Wechsel in die "Capital"-Chefredaktion im Jahr 2006 arbeitete er 15 Jahre lang für die Redaktion des Unternehmermagazins "impulse". Sein Vorgänger Theodor Siepert (61) hat das

Unternehmen verlassen, um in den Ruhestand zu treten. Stellvertretende Leiterin des Bereichs Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist nach wie vor Reinhild Portmann.

### Personalien compact (19) (27.+28.KW-09)

#### AGENTUREN:

01: **Kerstin Seitz** (27) wird die Münchener PR-Agentur Marchsreiter Communications künftig als Junior PR-Beraterin unterstützen. Zwischen 2006 und 2008 war sie freie Mitarbeiterin für PR und Sponsoring bei FedCon und Ring\*Con. **Rudolf Inderst** (30) verstärkt als PR-Trainee das Agenturteam. Er promovierte nach seinem Magister in Politikwissenschaften und schrieb bereits als freier Autor zu verschiedenen Medienthemen für diverse Online-Plattformen. **Keren Bewersdorf** (28) wird ab sofort als weiterer PR-Trainee in München tätig sein. Sie begann ihre PR-Laufbahn im Anschluss an ihren Magister bei der Nürnberger Agentur Kundendienst03. **Florian Schmitz** (26) vervollständigt als dritter PR-Trainee die Neuzugänge bei Marchsreiter. Er startete seine Laufbahn bereits studienbegleitend im Bereich strategische Planung in der Werbeagentur DiePrinzregenten und in der Kundenberatung bei der Serviceplan-Tochter Plan.Net.

**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!](#)

02: **Hauke Brekenfeld** (37), bisher Unitleiter und **Matthias Bischof** (40), bisher Seniorberater, gehören zur erweiterten Geschäftsleitung der Berliner Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer (GPRA). Der Industriekaufmann und Diplom-Kommunikationswirt Brekenfeld war bei McCann-Erickson und frogdesign tätig, bevor er im Juni 2005 zunächst als Projektleiter zu J + K kam. Der Werbekaufmann Bischof kam im Oktober 2008, nach Stationen u. a. bei Raiko Kommunikation und Molthan van Loon, als Seniorberater Change Communications zu J + K.

03: **Silke Bäck** ist neue PR-Beraterin der Hamburger Agentur für Public Relations PR13. Sie ist für Kunden- und Journalistenbetreuung, Konzeptentwicklung sowie Kampagnendurchführung für nationale und internationale Kunden im Games- und Lifestyle-Sektor zuständig. Bäck war zuletzt als Verlags-Chefredakteurin des Tigerpress Verlags in Hamburg tätig, nach Stationen als Kundenberaterin im elterlichen Unternehmen Agentur & Akademie Bäck in Kiel und in der Presseabteilung von Tom Tailor in Hamburg.

04: **Marcus Hahm** (26) verstärkt das Team von ddp-direct. Als Bereichsleiter Audio verantwortet er am Leipziger Standort den weiteren Ausbau der Dienstleistungen in den Bereichen Hörfunk-PR und Podcast. Hahm war früher mehrere Jahre als Account Manager bei directnews/Hugin in Leipzig tätig.

05: **Katinka Thiedemann** unterstützt die Göttinger Kommunikationsagentur unic als Senior-Beraterin PR und Marketing. Die studierte Historikerin, Romanistin und Kommunikationswissenschaftlerin kommt von der PR-Agentur Weber Shandwick und bringt bei unic ihre 15-jährige Berufserfahrung in den Bereichen Corporate- und Consumer Communications ein.

06: **Frank Kluge** (47) wird ab 01. August weiterer Gesellschafter und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur KircherBurkhardt in Berlin. Kluge stieß nach Stationen bei Grey und DDB im Jahr 2003 zu WPP, wo er zunächst CFO von Media-edge:cia für Deutschland, Österreich und die Schweiz war, im Jahr 2006 übernahm er die Funktion des CFO der deutschen GroupM.

07: **Alexandra Klusmann** wird Geschäftsführerin bei der Agentur Mediakontakt Laumer in Marburg. Sie gehört dem Unternehmen bereits seit dem 01.08.2000 an und ist ebenfalls Chefredakteurin des von ihr aufgebauten Portals [www.buch-pr.de](http://www.buch-pr.de).

#### UNTERNEHMEN:

08: **Petra Geratz** (38) leitet ab sofort die Bereiche Marketing und PR bei Soda-Club in Limburg. In ihre neuen Position als Head of Marketing für Deutschland und Österreich bringt sie gleichermaßen Expertise im Marketing sowie in der Pressearbeit mit und soll beide Bereiche noch enger vernetzen. Die Betriebswirtin kommt von

**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!**

# Kommunikation + Strategie

3.-5. September 2009 in München

## Intensivkurs Kommunikationsstrategie

Lernen mit den Besten bei der **MHMK Summer School 2009.**

**Mit führenden Strategie-Beratern und Pressesprechern:**

- Dr. Alexander Güttler  
komm.passion, GPRA-Präsident
- Heiko Kretschmer  
Johanssen + Kretschmer, GPRA-Vizepräsident
- Dr. Marc Langendorf  
Siemens AG, Finanz- und Wirtschaftspresse
- Klaus Lintemeier  
Deekeling Arndt Advisors in Communication
- Prof. Dr. Lars Rademacher  
MHMK, PR/Kommunikationsmanagement
- Dr. Christopher Storck  
Hering Schuppener, Vorsitzender des Arbeitskreises „Wertschöpfung durch Kommunikation“ der DPRG

Veranstalter:

macromedia hochschule für medien und kommunikation

Besonders geeignet für **PR-Berufseinsteiger, Volontäre und exzellente Absolventen aus PR und Kommunikationsmanagement.**

Die Teilnehmerzahl der Summer School ist auf 25 begrenzt! Bewerben Sie sich daher umgehend über unser Online-Formular und schildern Sie uns Ihre Motivation für die Teilnahme.

**Programm und Bewerbung**  
bis zum unter 20. August 2009 unter [www.macromedia-hochschule.de/strategy2009](http://www.macromedia-hochschule.de/strategy2009)

**Start der MHMK Master School im Herbst 2009:**  
[www.macromedia-hochschule.de/master](http://www.macromedia-hochschule.de/master)

Mit Unterstützung durch:

Maxxium in Wiesbaden, wo sie zuletzt als Marketing Manager Strategic Planning & Operations tätig war.

09: **Stefan Moser** (49) ist neuer Leiter des Bereichs Marketing und Kommunikation bei Volkswagen Motorsport in Hannover. Der gelernte Journalist ist ein profunder Kenner der internationalen Motorsport-Szene. Er war fünf Jahre als Reporter in der Formel 1 tätig. Für RTL kommentiert er seit 2007 das Red Bull Air Race. Neben den Aufgaben beim Fernsehen war Moser bislang für das Deutsche Tourenwagen Masters (DTM) als Reporter in der Boxengasse unterwegs.

10: **Sandra Rubart** (38) übernimmt im Rahmen ihrer Funktion als Leiterin Marketing (seit 2007) auch die Verantwortung für die Marketingkommunikation (Werbung, Messe, Online) des Lichtherstellers Osram in München. Die bisherige Stelleninhaberin **Juliane Braun** (46) fokussiert sich auf eigenen Wunsch auf ihre Aufgaben als Leiterin PR. Innerhalb der Marcom von Osram liegt die Leitung Brand Management, Werbe- und Mediakonzeption weiter bei **Alexander von Engelhardt**. Die Messeaktivitäten verantwortet **Jörg Leismüller** und **Heidi Schapperer** den Bereich Online.

11: **Swaantje Katz** (37) leitet als PR-Managerin ab sofort die Pressestelle der Bio-Supermarktkette basic in München. Vor ihrem Einstieg bei basic

verantwortete sie die Consumer PR für EMEA (Europe Middle East Africa) bei Fujitsu Siemens Computers in München. Davor war Katz PR-Beraterin der Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3.

12: **Eva Genzmer** (29, geb. Becker) verstärkt seit Anfang Juli als neue Pressereferentin den Bereich Unternehmenskommunikation der Skandia Lebensversicherung in Berlin. In dieser Funktion übernimmt sie ab sofort die Presse- und Medienarbeit der Skandia in Deutschland. Die Kommunikationswissenschaftlerin war zuletzt Account Managerin am Berliner Standort der Kommunikationsagentur fischerAppelt, wo sie über vier Jahre für die Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsstrategien verantwortlich war.

13: **Marlies Keck** (32) ist ab 1. Oktober 2009 PR-Managerin bei Ticketcorner.com in Rümlang (CH) (Deutschland: Bad Homburg) und in dieser Funktion auch als Mediensprecherin und als Chefredakteurin des Freizeิตmagazins "More" tätig. Seit 2005 und bis Ende September betreut sie als PR-Beraterin der Agentur publicum pmi in Zürich (CH) diverse Events im Kultur- und Unterhaltungsbereich. Keck folgt auf **Christoph Soltmannowski**, der Ticketcorner Ende Juli verlässt, um sich einer neuen Herausforderung als Leiter der Internen Kommunikation bei Swiss International Air Lines zu stellen. Ad interim wird bei Ticketcorner **Stefan Epli** als Mediensprecher und PR-Manager im Einsatz sein.

#### **MEDIEN:**

14: **Miriam Rönn** (38) verlässt nach fünfjähriger Zusammenarbeit Studio Babelsberg. Von 2004 bis 2008 leitete sie die Unternehmenskommunikation des Studios. Seit Anfang des Jahres verantwortete sie den Bereich Kommunikation/Public Affairs der Mehrheitsanteilseignerin der Studio Babelsberg, die FBB-Filmbetriebe

Berlin Brandenburg. Sie verlässt das Unternehmen, um sich als Beraterin für Marketing und Kommunikation selbständig zu machen. Die Leitung der Unternehmenskommunikation übernahm Ende 2008 **Eike Wolf**, der bis dahin den Bereich Investor Relations der Studio Babelsberg verantwortete.

#### **VERBÄNDE UND INSTITUTE:**

15: **Holger Sievert** (komm.passion (GPRA), Düsseldorf) übergab am 1. Juli das Amt des Geschäftsführers der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) in Berlin an **Peter Gerlach** (Media Concept (GPRA), Duisburg). **Lea Büche** wird Geschäftsstellenleiterin.

16: **Caroline Wichmann** wird Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Nationalen Akademie der Wissenschaften Leopoldina. 2003 übernahm sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Initiative Wissenschaft im Dialog, die sie bis zu ihrem Eintritt bei der Leopoldina als Pressesprecherin verantwortete.

17: **Florian Becker** (32) ist neuer Pressesprecher des Verbandes Deutscher Privatschulverbände (VDP). Der Diplom-Sozialwissenschaftler leitet die Pressestelle des Verbandes und informiert über die politischen und gesellschaftlichen Anliegen des VDP sowie über freie Bildungseinrichtungen.

18: **Oliver Grieve** (44) ist neuer Sprecher am Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Kiel/Lübeck), der Journalist ist seit dem 1. Juli mit der Leitung der Stabsstelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betraut. Bevor er die neue Position übernahm, war Grieve Referatsleiter Grundsatz, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Krankenkassenverband vdek Schleswig-Holstein und Sprecher des norddeutschen Klinikbetreibers und Touristikkonzerns Damp-Holding. Grieve folgt auf **Christian Zöllner**, der diese Aufgabe kommissarisch wahrgenommen hatte und sich nun

ausschließlich seiner Aufgabe im Projektstab und der internen Kommunikation im Sanierungs- und Strategiemanagement widmet.

### **POLITIK UND BEHÖRDEN:**

19: **Jutta Kehrer** (43) hat die Position der Leiterin des Referats Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Hessischen Landesvertretung in Berlin übernommen. Sie folgt auf Martin Blach, der die Geschäftsführung der Stiftung Kloster Eberbach übernommen hat. Kehrer kommt von SAT.1, wo sie zwölf Jahre tätig war, zuletzt als stellvertretende Leiterin der Kommunikation/PR.

## **Etats**

### **Internationales Paralympisches Komitee baut globale Zusammenarbeit mit Edelman aus**

Edelman wird auch in Zukunft das Internationale Paralympische Komitee als offizielle Full Service PR-Agentur weiter unterstützen, wie das Internationale Paralympische Komitee (IPC) heute bekannt gibt. Die Fortführung der erfolgreichen Partnerschaft knüpft damit an die seit 2006 bestehende Zusammenarbeit an, als Edelman zur ersten globalen PR-Agentur des IPCs ernannt wurde. Edelman Deutschland in Hamburg wird im Rahmen eines **Pro-Bono** Engagements weiterhin den internationalen Dachverband der paralympischen Bewegung mit Sitz in Bonn unterstützen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Sony Professional beauftragt Pleon mit Öffentlichkeitsarbeit und Produktkommunikation**

Frischer Wind in der Marketing- und Kommunikationsabteilung bei Sony Professional Deutschland: Der Geschäftsbereich von Sony Deutschland für B2B-Produkte arbeitet seit 1. Juli in Deutschland mit Pleon (GPRA), Düsseldorf zusammen. Die Agentur für Kommunikationsberatung ist ab sofort für die Öffentlichkeitsarbeit der Profi-Sparte von Sony zuständig und übernimmt die Produkt-PR für die Sparten Broadcast & Professional A/V, Business- und Heimkino-Projektoren, Videoüberwachung, Videokonferenz, Healthcare, Public Displays sowie Digital Signage. Pleon betreut den Account von seinem Standort in Stuttgart aus.

### **Faktor 3 spricht für Online-Vermarkter OMS**

Die Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3 (GPRA) übernimmt ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der OMS Online Marketing Service mit Sitz in Düsseldorf. OMS ist der Verbund der Onlineseiten der deutschen lokalen und regionalen Tageszeitungen und Online-Vermarkter von hochwertigen Nachrichtenangeboten und redaktionellen Umfeldern mit regionaler Verankerung. Zentrale Aufgabe der von Faktor 3 ist es, den im Mai 2009 gestarteten Online-Vermarkter in der On- und Offline-Welt zu positionieren und erfolgreich am Markt zu etablieren.

### **Etats compact (40) (27.+28.KW-09)**

01: Alpine Electronics, München  
 was: *Pressearbeit für den Soundday von X Dream Car Audio*  
 an: **IKmedia**, Schwabach

02: Moderator Kena Amoa, Köln  
was: *Management und die Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **redcarpet pr**, Berlin

03: Luxury Label Berlin  
was: *PR-Etat der Kosmetiklinie belimarin*  
an: **ZPR**, Hamburg

04: Uvex, Fürth  
was: *Relaunch der Mitarbeiterzeitung*  
an: **kompagnero**, Nürnberg

05: Fiducia IT, München  
was: *Go-To-Market-Strategie für neuen Tarif von VR-Web*  
an: **Fleishman-Hillard**, München

06: JT Touristik, Berlin  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland beauftragt.*  
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

07: Gameforge, Karlsruhe  
was: *PR-Etat für die europaweite Produkt- und Unternehmens-PR*  
an: **Marchsreiter Communications**, München

08: Eventagentur circ, Wiesbaden  
was: *Einsatz der Agentursoftware ConAktiv*  
an: **Connectivity**, Mannheim

09: Amalthea van Dijk Deutschland, Meerbusch  
was: *Produkt- und Vertriebs-PR*  
an: **Public Relations v. Hoyningen-Huene** (GPRA), Hamburg

10: Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit (LGL), München  
was: *Entwicklung, Umsetzung und Ausführung einer Wanderausstellung zum Thema „Chemikalienkennzeichnung“*  
an: **brandarena**, Ismaning

11: Deutsche AIDS-Stiftung, Bonn  
was: *Medien- und Pressearbeit für die AIDS-Gala*

Köln 2009  
an: **Stockheim Media**, Köln

12: Band Hella Donna, Plauen/Vogtland  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **PR4You**, Berlin

13: Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin  
was: *Erstellung der Publikation „DRV Politikthemen“ (Print + Online)*  
an: **Plato Kommunikation** (Scholz & Friends Group), Berlin

14: Venus Berlin  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Internationale Erotikfachmesse Venus in Berlin*  
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst/Lilienthal

15: Younicos, Berlin  
was: *Inszenierung einer fiktiven Staatsgründung der Energieautonomen Republik Younicos*  
an: **Jung von Matt/relations**, Köln

16: Generali Deutschland Holding, Köln  
was: *Onlinenewsletter für die interne Kommunikation und Magazinkonzept für das Mitarbeitermagazin GeneraliDirekt*  
an: **muehlhaus & moers** (GPRA), Köln

17: mediaclipping, Bremen  
was: *Pressearbeit im Bereich Branchen- und Fachmedien*  
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

18: Arotec Automation und Robotik, Augsburg  
was: *Kommunikation und Gestaltung des Firmenauftritts nach der Trennung vom Mutterkonzern KUKA*  
an: **Wortfamilie**, Frankfurt am Main

19: Heidjann, Harsewinkel  
was: *Social Media Kampagne „Die Klimaschützer!“ für das Verbraucherportal*



*StromAuskunft.de*

an: **widjet**, Köln

20: Legoland Discovery Centre Berlin

was: *Kommunikation für den Launch von "Käpt'n Steinebarts Piratenschlacht"*

an: **Publiplikator**, Berlin

21: Feig Electronic, Weilburg

was: *PR-Etat für Unternehmens- und Produktkommunikation*

an: **Fink & Fuchs PR**, Wiesbaden

22: Kur-, Tourismus- und Wirtschaftsbetriebe der Stadt Bad Harzburg

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Comeo Werbung, PR, Event**, München

23: dilitronics, Jena

was: *PR-Etat zur Planung und Steuerung der externen Kommunikation*

an: **Tower PR**, Jena

24: Rodale-Motor-Presse Hamburg

was: *Strategische Beratung zur Markenkommunikation von Men's Health Powertools*

an: **DNS Agentur für direkte**

**Markenkommunikation**, Hamburg

25: Lifestyle Hospitality & Entertainment Group (LH&E), Frankfurt am Main

was: *Umsetzung eines umfassenden internationalen Kommunikationskonzeptes für das Life&Style-Hotel Kameha Grand Bonn*

an: **Straub & Linardatos**, Hamburg

26: HomeAway Gruppe Deutschland, Frankfurt am Main

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für FeWo-direkt.de*

an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

27: Softwarehaus Selbstdenker, Regensburg

was: *Öffentlichkeitsarbeit, Vertriebsunterstützung*

*und Marketing*

an: **Dr. Haffa & Partner**, München

28: Bodensee-Airport Friedrichshafen

was: *Kommunikation und Audio-Video-Planung*

an: **macom**, Stuttgart

29: Unternehmensberatung Liebich & Partner, Baden-Baden

*Konzeption und Redaktion des Kundenmagazins „LuPe“*

30: tucano Vertriebs Gesellschaft, Bad Überkingen

was: *komplette Kommunikation für die Marken Niehoffs Vaihinger, Cocktail Plant, DCide und Klindworth*

an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

31: Alpine Hearing Protection, Soesterberg (NL)

was: *klassische Pressearbeit und Themen-PR für Alpine Earplugs*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Berlin

32: Satmap Systems, Surrey (GB)

was: *Pressearbeit in Deutschland, Schweiz und Österreich*

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

33: David Vermögensverwaltung, Bendorf (LI)

was: *Pressearbeit*

an: **PR-Agentur Mahrberg**, Bendorf (LI)

34: Oakley Schweiz, Zürich

was: *klassische PR-Massnahmen für das Brillensortiment im Sport- und Lifestyle-Bereich*

35: Einkaufszentrum Letzipark, Zürich (CH)

was: *Strategische Kommunikationsberatung*

an: **PRfact**, Zürich (CH)

36: F-Secure, München

37: Edifier Lifestyle, Laatzen

38: Dietz Reha-Produkte, Karlsbad-Ittersbach

39: Bicycle Aps / Viva Bikes, Greve (DK)

40: Brooks England, West Midlands (GB)

was: *Corporate, Brand und Produkt-PR*

an: **Trademark Public Relations**, München

## Branche

### Sechs der größten Fehler in Corporate Blogs

Für viele Startups und jüngere Unternehmen sind Corporate Blogs ein selbstverständliches Mittel der Online-Kommunikation geworden. Doch erst wenige Firmen setzen das Blogging wirklich überzeugend ein - so jedenfalls mein Resümee aus der Evaluation einiger Corporate-Blogs. Was Unternehmen beim Bloggen alles falsch machen können, und wie man mit einfachen Mitteln das eigene Blog interessanter für die Leserschaft gestalten kann, soll diese Aufzählung der "größten Fehler von Corporate Blogs" vermitteln. *Den Artikel von Christoph Bauer im "PR-Blogger" am 30. Juni [hier online weiterlesen](#).*

### 57 Kandidaten für PR-Preis von DPRG + FAZ ausgewählt

Für den Internationalen Deutschen PR-Preis 2009 gab es 370 Einreichungen, 20 mehr als im Vorjahr. 57 Bewerbungen haben es auf die Shortlist geschafft. Die meisten Nominierungen erreichten Fink & Fuchs PR, Wiesbaden und Pleon (GPRA), Düsseldorf mit jeweils drei Bewerbungen. Der Preis wird vom Berufsverband DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft, Berlin und dem FAZ-Institut, Frankfurt am Main gemeinsam ausgerichtet. Die Preisverleihung findet während der PR-Gala am 2. Oktober im Kurhaus in Wiesbaden statt. Weitere Infos + Anmeldungen hier: [www.der-deutsche-pr-preis.de](http://www.der-deutsche-pr-preis.de).

### Deutscher PR-Rat rügt Deutsche Bahn und PR-Agentur

Im Skandal um die verdeckte PR für die Deutsche Bahn hat der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) zwei öffentliche Rügen ausgesprochen. Gerügt wurden der Auftraggeber, die Deutsche Bahn, sowie die Berliner Agentur Public Policy Advisers (EPPA). Die öffentlichen Rügen ergingen an beide Unternehmen wegen verdeckter PR und Kommunikation. Der DRPR stellt in seiner Rüge fest, dass die verdeckte PR der Deutschen Bahn AG ein in seinem Umfang und seiner Tiefe sehr ernst zu nehmender Vorgang ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### European Public Policy Advisers Partnership in Brüssel verurteilt Arbeitsweise der EPPA in Berlin

European Public Policy Advisers Partnership S.A. Brüssel (EPPA Brüssel) hat trotz der Namensgleichheit weder gesellschaftsrechtliche, vertragliche noch wirtschaftliche Verbindungen zu dem Unternehmen EPPA GmbH, Berlin, auch bekannt als European Public Policy Advisers GmbH, Berlin. EPPA Berlin war für verdeckte Kommunikationsmaßnahmen im Auftrag der Deutschen Bahn, Berlin vom Deutschen Public Relations Rat DRPR gerügt worden.

**European Public Policy Advisers Partnership in Brüssel distanziert sich von solchen Praktiken** und hat dies auch gegenüber dem Deutschen PR-Rat in Berlin schriftlich deutlich gemacht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Händler vertrauen weiter auf PR

Kommunikationsexperten des Handels blicken nach Ergebnissen einer Studie des EHI Retail Institutes zum Stellenwert von Public Relations (PR) im

Handel optimistisch in die Zukunft. Beispielsweise erwarte ein Großteil der 34 befragten Handelsunternehmen, von denen 31 PR betreiben, trotz schwieriger Zeiten gleich bleibende oder steigende Budgets für ihre Arbeit. Zudem korrespondiere das Selbstbewusstsein der Branche mit der beruflichen Wertschätzung, die sich nicht zuletzt in der organisatorischen Verankerung in den Handelsunternehmen spiegle. So sei die PR bei mehr als der Hälfte der Unternehmen auf Vorstands- und Geschäftsführungsebene angesiedelt oder aber als Stabsstelle direkt unter der Geschäftsführung. *Die Meldung in absatzwirtschaft.online vom 6. Juli [hier weiterlesen](#).*

## Branche compact (12) (27.+28.KW-09)

01: Die **Kommunikationsagentur achtung!** (GPRA) mit Büros in Hamburg und München, konnte den **Gesamtumsatz im 1. Halbjahr** im Vergleich zum Vorjahreszeitraum **um 30 Prozent steigern**. Damit knüpft die Agentur an den Erfolg aus dem vergangenen Jahr an. 2008 war der Gesamtumsatz bei achtung! bereits um 89 Prozent gestiegen. Im ersten Halbjahr 2009 hat vor allem achtung! kommunikation, Spezialist für Public Relations unter dem achtung! dach, mit einem Wachstum von 47,4 Prozent maßgeblich zum Erfolg beigetragen.

02: **PRVA-Wissenschaftspreis für Public Relations 2009 vergeben**. Aus 54 Einreichungen zum PR-Wissenschaftspreis des PRVA - ein neuer Rekord - gingen vier SiegerInnen in den Kategorien Bachelor, Masterthesen, sowie Diplomarbeiten an Fachhochschulen und Universitäten hervor. [Hier weiterlesen](#).

03: Experten frühzeitig eingebunden: **Circle Comm baut wissenschaftlichen Beirat auf**. Ein Gremium namhafter Experten begleitet die Agentur für Gesundheitskommunikation Circle

Comm in Mühlthal zukünftig bei der Arbeit mit Fach- und Verbraucherzielgruppen. Der wissenschaftliche Beirat besteht aus Experten aus den Bereichen Allgemeinmedizin, Diabetologie, Gynäkologie, Pädiatrie und Pneumologie und soll sukzessive um Mediziner anderer Fachgebiete erweitert werden. „Durch den Aufbau eines wissenschaftlichen Beirats stellen wir sicher, dass die für unsere Kunden entwickelten Maßnahmen tatsächlich den Bedarf der Zielgruppen erfüllen“, erläutert die bei Circle Comm für die Zusammenarbeit mit Verbänden und Fachleuten zuständige Seniorberaterin Michaela Röser den Schritt.

04: Unternehmen erwarten gerade in Krisen transparente Informationen über die Effizienz von Werbe- und PR-Maßnahmen. Der **Kommunikationsverband** will mit seiner Entscheidung zur Fachmesse Mediabudget 2009 ein weiteres Zeichen für mehr Professionalität in der Kommunikation setzen und schließt sich einem **Modell zur Messung der Wertschöpfung von Unternehmens-Kommunikation** an, welches von dem **IVC** und der **DPRG** ausgearbeitet wurde. Das Modell zeigt schematisch die messbaren Wirkungsstufen der Kommunikation und kann auf der Seite des Kommunikationsverbands unter [www.kommunikationsverband.de/aktuelles](http://www.kommunikationsverband.de/aktuelles) abgerufen werden. Das Modell zeigt anhand von Zielvorgaben auf jeder Stufe des Kommunikationsprozesses wie Effizienz und Effektivität sicher zu stellen sind.

05: Die **Krisenstimmung in deutschen Agenturen verschärft sich**. Laut einer Umfrage des Informationsdienstes Verzeichnis deutscher Werbeagenturen (**VdWa**) und der Agenturgruppe **Counterpart** gehen immer mehr mittelständische Agenturen von Umsatzeinbrüchen aus. Im Januar hatten noch 61 Prozent der 4.630 Befragten gleich bleibende oder gar steigende Umsätze erwartet. Bei der zweiten Befragung im Juni waren es nur noch 46 Prozent. 55 Prozent gaben hingegen an, dass sie mit einem rückläufigen Umsatz rechnen.

06: Die auf Corporate-, Brand- und Produkt-PR spezialisierte **Trademark Public Relations** aus München blickt auf ein erfolgreiches erstes Halbjahr 2009 zurück. Das inzwischen fast 20 Mitarbeiter starke Team konnte in den vergangenen sechs Monaten mehr als ein Dutzend neuer Mandate in den Bereichen Sport & Lifestyle, Consumer Electronics und Informationstechnologie gewinnen. Neben den spannenden Neu-Etats hat zudem das organische Wachstum der vorhandenen Etats zu einem **Anstieg der Beratungshonorare von mehr als 30 Prozent** geführt.

07: Beim **M&A Ranking der PR-Agenturen in Deutschland** konnte sich im 1. Halbjahr 2009 lt. der Erhebung von mergermarket die Unternehmensberatung **Hering Schuppener**, Düsseldorf/Frankfurt am Main **erneut Platz eins** im deutschen Markt sichern. Die Finanzexperten erreichten mit zehn Transaktionen ein Gesamtvolumen von knapp elf Milliarden Euro (bezogen auf den Gesamtwert der Transaktionen als auch die Anzahl der Deals).

08: Mit der **Ausstellung „ChemDelta Bavaria: Dynamik und Perspektive – gemeinsam die Zukunft der Region sichern“** präsentiert sich die Gemeinschaftsinitiative von 18 Unternehmen aus dem Bayerischen Chemiedreieck in der Zeit vom 1. bis 17. Juli der Öffentlichkeit und den politischen Entscheidungsträgern im Bayerischen Landtag in München. Als weiteres Instrument eines integrierten Kommunikationskonzepts, das die **Flad & Flad Communication Group** für die südostbayerische Wirtschaftsregion seit 2007 sukzessive entwickelt hat, dient die Ausstellung als Informationsplattform für interessierte Bürger sowie als Forum für bilaterale Gespräche zwischen Chemiedreiecksvertretern und Parlamentariern.

09: Am 1. Juli wurde **Trimedia Communications Deutschland 25 Jahre** alt. „Trimedia steht seit 25 Jahren für kreative, innovative und business-

orientierte Kommunikationslösungen, die messbar zum Geschäftserfolg unserer Kunden beitragen“, betont CEO Hanning Kempe. Während der Schwerpunkt der Arbeit zu Beginn noch auf Kommunikation für die Konsumgüterindustrie lag, hat sich Trimedia heute zu einer breit aufgestellten Kommunikationsagentur entwickelt.

10: **Osterrieder Kommunikationskonzepte in Rosenheim hat sein Angebot erweitert:** Stringente Pressebetreuung und effektive Public Relations können nun auch losgelöst von einem kompletten Kommunikationskonzept zugebucht werden. Das Angebot richtet sich an zwei Kernzielgruppen: Existenzgründer und kleinere Firmen, die keine eigene Presse- und PR-Abteilung haben und größere Kunden, die temporäre Engpässe überbrücken müssen oder Teilbereiche der Öffentlichkeitsarbeit auslagern wollen.  
[www.osterrieder-kommunikation.de](http://www.osterrieder-kommunikation.de)

11: „**Wir sprechen Kunststoff**“, so charakterisiert sich die fachspezifisch ausgerichtete **Agentur Konsens** ([www.konsens.de](http://www.konsens.de)) im südhessischen Groß-Umstadt, die am 1. Juli ihren 15. Geburtstag feierte. Seit ihrer Gründung betreut die Truppe um Diether Burkhardt, Georg Krassowski und Jörg Wolters schwerpunktmäßig Unternehmen aus der Kunststoffbranche in Sachen Öffentlichkeitsarbeit. Kunden profitieren von einem in der langjährigen Zusammenarbeit gewachsenen, vertrauensvollen Verhältnis zu den Redaktionen. Auch das Lokalisieren von Presstexten gehört zum Agenturalltag.

12: Die **Agentur Virtual Identity** in München ergänzt ihre Kommunikation Orchestrierung mit dem **Geschäftsfeld Social Media**. Nils Maier und David Nelles werden in Zukunft diesen neuen Bereich für die Full-Service Online-Agentur verstärken. Soziale Medien sind integraler Bestandteil der heutigen Medienrealität. Auch die typisch von Unternehmen adressierten Zielgruppen (Kunden, Presse, Jobsuchende, Mitarbeiter, NGOs,...) nutzen Soziale Medien mit großer

Selbstverständlichkeit. Social Media wird die klassische Unternehmenskommunikation nicht ablösen, aber sie sicherlich ergänzen.

## Medien

### Was Firmen bei Blogs richtig machen können

Chris Brogan hat Ende Juni dargelegt, wie Firmen Blogs strategisch einsetzen sollten. Anlaß genug, die Aspekte etwas näher zu beleuchten. Denn anders als viele Medienleute es gerne hätten, beginnen mittlerweile auch die über-40jährigen Kunden nach dem Bekanntenkreis Blogs und Soziale Netzwerke zur Produktinformation zu nutzen. Es ist eine Frage der Glaubwürdigkeit. Wer hier nicht auf Transparenz setzt, kann sehr schnell sehr viel Porzellan zerschlagen. Zunächst geht es um die möglichen Startpunkte und ersten Begründungen, warum ein Blog hilfreich sein kann.

*Den Artikel von Jörg Wittkewitz am 3. Juli im Blog [digitalpublic.de](http://digitalpublic.de) [hier online weiterlesen](#).*

### Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse (AWA 2009) erschienen

Die Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse (AWA) wird vom Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag von rund 90 Medienanbietern (Verlage und TV-Sender) herausgegeben. Sie untersucht Konsumentengewohnheiten sowie Mediennutzung. Die AWA ist Markt- und Mediaanalyse in einem, seit ihrer ersten Erhebung im Jahr 1959 erscheint die AWA jährlich im Juli. In diesem Jahr verzeichnet die Erhebung einen generellen Reichweitenverlust der 273 erfassten Titel von 3,5%, besonders stark betroffen ist die Wirtschaftspresse mit

einem Verlust von 10,2%. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### 40. Berliner Type: Qualität in Zeiten der Krise

Knapper gewordene Finanzmittel schließen ausgezeichnete Kreativität und bestes Kommunikationshandwerk keineswegs aus. Davon konnte sich die Jury des diesjährigen Internationalen Druckschriftenwettbewerb bei ihrer Sitzung am 26. Juni in Frankfurt am Main überzeugen: Zwei mal „Berliner Type“ in Gold, sechs Awards in Silber und fünf bronzene Auszeichnungen gingen an die Einreicher. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Die Radiosender gewinnen erneut Hörer – besonders in jungen Zielgruppen

Am 14. Juli 2009 wird die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) die Reichweitendaten der Hörfunksender in Deutschland veröffentlichen. Bereits heute aber liegen die Eckdaten der Radionutzung vor. Das wichtigste Ergebnis: Die Radiosender verbuchen insgesamt mehr Hörer. Die Tagesreichweite des Mediums Radio steigt erneut an – um täglich 113.000 Hörer auf nunmehr 54,974 Millionen Hörer. Das sind 78,7 Prozent der Bevölkerung. Ein Trend, der sich fortsetzt: Bereits in der letzten ma 2009 Radio I war die Reichweite um mehr als 300.000 tägliche Hörer gestiegen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (10) (27.+28.KW-09)

01: Die **Krise wird den Journalismus und die Unternehmenskommunikation auch nachhaltig und langfristig verändern**. Das glauben rund 80 Prozent der Teilnehmer einer Umfrage von HWP Communications (HWP), München. Die Agentur

befragte ihre wichtigsten Pressekontakte zum Einfluss der Wirtschaftskrise auf Journalismus und Unternehmenskommunikation. Für 83 Prozent der Befragten verändert die Wirtschaftskrise schon heute Arbeitsweise und Arbeitsalltag von Journalisten. Kleinere Teams, höhere Arbeitsbelastung und die zunehmende Verzahnung von Werbung und PR erschweren die Arbeit der Journalisten. Vor diesem Hintergrund ist fast die Hälfte der Teilnehmer auch davon überzeugt, dass die momentane Krise die Entwicklung von Online-PR und Social Media beschleunigt. An der Umfrage nahmen rund 60 Journalisten der IT- und Telekommunikationsmedien teil.

**02: Internationale Verlage unterzeichnen "Hamburger Erklärung zum Schutz des geistigen Eigentums":** Bereits 166 europäische Verlage haben sich der "Hamburger Erklärung" angeschlossen. Der europäische Verlegerrat (European Publishers Council, EPC), hat der EU-Kommission die "Hamburger Erklärung zum Schutz des geistigen Eigentums" überreicht. Stellvertretend für die Kommission nahmen die EU-Kommissarin für Informationsgesellschaft und Medien, Viviane Reding, und der EU-Kommissar für den Binnenmarkt und Dienstleistungen, Charlie McCreevy, das Dokument entgegen.

**03: Die GfK Panel Services hat im Januar ihr Haushaltspanel in Deutschland von 20.000 auf 30.000 Haushalte aufgestockt.** Seit dem Berichtsmonat April sind die Haushaltsdaten der Gesamtstichprobe in der GfK-Berichterstattung enthalten. Zudem baute die GfK auch den so genannten Single-Source-Ansatz von 7.000 auf 15.000 Haushalte aus. Diese Haushalte erfassen nicht nur ihre Einkäufe, sondern lassen sich auch dabei beobachten, wie sie das Internet und andere Medien nutzen. Hierdurch können detaillierte Analysen über die Wirkung von Werbung erstellt werden. Insgesamt berichten täglich mehr als 200.000 Haushalte aus 26

europäischen Ländern über Ihre Einkäufe von Verbrauchs- und Gebrauchsgütern an die GfK.

**04: Die Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise haben den deutschen Zeitungsmarkt erreicht.** In den ersten fünf Monaten des laufenden Jahres ist das Anzeigenvolumen (nicht Umsätze) der Zeitungen im Vergleich zum Vorjahr um mehr als zwölf Prozent zurückgegangen. Aufgrund der Situation im Arbeitsmarkt seien die Stellenanzeigen stark rückläufig (-41,1 Prozent), so Wolff. Rückgänge gab es auch im Bereich Immobilien (-18,2), Autorubriken (-17,6) und Markenartikel (-23,1). Bei den so genannten Großformen des Handels (+7,6, u.a. Lebensmitteldiscounter) und bei den Familienanzeigen (+1,2) gab es ein positives Ergebnis. Anders als in den Vorjahren trifft das Minus im Anzeigengeschäft die Zeitungen in Westdeutschland (-12,4 Prozent) fast ebenso hart wie Verlage in Ostdeutschland (-13,9).

**05: (N)Onliner Atlas 2009: Internetnutzung entwickelt sich weiter dynamisch – fast 70 Prozent sind online.** Der Onliner-Anteil ist in Deutschland im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozentpunkte auf 69,1 Prozent deutlich gestiegen und weist damit die zweithöchste Steigerungsrate der letzten sechs Jahre auf. Gleichzeitig ist der Offliner-Anteil um 3,3 Prozentpunkte auf 26,6 Prozent gesunken. Mit 4,3 Prozent wollen 0,6 Prozent weniger Nutzungsplaner als im Vorjahr in den nächsten zwölf Monaten das Internet neu für sich entdecken. Das sind zentrale Ergebnisse des (N)Onliner Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, die bereits zum neunten Mal von TNS Infratest durchgeführt wurde. [initiated21.de](http://initiated21.de)

**06: Einen umfassenden Rückblick auf den DMMK 2009 (Deutscher Multimedia Kongress)** bietet das aktualisierte DMMK-Miki. Zahlreiche Momentaufnahmen des Kongresses sowie die Integration der Live-Stream-Aufzeichnungen bereichern nun das interaktive Hochglanz-Magazin zum Branchen-Event. Das neuartige Format bietet einen kompakten multimedialen Überblick über das

Kongressgeschehen. Auch im WebTV-Format ist der DMMK 2009 ausführlich dokumentiert. Einen Rückblick auf den Kongress sowie aufschlussreiche Interviews, u.a. mit den Keynote-Speakern Clay Shirky und Amir Kassaei, bietet der Kongress-Channel bei sevenload oder auf der [DMMK-Webseite](#).

**07: Der deutsche Online-Werbemarkt wächst in der Krise unvermindert weiter.** Die Umsätze mit klassischer Internetwerbung kletterten im ersten Halbjahr 2009 auf 702 Millionen Euro. Das ist ein Plus von 13 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2008. Das teilte der Hightech-Verband BITKOM heute auf Grundlage einer exklusiven Untersuchung des Marktforschungsinstituts Thomson Media Control mit. „Die Online-Werbung hat im zweiten Quartal weiter an Fahrt gewonnen. Damit setzt sich der strukturelle Wandel fort: Werbebudgets werden verschoben, Online-Werbung gewinnt Marktanteile“, sagte BITKOM-Vizepräsident Achim Berg. „Das Internet wird für die werbetreibende Wirtschaft immer wichtiger.“ [bitkom.org](#)

**08: TV-Quoten im Juni im Gesamtpublikum:** Insgesamt sieht die Situation für Das Erste und das ZDF nicht ganz so dramatisch aus wie im jungen Publikum. Ein klares Indiz dafür, dass der Fernsehkonsum zwischen Jung und Alt weiter auseinander driftet. So führen ZDF und Das Erste den Juni-Markt mit 12,5% und 12,4% an. Das ZDF verbesserte sich dabei um 0,7 Zähler, Das Erste verlor nur leicht, nämlich 0,1 Punkte. Da RTL 0,8 Prozentpunkte einbüßte und Sat.1 0,5, vergrößerte sich der Vorsprung von ARD und ZDF sogar noch. Auch hier heißen die Gewinner des Monats Vox, RTL II und kabel eins, die sich um 0,4, 0,2 und 0,3 Marktanteils-punkte verbesserten, mit 5,5%, 4,3% und 4,3% aber keine neuen Rekorde aufstellten. [meedia.de](#)

**09: Twitter - Konzerne hadern mit Fake-Accounts,** Microblogging-Dienst sperrt betrügerische User-Profilen. Mit gefälschten

Profilen haben sich User im Web 2.0 schon so manchen Spaß erlaubt. Dabei verbreiten sie im Namen berühmter Persönlichkeiten oder großer Konzerne Nachrichten, um vor breiter Audienz Gehör zu finden. Nachdem etwa die Social Community Facebook Maßnahmen gegen derartige Fake-Accounts ergriffen hat und sogar User mit ungewöhnlichen Namen sperrt, orten betroffene Unternehmen immer häufiger Image- und wirtschaftliche Schäden in den Kurznachrichten von Nutzern des Microblogging-Dienstes Twitter. [persoenlich.com](#)

**10: NDR-Medienmagazin ZAPP - Krümmel: Informieren, bagatellisieren?** Es gibt ein paar Bereiche, da sollte man einfach ehrlich und offen sprechen. Ob nun das Beichten eines Seitensprungs dazu gehört, sei jedem selbst überlassen - unzweifelhaft aber fällt das Thema Reaktorsicherheit in diesen Bereich. Spätestens seit Tschernobyl weiß man, Ungereimtheiten in Atomkraftwerken - und da gehört im Prinzip schon jede verdrehte Schraube dazu - gehören sofort kommuniziert. Jetzt hatten die Betreiber des Kraftwerks Krümmel wahrhaft genug Gelegenheit das Vermelden eines Pannenfalls zu üben, schließlich gab es seit Inbetriebnahme über 300 Vorfälle. Und trotzdem ist es ihnen gelungen, auch dieses mal wieder ein Kommunikationsdesaster anzurichten. Zapp zeigt, wie das passieren konnte. [Transcript + Video](#)

## Stamm Medien-Newsletter Juli 2009

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im Juni 2009 wurden 3.949 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 12.937 Medien.** Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige

Änderungen/Meldungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Services + Tipps

### Weg für Datenschutz-Novelle ist frei

Personenbezogene Daten wie Adressen sollen künftig weitergegeben werden dürfen, wenn der Kunde darin einwilligt. Die entsprechende Textpassage etwa in Vertragstexten soll dabei optisch deutlich hervorgehoben sein müssen. Listenmäßig erfasste Daten wie etwa Name, Beruf, Adresse, Geburtsjahr oder Titel sollen auch ohne Einwilligung weitergegeben werden dürfen, sofern die Betroffenen über die Herkunft der Angaben informiert werden. Damit soll ihnen ermöglicht werden, einer solchen Weitergabe und Nutzung ihrer Daten wirksam zu widersprechen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Aufrecht ins Mitarbeitergespräch

Keine Demutshaltung, keine Opfer-Rolle: Experten raten, selbstbewusst in ein Mitarbeitergespräch zu gehen. Es ist zudem keine Einbahnstraße: Der Beschäftigte sollte vorab überlegen, welche Themen er ansprechen möchte. Bei einem Mitarbeitergespräch ist es wichtig, sich auf gleicher Augenhöhe zu unterhalten. "Man darf sich nicht als Opfer fühlen und schon eine Woche vorher Angst davor haben", sagte die Diplom-Betriebswirtin Christine Weiner dem dpa-Themendienst. [Hier online weiterlesen auf netzeitung.de vom 2. Juli.](#)

### Service compact (7) (27.+28.KW-09)

01: **Raoul D. Stöhlker, Zollikon-Zürich in seinem Online-Hinweis Nr. 22:** Obwohl überall von Krise die Rede ist, glauben wir nicht daran: • Es wurden zu viel Geld und zu viele Kredite produziert; jetzt bricht diese in Jahrzehnten aufgebaute Blase zusammen. • Es wurden zu viele Autos produziert; jetzt bricht dieser Markt samt Zulieferern zusammen. • Der „Wohlstandsbuckel“ der Konsumenten entsprach ebenfalls nicht deren Produktivität, weshalb der Handel sich einschränken und billiger anbieten muss. • Die sozialen Stabilisierungskosten steigen laufend an, weshalb die Staaten sich verschulden. Ist das eine Krise oder ein Normalisierungsvorgang? [www.stoehliker.ch](http://www.stoehliker.ch)

02: Die **mediacipping** in Bremen, Spezialist für das **automatische Clippen von Video- und Audio-Inhalten** in Echtzeit, hat einen bedeutenden **Fortschritt bei der Genauigkeit seiner Spracherkennungstechnologien** erzielt. Mit einer innovativen sprachinhaltlichen Analyse, neuentwickelten Algorithmen und einer neuen, sehr leistungsfähigen Hardware hat mediacipping die Erkennungsquote für die im Kundenauftrag beobachteten Sender und Sendungen erheblich gesteigert. Die erhöhte Genauigkeit der automatischen Spracherkennung erlaubt es, die bisher in der Medienbeobachtungsbranche übliche, aufwendige manuelle Beobachtung von TV und Hörfunk zu reduzieren. Durch den Technologiesprung in seiner Spracherkennungstechnologie für TV, Hörfunk und Podcasts festigt mediacipping seine Position als europäischer Marktführer. [www.mediacipping.de](http://www.mediacipping.de).

03: **Die Bundesregierung hat am Mittwoch Grundsätze guter Unternehmens- und Beteiligungsführung beschlossen.** Der dazu geschaffene Public Corporate Governance Kodex greift die Gedanken des Corporate Governance Kodex auf und berücksichtigt die Besonderheiten öffentlicher Beteiligungsunternehmen. [csr-news.net](http://csr-news.net)



04: **Kurzstudie: Politik im Web 2.0 in Deutschland: Die Aktivitäten der deutschen Parteien im Social Web nehmen langsam zu.** Bereits zum dritten Mal veröffentlicht newthinking communications die Kurzstudie „Politik im Web 2.0 - Zwischen Strategie und Experiment“. Die Kurzstudie geht alle drei Monate der Frage nach, welche Rolle das Internet bei den Partei-Strategien im Bundestagswahlkampf spielen wird und welche Plattformen dabei genutzt werden und durch wen. [newthinking-communications.de](http://newthinking-communications.de)

05: **Deutsche-Post-Studie: "Delivering Tomorrow? Kundenerwartungen im Jahr 2020 und darüber hinaus":** Kostenloser PDF-Download der im Juni 2009 veröffentlichten Deutsche-Post-DHL-Studie. Präsentiert werden Expertenmeinungen und Analysen zu Themengebieten wie Globalisierung, Wirtschaft, Technologie, Logistik, Umwelt und Gesellschaft. [logistik-inside.de](http://logistik-inside.de)

06: Cision, Dienstleister für Medienbeobachtung und Evaluation, ist seit heute mit einer **deutschsprachigen Version seiner globalen News-Plattform Cision Wire** online. Auf dem Web-Portal [www.cisionwire.com](http://www.cisionwire.com) können Kommunikationsprofis schnell und übersichtlich Pressemitteilungen, Jahresabschlussberichte, Hintergrundmaterial, Bilder, Audio- und Video-Dateien online veröffentlichen. Corporate News sind so im Internet besser auffindbar und leichter nutzbar.

07: Ende August erscheint im Bonner Festland-Verlag die neue **Europa-Ausgabe des "Oeckl - Taschenbuch des Öffentlichen Lebens"** 2009/2010 mit allen neuen EU-Abgeordneten. Als Buch und CD. [www.oeckl.de](http://www.oeckl.de).

## Termine + Tagungen

### Neue Ansätze beim PR-Management im Web 2.0

Das Web 2.0 kennzeichnet sich durch neue Kommunikationsmuster - in Bezug auf das "Wie Nachrichten verteilt werden?" und "Wie kommuniziert wird?". Das PR 2.0 FORUM am 15. September diskutiert die Fragen und Erfahrungen auf diesem Gebiet in einem interaktiven Veranstaltungsformat. Die Veranstaltung richtet sich an PR-Verantwortliche und -Berater, die das Web 2.0 als neues Terrain verstehen. Als Vorveranstaltung zum Community & Marketing 2.0 SUMMIT versteht sich das PR 2.0 FORUM als Grundlagen-Veranstaltung zum Thema "Kommunikation 2.0". Eine Veranstaltung der Social Web World. Infos: [www.pr20forum.de](http://www.pr20forum.de). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (5) (27.+28.KW-09)

01: Am 9. Oktober findet in Berlin der vierte **Deutsche Fachjournalisten-Kongress** statt. Veranstalter ist der DFJV deutscher Fachjournalisten-Verband. Folgende Themen stehen zur Diskussion: Freie Journalisten in Deutschland. Probleme, Entwicklungen und Chancen; Investieren oder sparen? Wie können Verleger die Qualität ihrer Zeitung retten?; Recherche: Wie können Journalisten ihre Recherchekompetenz steigern?; Politische Berichterstattung im Superwahljahr – eine Bilanz.. Infos: [www.dfjv.de](http://www.dfjv.de).

02: Am 9. Juli findet in Berlin die dritte und letzte Veranstaltung aus der Reihe **"Wissen – Erfolgsfaktor des 21. Jahrhunderts"** statt. Neben Vorträgen namhafter Referenten bietet der Event Raum für den individuellen Erfahrungsaustausch. Die Veranstaltung ist kostenlos. Auszug aus dem

Programm: "Mit Informations- und Kommunikationstechnik an die Weltspitze", Sabine Graumann, Director Business Intelligence, TNS Infratest. "Recherche im Umbruch – Der Einfluss von Suchmaschinen auf die qualifizierte Informationsvermittlung und die Grenzen ihrer Qualitätsbewertung", Dirk Lewandowski, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg. "Knowledge-Support bei der WestLB: der elektronische Infobroker" Ingo Titschack, Konzernkommunikation, WestLB. Anmeldung und weitere Details: unter [www.genios.de/event-berlin](http://www.genios.de/event-berlin)

**03: Wirtschaft und Schule - starke Partner auch in der Krise. 3. Handelsblatt Jahreskongress 2009:** Strategische Kooperationen von der Idee zur Umsetzung (<http://vhb.handelsblatt.com/wirtschaft-schule>). "Schulen können ihr Potenzial dann am besten entfalten, wenn sie mit außerschulischen Partnern zusammenarbeiten. Wir fördern daher Kooperationen von Wirtschaft und Schule, die qualitätsorientiert sind und von denen beide Seiten auf Dauer profitieren können", erklärt der Präsident der Kultusministerkonferenz und Minister für Bildung, Wissenschaft und Kultur Mecklenburg-Vorpommerns Henry Tesch. Auf dem 3. Handelsblatt Jahreskongress "Handelsblatt macht Schule" am 16. und 17. November stellt Tesch Motive für Schul-Kooperationen gerade in Krisenzeiten vor.

**04: Die Convento PR-Frühstücke nach der Sommerpause** im August und September 2009: am 27. August in Düsseldorf: "Kurzarbeit, Restrukturierung, neue Strategie: Veränderungskommunikation in der Krise"; am 2. September in Hamburg: "PR-Konzepte planen und in die Praxis umsetzen: Beispiele aus der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des ZEIT Verlages"; am 22. September in München: „Zeitgemäße Online-PR: Das BMW Presseportal „BMW Group PressClub“. Informationen zu den kostenlosen Veranstaltungen: [www.convento.de](http://www.convento.de).

**05:** Am 16. Juni veranstaltet die **UMC Potsdam (FH)** am Campus Berlin in der Klosterstraße die nächste **offene Vorlesung** der Reihe "Management & Kommunikation 2009". Referent Gerhard Jochum spricht zum Thema "**Wirklichkeit ist Wahrnehmung** - zu wirklichen und wahrgenommenen Herausforderungen der Energiewirtschaft in Deutschland". Infos: [www.umc-potsdam.de](http://www.umc-potsdam.de).

## Ausbildung + Seminare

### depak PR-Forum am 14. Juli in Bonn

Mit dem Start des Kompaktstudiums PR/Öffentlichkeitsarbeit der depak Deutsche Presseakademie, Berlin am 31. August in Bonn (mehr unter [www.depak.de/studium/kompaktstudium.php](http://www.depak.de/studium/kompaktstudium.php)) ist auch die Veranstaltungsreihe PR-Forum in Bonn zu Gast. Bereits am 14. Juli, ab 18.00 Uhr, diskutieren zum Thema "Medienarbeit im Spannungsfeld zwischen Journalismus und PR" bei der Deutschen Telekom: Philipp Schindera, Senior Executive Vicepresident Corporate Communications Deutsche Telekom; Frank Dohmen, Korrespondent "Der Spiegel" und Christof Ehrhart, Head of Corporate Communications, Executive Vice President Deutsche Post DHL. Moderation: Christian Arns, Studienleiter Deutsche Presseakademie. Weitere Informationen zum PR-Forum und Anmeldeöglichkeit unter [www.depak.de/akademie/pr-forum.php](http://www.depak.de/akademie/pr-forum.php). Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos.

### Ausbildung compact (6) (27.+28.KW-09)

01: Eine fundierte Qualifizierung ist in der PR-Branche ein zentraler Erfolgsfaktor – zu diesem Ergebnis kommt die „Jobmarkt PR“-Studie, eine aktuelle Befragung unter Fach- und Führungskräften. Hier setzt das **Sommer**

**Symposium** an, das am 19. September erstmalig in Frankfurt am Main stattfindet: Auf dem eintägigen **Aus- und Weiterbildungskongress** erhalten PR Young Professionals und Studierende hilfreichen Input für ihre Karriereplanung. Veranstaltungsort ist das renommierte **Frankfurt Institute for Advanced Studies (FIAS)**. Das Sommer Symposium ist ganz auf die Informationsbedürfnisse von Ein- und Aufsteigern der PR-Branche zugeschnitten, die ihren beruflichen Erfolg nicht dem Zufall überlassen wollen. Infos: [www.junior-pr-academy.de](http://www.junior-pr-academy.de).

02: Journalistisches Schreiben trainiert die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 31. August bis 04. September in Alzey mit ihren Teilnehmern. Auf dem Programm stehen die verschiedenen Darstellungsformen, Nachrichtensprache, Nachrichtenwert erkennen und gestalten sowie der Umgang mit Journalisten. **Seminar: S1 – Journalistisches Schreibtraining**. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com).

03: Das **Zertifikatsprogramm "PR-Referent/-in" der Hochschule Pforzheim** startet wieder ab dem Wintersemester - Bewerbungsschluss ist am 15. Juli. Das Zertifikatsprogramm richtet sich sowohl an Studierende der Hochschule Pforzheim als auch an Berufstätige, die sich für Medien, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation interessieren und selbst kommunikationsstark, neugierig und motiviert sind. Infos: [www.hs-pforzheim.de](http://www.hs-pforzheim.de) (Elke Theobald).

04: Noch wenige Plätze frei: Die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) startet am 28. August in Frankfurt am Main die 32. Grundausbildung** mit Prüfungsoption. Die insgesamt vier kompakten Unterrichtsmodule bereiten fakultativ auf die in der Branche anerkannten Prüfungen vor und schließen mit einem qualifizierten Teilnahmezertifikat der DAPR ab. Seit zwölf Jahren bietet die DAPR erfolgreich die berufsbegleitende Grundausbildung für Kommunikationsfachkräfte an. Alle

Dozenten der DAPR-Grundausbildung zeichnet hohe Fachkompetenz und mehrjährige Praxiserfahrung aus.

Weitere Informationen zu 32. Grundausbildung: [www.dapr.de](http://www.dapr.de).

05: Digitale Produkte und die immaterielle Verfügbarkeit von Informationen verändern die Gesellschaft, ihre Kultur und die Wirtschaft. Der **5. Digitale Sommer an der Universität der Künste Berlin (UdK)** beschäftigt sich mit den Trends im World Wide Web und vermittelt praktisches Know-how. Alle Internetaffinen können vom 26. August bis 25. September 2009 vom innovativen Programm an dem Zentralinstitut für Weiterbildung (ZiW) an der UdK profitieren und gleichzeitig ihr professionelles Netzwerk erweitern. Anmeldeschluss für die Sommeruniversität ist jeweils zehn Tage vor Veranstaltungsbeginn. Programm und Anmeldung zum Digitalen Sommer 2009 unter: [www.digitalsommer.de](http://www.digitalsommer.de) und [www.udk-berlin.de/ziw](http://www.udk-berlin.de/ziw).

06: **Im Oktober startet PR Plus, Heidelberg den etablierten Universitätslehrgang "PR und Integrierte Kommunikation" der Donau-Universität Krems zum zweiten Mal in Deutschland**. Interessenten können sich ab sofort um ein Stipendium für das Studium in Heidelberg/Köln bewerben, das bis zum 31. August 2009 ausgeschrieben ist. Das Stipendium in Höhe von max. 13.900 Euro wird als Vollstipendium vergeben oder auf zwei Teilstipendien aufgeteilt. Das berufs begleitende viersemestrige Masterprogramm „PR und Integrierte Kommunikation“ startet am 5. Oktober in Heidelberg und dauert vier Semester. Die universitäre Weiterbildung schließt mit dem international vergleichbaren akademischen Grad "Communications Master of Science" (MSc) ab. Weitere Informationen sowie alle Bewerbungsunterlagen: [www.donau-uni.ac.at/prikd](http://www.donau-uni.ac.at/prikd).

## Das PR-Interview

### Interview 12: Vertrauen ist gut, gut versichert ist besser

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



Interview mit Erich Hartmann zum Thema Versicherungsschutz für Werbe- und PR-Agenturen. Das Medienrecht wird zunehmend komplizierter. Fehler in der Beratung oder Umsetzung von Konzepten können Agenturen teuer zu stehen kommen.

**PR-Journal:** Was außer den Klassikern der Urheberrechtsverletzung oder Verletzungen des Persönlichkeitsrechts sind weitere Fälle, die eine Agentur heute unbedingt versichern lassen sollte?



**Erich Hartmann:** Da gibt es viele: Sie sollte sich gegen Ansprüche wegen der Verletzung von Datenschutzbestimmungen, z. B. wenn Adresslisten im Direkt-Marketing in falsche Hände

gelangen, sowie wegen der Verletzung von Marken- und Musterrechten, etwa der Verwendung von Logos ohne vorherige Rechteprüfung, versichern lassen. Auch die Verstöße gegen Wettbewerbsbestimmungen (UWG) - siehe z. B. Urteil OLG Düsseldorf (Az.: I 5 U 39/02) - können teuer werden. Hinzu kommen Ansprüche aus dem mit dem Auftraggeber abgeschlossenen Vertrag bei falschen Inhalten sowie Betrug/Untreue von Mitarbeitern (der so genannte Eigenschaden). Auch der Betrieb einer Website kann zu Ansprüchen führen, ggf. sogar einer weltweiten Inanspruchnahme. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über ... süßes Steuermenü mit bitterem Dessert

Guten Tag, Angela Merkel dürfte Barack Obama beneiden. Er hat die Wahlen hinter sich, hat ein riesiges Hilfsprogramm für die Überwindung der Wirtschaftskrise angeschoben – und bereitet jetzt Steuererhöhungen vor, während die Bundeskanzlerin im Hinblick auf die Wahlen am 27. September noch mit der Lüge von Steuersenkungen auf Stimmenfang geht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Pfeffer & Salz & Senf

### Wir wären hochzufrieden, wenn der Verband endlich eine Stimme bekommt...

*Eine nicht gehaltene Rede von Jürgen Braatz, Hamburg, Vorsitzender der DPRG-Landesgruppe Norddeutschland. Er konnte leider nicht an der DPRG-Mitgliederversammlung am 27. Juni im Walde bei Mainz teilnehmen. Er hat uns erlaubt, diese Rede zu veröffentlichen - auch weil sie symptomatisch ist für die Verhältnisse im PR-Berufsverband. Dazu kamen ja die kritischen Anträge (vor allem wegen der Finanzen) der Landesgruppe Berlin-Brandenburg. Ob da wohl bei irgend jemandem das Nachdenken anfängt?*

Liebe Kolleginnen und Kollegen,  
ich bin Jürgen Braatz, der Vorsitzende einer Landesgruppe in der Peripherie, in einer unbedeutenden Hafenstadt bei Buxtehude. Wir sind einfache Menschen mit einfachen Wünschen. Es reicht gerade so. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen

### Primig: Regionale Öffentlichkeitsarbeit für Vereine

Primig, Birgit: "Regionale Öffentlichkeitsarbeit für Vereine - Arbeit am Image". Goldegg Verlag, Wien (2006). 122 Seiten. Preis: 11,60 Euro. ISBN: 978-3-901880-10-0.

Rezension von Simone Heinrich, *PR Plus GmbH, Heidelberg*

Endlich ein Buch für kleinere und regional tätige Vereine, die ohne professionellen Hintergrund und mit wenigen personellen und finanziellen Ressourcen arbeiten. Wer sich in seiner Freizeit ehrenamtlich engagiert und die Öffentlichkeitsarbeit seines Vereins grundlegend aufwerten möchte, ist mit diesem schmalen Band, der weitgehend auf Fachbegriffe und theoretische Ausführungen verzichtet, bestens bedient. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Handbuch Kommunikationsmanagement

### Wirkungen von Kommunikation

Public Relations könnte man im Verständnis einer PR-Konzeption definieren als „Plan zur Erzeugung vorzugebender Kommunikationswirkungen bei vorzugebenden Zielgruppen mit vorzugebenden Maßnahmen unter vorgegebenen Fristen und mit vorgegebenen Ressourcen“. Erzielung von Wirkungen ist dann das wichtigste Ziel aller PR. Wirkungen durch Kommunikation sind also gewünscht und gewollt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### Atomforum: Ein halbes Jahrhundert Lug und Trug

Umweltminister Sigmar Gabriel (SPD) hat die Atomindustrie scharf attackiert. "50 Jahre Atomforum - das bedeutet ein halbes Jahrhundert Lug und Trug", erklärte der SPD-Politiker am 1. Juli zum Jubiläum des Branchenverbandes. "Die Propagandazentrale der Atomkonzerne steht wie kaum eine andere Institution für das bewusste Verschweigen, Verdrängen und Verharmlosen der Gefahren, die mit der kommerziellen Nutzung der Atomenergie verbunden sind", fuhr Gabriel fort. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Führungsspitzen: Auf zur Teamsitzung

Meetings laufen immer und überall gleich ab: Sie bestehen aus Lethargie und Drohung, aus Abwehr von Arbeit und Verdonnern zu Arbeit. Kann man sie nicht verbessern? Es gehört zu den Höhepunkten des Arbeitslebens, die Mitarbeiter freuen sich schon darauf, wenn der Chef wieder alle zusammentrommelt: "Am Mittwoch um 11 Uhr machen wir unsere Teamsitzung, es geht um die Projekte der nächsten Zeit." Und alle mögen möglichst viele Ideen mitbringen.

Den Artikel von H. Freiburger in *sueddeutsche.de* am 6. Juli [hier online weiterlesen](#).

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote

### Volontariat/Trainee

Die 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

PR-Director und PR-Manager für renommierte Tourismus Agentur, München

Agentur für Sozialmarketing sucht Juniorberater/in Kommunikation, Köln

Junior Berater (m/w) gesucht, Münster

Volontär/in gesucht, Remagen

fischerAppelt sucht PR-Berater/Campaigner (m/w), Standort Hamburg

Caritas international sucht Leiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Freiburg

Senior PR-Berater (m/w) in Düsseldorf gesucht

PR-Account-Manager (m/w) mit Schwerpunkt Public Campaigning, Berlin

Brand Upgrade (Hamburg) sucht PR-Assistent/in

PR-Berater/in Consumer Health und PR-Trainee, Frankfurt

### Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 10. Juli 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **18.906 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), Rengsdorf.

**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, www.pr-journal.at,  
www.pr-journal.ch, www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.

-----