

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 210 / 31. + 32. KW 2009

Seite 1

Kaiser Konken oder die Selbstherrlichkeit im DJV-Bundesverband

Der DJV ist ein seltsames Gebilde. Da äußert sich sein Vorstandschef Michael Konken zum Internet – und reist nach dem Diktat der Pressemitteilung in den Urlaub (oder er war schon im Urlaub und hat äußern lassen oder wurde geäußert, die Darstellungen gehen wild durcheinander). Auf meinen offenen Brief, der in erster Linie ein Hilferuf war und die einzige Möglichkeit für mich, nicht sofort aus dem Verband auszutreten, antwortet seine Stellvertreterin Ulrike Kaiser – und da der DJV kein Medium, also so etwas wie ein Blog zum Beispiel, besitzt, in dem er als Verband reagieren könnte, übernehme ich hilfsweise die Veröffentlichung. Derweil läuft in Blogs und über Twitter eine Diskussion, die die Herrschaften im Bundesvorstand vermutlich nicht einmal mitbekommen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Chef Anton Hunger verlässt Porsche

Nach der Demission von Porsche-CEO Wendelin Wiedeking scheidet wie erwartet auch

Kommunikations-Chef Anton Hunger zum 31. Juli 2009 aus dem Unternehmen aus. Der 60-Jährige, der 17 Jahre lang die Öffentlichkeitsarbeit des Autobauers verantwortete, bezeichnete seinen Ausstieg gegenüber dem "prmagazin" als "logischen Schritt". Hunger gilt als einer der engsten Vertrauten des ehemaligen Porsche-Chefs, mit dem er zeitgleich seinen Job in Stuttgart antrat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Otto-Sprecher Voigt: "Netzwerke verändern die Unternehmenskultur"

Die Präsenz im Social Web bleibt nicht ohne Folgen für die Unternehmenskultur. Wenn der Dialog mit der "Generation Upload" gelingen soll, muss sich auch das Unternehmen kulturell und meist auch im Führungsverhalten wandeln. Die Veränderung wird dabei allerdings nicht nur von außen aufgezwungen. Sie ist auch das Ergebnis interner Prozesse. "Wenn die Kolleginnen und Kollegen privat zunehmend gewohnt sind, Meinungen und Wissen in einem Netzwerk auszutauschen, verändert das die Kommunikation und damit die Kultur in einem Unternehmen zwangsläufig", sagt Thomas Voigt, Direktor Wirtschaftspolitik und Kommunikation bei der Otto Group in Hamburg. Das Unternehmen zählt mit seinem Fashions-Blog und der dialogorientierten Nutzung von Twitter zu den Vorreitern beim Social-Media-Einsatz im deutschen Handel. Im Gespräch mit Horizont.Net erklärt Voigt die Begleitung des Wandels zu Chefsache.

[Zur Meldung zum Interview in der Kommunikationsfachzeitschrift "Horizont"](#).



Personalien

Arns neuer Leiter der Deutschen Presseakademie

Christian Arns übernimmt zum 1. August die Leitung der Deutschen Presseakademie (depak) in Berlin. Der 41jährige Politikwissenschaftler ist Nachfolger von Peter Nietzold (55), der sich eine geplante "Auszeit" gönnt. Mit aktuell rund 170 Studienteilnehmern, die sich anschließend der PR-Berater-Prüfung unterziehen können, mit über 50 Einzelseminaren und Fachtagungen ist die Deutsche Presseakademie einer der Marktführer der PR-Fortbildung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leipziger PR-Studenten mit neuem Vorstand

Der LPRS (Leipziger Public Relations-Studenten) hat seinen fünfköpfigen Vorstand neu gewählt. Vorsitzender wurde Christoph Reimann, Student im sechsten Semester des Bachelor-Studiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft. Er löst damit Patrick Hacker ab. Alle weiteren neuen Vorstandsmitglieder sind Studenten des Master-Studiengangs Communication Management: Sandra Tietz übernimmt den Posten als stellvertretende Vorsitzende, den vormals (Kommunikationsvorstand) Alexander Klepel innehatte, und wird die Eventorganisation leiten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer UFA-Geschäftsbereich: Brand Communication unter Leitung von Kastenmüller

Stefan Kastenmüller leitet den neugeschaffenen Geschäftsbereich UFA Brand Communication. Dieser Bereich soll perspektivisch zu einer eigenständigen Unternehmung ausgebaut werden. Das Kernangebot bilden Corporate und Brand Communication für die Plattformen TV, Film und Internet in Zusammenarbeit mit den Produktionsgesellschaften der UFA. Zielgruppe sind Markenartikler, Industrieunternehmen aber auch Medien und Organisationen. Darüber hinaus wird die Einheit die Productplacement- und Lizenzaktivitäten der UFA Cinema aufbauen. Hauptsitz wird Potsdam sein, mit einem weiteren Büro in München. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (17) (31.+32.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Sonja Zorn** (41) unterstützt die Kundenberatung der in diesem Jahr gestarteten kggk agentur für gute Kommunikation in Köln. Nach 13 Jahren Print und Produktion in leitender Position bei der Kölner Produktions-Agentur make or buy hat sich die Kommunikationswirtin und geprüfte Produktionerin für diese neue Herausforderung entschieden.



Nur bei uns: Parlaments-Beobachtung!

DAS ENTSCHEIDENE WISSEN

AUSSCHNITT
 MEDIENBEOBACHTUNG

02: **Kristin Kadler** (29) steigt bei der Hamburger PR-Agentur Straub & Linardatos (GPRA) zur PR-Beraterin auf. Sie ist seit Februar 2008 als Junior-Beraterin bei der Agentur beschäftigt.

03: **Dorothea Hohn** (44) und **Ralf Engelhardt** (43) sind Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter der neu gegründeten Agentur global communication experts mit Sitz in Frankfurt am Main. Hohn kommt von der Agentur C&C Contact & Creation in Frankfurt am Main, wo sie bisher geschäftsführende Gesellschafterin war. Engelhardt war zuvor als Geschäftsführer für Medien- und Kommunikations-Unternehmen der Bertelsmann-Gruppe, der Süddeutschen Verlagsgruppe und der Medienunion in Deutschland und Österreich verantwortlich.

04: **Simone Gier** (28) ist ab sofort als Junior Account Managerin bei OnPR in München tätig. Aufgrund ihrer Leistungen wurde sie zu dieser Position im Anschluss an ein Trainee-Programm befördert. Nach einem erfolgreich absolvierten Studium Diplom-Germanistik mit Schwerpunkt Journalistik und Nebenfach Soziologie an der Otto-Friedrich Universität Bamberg arbeitete Gier bei der Novartis Deutschland als freiberufliche PR-Assistentin.

05: **Andrea Frahm** ist neue Account Direktorin bei Way To Blue Deutschland in Berlin. In dieser neu geschaffenen Position ist sie für das Kampagnen- und Key-Account Management verantwortlich und wird das PR-Team in

Deutschland leiten. In den letzten drei Jahren war Frahm als International Marketing Manager im Londoner Headquarter der Universal Music Group International für die Planung und Ausführung globaler Marketing- und PR-Kampagnen verantwortlich.

06: Mit **Johanna Dieckmann** (25 Jahre) und **Judith Knabe** (27 Jahre) erhält das Beauty-Team der Agentur Brandzeichen in Düsseldorf Verstärkung durch zwei weitere Account-Manager. Dieckmann studierte Germanistik und Kunstgeschichte und kann auf fundierte journalistische Expertise zurückblicken. Knabe studierte Kommunikationswissenschaft, Wirtschaftspolitik und Soziologie und konnte bereits diverse Agenturerfahrung in den Bereichen Beauty, Healthcare und Lifestyle sammeln. Als dritter Neuzugang im Brandzeichen-Team erweitert **Lynn Marie Zapp** (28 Jahre) als Diplom-Kommunikationsdesignerin die neu gegründete Abteilung „Creative Solutions Lab“ (CSL).

UNTERNEHMEN:

07: **Derek Perez**, Director of Public Relations, verlässt nach elf Jahren den Grafikchip-Spezialisten Nvidias in Santa Clara, CA (USA) und stellt sich neuen Herausforderungen. Von welcher Seite diese Trennung ausging und ob sie auf Differenzen oder der allgemein noch immer schlechten Wirtschaftslage und damit nötigen Einsparungen beruht, ist noch unklar: Perez betonte aber, er hätte ein "neues Abenteuer" bekommen. Perez war

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

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!

mehrfach wegen dubioser Guerilla-PR und rüdem Umgang mit Journalisten und Kritikern in die Kritik der IT-Szene geraten.

08: **Silvia Schweigart** (32) übernimmt bei der Jeansmarke Mustang den Posten des Head of International Marketing. In dieser Funktion kümmert sie sich vom Frankfurter Standort aus um Brand Marketing, Trade Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Die Position wurde vor dem Hintergrund der geplanten Internationalisierung der Marke neu geschaffen und zum ersten Mal besetzt. Schweigart kommt von Laurèl, wo sie zuletzt als Director Marketing & Communications tätig war.

09: **Melanie Schacker**, ehemalige Pressesprecherin der Intercontinental Hotels Group, der Lufthansa City Center sowie des Deutschen Reise Verbandes (DRV) ist seit August 2001 unter dem Namen PR Solutions by Melanie Schacker als freie PR Beraterin in Frankfurt am Main tätig. Die Airlink Holup mit Sitz in Königswinter hat sie per sofortiger Wirkung mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Form einer externen Pressestelle beauftragt.

10: **Sandra Kaul** übernimmt künftig die strategische und inhaltliche Leitung sämtlicher kommunikativer Aktivitäten des in Berlin angesiedelten Unternehmens Erdgas Mobil. Als Expertin für integrierte Kommunikation war Kaul zuvor in verschiedenen Berliner PR-Agenturen tätig, zuletzt bei Scholz & Friends Agenda.

11: **Gerd Graus** (49) wird ab 1. Oktober als Leiter Medien und Pressesprecher das Team von Hertha BSC verstärken, er war bereits in der Saison 1997/1998 als Pressesprecher bei Hertha BSC tätig. Seit 2006 ist der frühere Sportjournalist als Pressesprecher und Leiter Medien/Öffentlichkeitsarbeit beim Dachverband des Deutschen Sports, dem Deutschen Olympischen Sportbund, tätig. Graus wird gemeinsam mit **Peter Bohmbach** (50), Leiter der

Öffentlichkeitsarbeit, die Abteilung Medien und Öffentlichkeitsarbeit bei Hertha BSC verantworten.

12: **Andreas Kühner** (50), Director Communications von SevenOne Media in Unterföhring, hat das Vermarktungsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group verlassen. In seiner Funktion war Kühner auch für die Kommunikation des Vorstandsbereichs Sales & Marketing der ProSiebenSat.1 Group verantwortlich. Die ProSiebenSat.1 Group führt derzeit ihre bisher dezentralen Kommunikationsbereiche in der Konzernholding zusammen.

13: **Nathalie Greve** übernimmt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Infiniti in Deutschland, sie ist als Ansprechpartnerin unter anderem für alle Produkthanfragen, Testwagen und Presseveranstaltungen zuständig. Greve ist seit 2007 bei Infiniti als Communications-Manager für den Europäischen Markt tätig und arbeitet seit Beginn 2009 auch für das Global Communications Team, sie übernimmt nun zusätzlich die PR für Deutschland.

14: **Daniele Nati** (32) ist seit 1. August Public-Affairs-Manager beim Tabakkonzern Reemtsma in Hamburg. Er folgt auf **Manuel Güll** (34), der das Unternehmen im Februar verlassen hat, um sich als Politikberater selbstständig zu machen. Seitdem war die Stelle vakant. Nati ist zuständig für die politische Kommunikation und die Interessenvertretung des Unternehmens gegenüber Politik und Verbänden. politik-kommunikation.de

MEDIEN:

15: **Roland Freund** (41) wird zum 1. Januar 2010 Leiter des dpa-Hauptstadtbüros in Berlin und übernimmt gleichzeitig die Führung des Ressorts Politik Deutschland. Er folgt in beiden Positionen **Martin Bialecki**, [der die dpa Ende Oktober auf eigenen Wunsch verlässt](#). In der Übergangszeit wird die Büroleitung kommissarisch von **Gerd**

Reuter, Koordinator des Bundeteams, und **Jörg Blank**, Dienstleiter Politik Deutschland, übernommen. Freund steuert zur Zeit von New York aus die Wirtschaftsberichterstattung der größten deutschen Nachrichtenagentur aus den USA.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

16: **Veit Mathauer**, Geschäftsführer der PR-Agentur Sympra in Stuttgart, ist in New York von der Mitgliederversammlung des Agenturverbands PRN (**Public Relations Network**) für zwei weitere Jahre als Vorstand bestätigt worden. Er hat diese Position bereits seit drei Jahren inne. **Sandrine Auvray** von Auvray & Associés in Paris und **Fabrizio Senici** von Soluzione Group in Brescia wurden ebenfalls als Board-Mitglieder wiedergewählt. Als Repräsentant von Amerika wurde **Jorge Acosta** von der Agentur Alterpraxis in Mexico City zum vierten Vorstand ernannt.

17: **Alexander von Gersdorff** (44) wechselt zum 1. September in die Presseabteilung des Verbands der Automobilindustrie (VDA) in Berlin. Er übernimmt die Nachfolge des stellvertretenden Leiter der Abteilung, **Andreas Kraus** (29). Der Diplom-Volkswirt ist seit viereinhalb Jahren Hauptstadtkorrespondent der "Rheinischen Post" mit den Schwerpunkten Wirtschaft, Verkehr und Umwelt.

Etats

Publicis Consultants und ZenithOptimedia sponsern PresseLounge 2009

Publicis Consultants I Deutschland und ZenithOptimedia sind erneut Sponsoren bei den diesjährigen Medientagen München. Vom 28. bis

30. Oktober treffen sich hier Entscheider, Experten und Multiplikatoren aus der Medien- und Kommunikationsbranche. Bereits zum zweiten Mal sponsern beide Unternehmen der Publicis Groupe die PresseLounge. Erstmals wird während der Medientage in der PresseLounge eine moderierte Diskussionsrunde für akkreditierte Journalisten und geladene Experten veranstaltet. Zum Thema Twitter, Blogs & Co. Bürger als Co-Journalisten diskutieren dabei Blogger, Redakteure und Medienvertreter.

G+J Wirtschaftsmedien erweitern FTD-Konferenz-Kooperation mit Faktor 3

Die Gruner +Jahr Wirtschaftsmedien erweitern ihre Zusammenarbeit im Konferenz-Bereich mit Faktor 3 (GPRA) ab sofort um die "Capital Gipfel". Damit betreut das Conventions-Team der Hamburger Kommunikationsagentur neben den Konferenzen der 'Financial Times Deutschland' nun auch das

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!

Konferenzformat von 'Capital'. Gemeinsam mit den

G+J Wirtschaftsmedien wird Faktor 3 die Reihe der "Capital Gipfel" künftig um neue Themenbereiche ausbauen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (35) (31.+32.KW-09)

01: Aviso-Solutions, Hamburg
was: *PR-Etat*

an: **Eyecansee Communications**, Hamburg

02: hmmh multimediahaus, Bremen
was: *PR-Etat*

an: **achtung! kommunikation** (GPRA), Hamburg

03: Lebenshilfe Cuxhaven
was: *Relaunch der Website*

an: **Laub & Partner**, Hamburg

04: ODS - Office Data Service, Berlin
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR4you**, Berlin

05: beaconeer publishing, Bad Feilnbach
was: *Presse zum Launch des Webportals 18bits*
an: **nexthop communications**, Unterhaching/München

06: dilitronics, Jena
was: *PR-Etat mit dem Schwerpunkt Marketing-PR*
an: **Tower PR**, Jena

07: TPI, Frankfurt am Main
was: *PR-Etat für die Unternehmenskommunikation*
an: **AxiCom PR**, Puchheim

08: STA Travel, Frankfurt am Main
was: *PR-Etat zur Neueröffnung von Shops bundesweit*
an: **ReComPR**, Mainz

08: Tempton Group, Essen
was: *Public Relations zur Intensivierung der Medienarbeit*
an: **Die Kommunikationsabteilung Fauth & Gundlach**, Wiesbaden

10: Privatpraxis Jutta Hahr, Frankfurt am Main.
was: *Online-PR-Maßnahmen zum relaunch der Internetseite*
an: **oha communication Oliver Hahr**, Stuttgart

11: Gymboree Play&Music, München
was: *PR-Etat für die Consumer- und Business-Communication in Deutschland*
an: **DeussenKoch Agentur für Kommunikation**, München

12: Semigator, Wiesbaden
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Weiterbildungsportal semigator.de*
an: **Publiplikator**, Berlin

13: Gemeinnützige Gesellschaft Buddhismus in Frankfurt am Main
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Besuch des Dalai Lama in Frankfurt*
an: **PSM&W Kommunikation**, Frankfurt am Main

14: Messe Berlin
was: *internationale Medienpartnerschaft zur Nachrichtenverbreitung von Messenews*
an: **Business Wire**, Frankfurt am Main

15: Singita Game Reserves, Rheine
was: *PR-Kampagne für die neun afrikanischen Luxuslodges „Singita Game Reserves“*
an: **Hasselkus WeberBenAmmar PR**, Bad Soden am Taunus

16: Investitionsbank Berlin (IBB)
was: *Konzeption, Organisation und Kommunikation der 3. Berliner Wirtschaftskonferenz*
an: **We Do communication**, Berlin

17: Talecris Biotherapeutics, Frankfurt
was: *Integrierten Kommunikationskampagne einschliesslich PR für die Marke Gamunex 10%*
an: **Bird & Schulte Advertising**, Freiburg

18: RWE, Essen
was: *PR-Etat für kommunikative Maßnahmen zur Autostrom-Roadshow „Tankstelle der Zukunft“*
an: **TTS Agentur05**, Köln

19: Columbia Hotels & Resorts
was: *Etat für die Kommunikationsarbeit für die insgesamt vier deutschen Hotels bundesweit*
an: **Raike Kommunikation** (GPRA), Hamburg

20: moresophy, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Beratung in der strategischen Kommunikation*
an: **Brand+Image – Timothy K. Göbel**, Eching am Ammersee

21: Nationalparkgemeinden, Neuschönau
was: *Betreuung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Initiative „Tierisch Wilde Nationalparkregion“*
an: **Comeo Werbung, PR, Event**, München

22: Alzinger & Vogel Softwareentwicklung (AVS), Hohenfels
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz in den Bereichen Produkt- und Unternehmenspositionierung*
an: **Weissenbach PR**, München

23: IESE Business School, München
was: *Durchführung einer umfassenden Studie über die derzeit wichtigsten Trends und Herausforderungen im Management deutscher Unternehmen*
an: **Maisberger**, München

24: Symantec, Aschheim
was: *PR-Etat für die Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland mit Schwerpunkt*

Unternehmenskommunikation und PR für die Geschäftskundensparte
an: **Lewis PR**, München

25: Unternehmensberatung "Die Kernforscher", Hamburg
was: *Pressearbeit und Unternehmenskommunikation*

26: Birke & Friends Publishing, Zella-Mehlis
was: *Pressearbeit zum Namenswechsel des Titels "#3 - Living Art Magazin"*
an: **ursula reimers consulting & communications**, Hamburg

27: Soho House, Berlin
was: *Pressearbeit rund um die Eröffnung*

28: Kull & Weinzierl, München
was: *klassische Pressearbeit sowie die Einladung und Betreuung von Journalisten auf Events*
an: **häberlein & mauerer**, Berlin / München

29: Schumacher Packaging, Ebersdorf
was: *Pressearbeit und Kommunikation des Namenswechsels*

30: Cliplister, Kiel
was: *Presstexte für Fach- und Branchenmedien sowie Speaking Opportunities bei Fachveranstaltungen*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

31: Oral Prevent Mundhygiene Produkte, Hamburg
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, B2B- und B2C-Kommunikationsmaßnahmen*

32: Fachkreis Junge Kieferorthopädie, Oberursel
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, B2B- und B2C-Kommunikation*

33: Orthos Fachlabor für Kieferorthopädie, Oberursel
was: *Kommunikation mit Zahnärzten und B2C-Pressearbeit für das Produkt HarmonieSchiene*
an: **komm | public**, Ehlershausen

34: Emile Henry, Marcigny (FR)
was: *strategische Unternehmens-, Marken- und Produkt-PR in Deutschland*

35: Rössle & Wanner GmbH, Mössingen
was: strategische Unternehmens-, Marken- und Produkt-PR
 an: **Blume PR**, Hamburg

anhaltende Kontrollverlust aller Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Dies ist das Ergebnis einer psychologischen Langzeitstudie des Berliner Marktforschungsinstituts A&B Framework zur Wahrnehmung der Finanzkrise. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche

Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft auf weiteren verschlungenen PR-Wegen

Am 24. Juli berichteten wir auf Veranlassung des gemeinnützigen Vereins [LobbyControl](#), der über Machtstrukturen und Einflusstaktiken in Deutschland und der EU aufklären will, über eine [merkwürdige PR-Kampagne der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft \(INSM\)](#), mit der unter der Journalistentarnkappe eifrig PR gemacht wurde (siehe [Newsletter Nr. 209 vom 28. Juli](#)). Dabei kann man den Eindruck gewinnen, dass hier der Bürger über eine kommerzielle Kommunikationskampagne im Unklaren gelassen werden soll. Nicht nur der Bürger erfährt nicht, wer ihm hier etwas souffliert, die angeheuerten (neudeutsch: gecasteten) Journalisten selber wurden mit Versprechungen gelockt, die sich als Luftschlöcher erwiesen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Trugbild Wirtschaft – Studie von A&B Framework zur Wahrnehmung der Wirtschaft in der Krise erschienen

Die Bürger zweifeln immer stärker an den Grundlagen des Wirtschaftssystems. Dieses erscheint ihnen zunehmend als virtuelles 'Trugbild', in dem Realität, Täuschung und Selbsttäuschung kaum noch auseinander zu halten sind. Kern der Krise ist nicht die oft zitierte Gier der Bankmanager, sondern der völlige und

Interne Kommunikation profitiert von der Krise doppelt

Die gegenwärtige Wirtschafts- und Finanzkrise wird die Arbeit der Internen Kommunikation eher stärken als schwächen. Aber die ökonomischen Rahmenbedingungen sind natürlich vorrangige Themen für die Verantwortlichen der innerbetrieblichen Informationspolitik. Zu diesem Ergebnis kommt eine Befragung des Institutes für Interne Kommunikation & Informationskultur (Dortmund/Heidesheim bei Mainz). Gemeinsam mit dem Institut der Medienforschung der Universität Siegen und mit Unterstützung des Arbeitskreises Interne Kommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) wurden 500 Unternehmen und andere Organisationen befragt. Die Rücklaufquote bei diesem "Trendmonitor Interne Kommunikation 2009" lag bei über zehn Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Berlin Relations: Neues Agenturnetzwerk für die Hauptstadt

Drei Kommunikationsagenturen aus Frankfurt am Main, Hamburg und München lassen sich gemeinsam in Berlin nieder. B|CC - Business Communications Consulting, PR Partner Societät für Öffentlichkeitsarbeit (GPRA) und Raiko Kommunikation (GPRA) sind ab sofort mit einem gemeinsamen Büro in Berlin-Mitte präsent. Unter dem Namen „Berlin Relations“ versteht sich der Agenturabnehmer als kompetenter Partner im

politischen Gefüge der Hauptstadt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (6) (31.+32.KW-09)

01: Hohe **Auszeichnung für den Geschäftsbericht 2008 von Bayer**: Bei der Vergabe der Vision Awards des US-Kommunikationsverbands "League of American Communications Professionals" (LACP) wurde das Leverkusener Unternehmen in der Kategorie "Chemie" mit Gold ausgezeichnet. In der Kategorie "Bester Finanzteil" für die Region Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) gewann Bayer zudem Bronze. Mit dem Vision Award beurteilt die LACP jährlich Geschäftsberichte aus der ganzen Welt und vergibt Preise für die einzelnen Branchen und in weiteren Kategorien. Zum diesjährigen Wettbewerb wurden mehr als 3.500 Publikationen aus 22 Ländern eingereicht.

02: **Dorothea Hohn stellt ihre neue Firma global communication experts** in Frankfurt am Main (www.gce-agency.com) vor. Inhaber und geschäftsführender Gesellschafter der Agentur mit Sitz in Frankfurt ist neben Dorothea Hohn (44) auch Ralf Engelhardt (43). Das junge Unternehmen hat bereits nach einigen Wochen die ersten zehn Kunden unter Vertrag. Die neue Kommunikations-Agentur arbeitet mit einem erfahrenen Team von Profis, die schon bis zu 20 Jahre im Touristik- und Mediensektor tätig. Hohn und ihr Team kennen die Bedürfnisse von Unternehmen genauso gut wie die von Tourismus-Organisationen und touristischen Repräsentanzen, Messen, Hotelketten, Airlines und Verbänden.

03: Mit den inhabergeführten Kommunikations-Agenturen **Heinrich Public Relations Consultants** und **Heinrich Werbeagentur** mit Sitz in Ottenbach bei Zürich hat sich die Münchner Agentur **Communication Presse und**

PR zwei kompetente **Partner** an die Seite geholt. International agierende Kunden aus den Bereichen Healthcare, Pharma und IT profitieren durch die Kooperation von einem gleichbleibend hohen Qualitätsstandard und den intensiven und langjährigen Kontakten zu meinungsführenden Medien in Deutschland und der Schweiz. Mit dem Ergebnis, dass die Budgets auch bei grenzüberschreitender Pressearbeit nicht unnötig belastet werden.

04: Der **Public Relations Verband Austria (PRVA) in Wien** hat zum 26. Mal den vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ) ausgelobten **Staatspreis für Public Relations ausgeschrieben**. Das Ministerium möchte mit der Stiftung dieses Preises die professionelle Öffentlichkeitsarbeit österreichischer Unternehmen fördern und auszeichnen. Unternehmen aus allen Wirtschaftsbranchen, Agenturen, Institutionen, Organisationen und Verbände sind ab sofort eingeladen, bis 25. September 2009 Kommunikationskonzepte in den Kategorien interne Kommunikation, Vertriebsunterstützende PR, Finanzmarkt PR, Public Affairs und Image PR. einzureichen. Infos: www.prva.at

05: Bei den amerikanischen **LACP Vision Awards** in San Diego/USA, einem der weltweit wichtigsten **Wettbewerbe für Geschäftsberichte**, wurde der **Beiersdorf** Online-Geschäftsbericht Kategorie-übergreifend mit Gold ausgezeichnet. Der Geschäftsbericht gewann bei den Unternehmen mit einem Umsatz von mindestens einer Milliarde US-Dollar Gold mit 97 von 100 Punkten. Auch der Print-Bericht wurde das Hamburger Unternehmen in einer Kategorie mit Gold ausgezeichnet.

06: Die PR-Agentur Zucker.Kommunikation mit Sitz in Berlin startet eine systematische **Integration der Agenturkunden in Social Media Newsrooms**. Herzstück des Angebotes sind frei gestaltbare Pressebereiche, die alle Online-Aktivitäten der Public Relations bündeln. Auf der neutralen Top-

Level-Domain www.newsroom.eu erhalten Kunden individualisierte und auf ihre Bedürfnisse und Zielgruppen ausgerichtete Themen- und Materialplattformen.

Medien

Dax-Unternehmen bei Twitter: Zurückhaltung überwiegt

Für die Kommunikation der Dax-Unternehmen spielt Twitter derzeit keine große Rolle. Rund die Hälfte der Konzerne hat keinen beziehungsweise keinen regelmäßig gepflegten Twitter-Account. Gut vertreten sind bei Twitter vor allem die IT-Konzerne und die Lufthansa. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

FAZ konkt sich durchs Sommerloch

Jetzt ist es passiert. In der FAZ. Der DJV-Vorsitzende Konken hat sich selbst an der Nase herum geführt. Über seinem besonderen Ausweis qualifizierter Recherche über Urheberrecht, Google und das Verlagswesen der Zukunft hatte sich die Blogosphäre bereits ausgelassen. Er erklärte dort, man ziehe gemeinsam an einem Strang mit den Verlegern, wenn es gegen die Gratiskultur im Netz und die Gewinne von Google im Besonderen gehe – vor allem, da Google ja ein Monopol nie gekannter Meinungsmacht darstelle. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medienwandel: Die kommende Fragmentierung der Medienbranche

Dass in der Medienbranche in den nächsten Jahren kein Stein auf dem anderen bleiben wird, ist inzwischen wohl weitgehend klar. Aber wie wird die Medienbranche des Digitalzeitalters aussehen? Eins ist fast sicher: Sie wird nicht mehr von riesigen Konzernen beherrscht werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wirtschaftsjournalisten: Themenkomplexe der Zukunft CSR mit Spitzenplatz

Für Pressestellen sind die zukünftigen Themenschwerpunkte von Wirtschaftsredaktionen eine wichtige strategische Stellschraube. Im Rahmen unserer Jahresumfrage 2009 unter 295 Wirtschaftsjournalisten stellte das Heroldsberger Wirtschaftsforschungsinstitut Dr. Doeblin deshalb die Frage: „Welche Themenkomplexe werden für die Wirtschaftsberichterstattung Ihrer Redaktion in den nächsten Jahren an Bedeutung verlieren, welche werden in ihrer Bedeutung unverändert bleiben, welche werden an Bedeutung zunehmen?“. Den Journalisten lag eine Themenliste aus den Bereichen Unternehmen, Gesamtwirtschaft, Verbraucher sowie Technologie/Wissenschaft vor. Mehrfachangaben waren möglich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ZAK: Beanstandungsverfahren wegen Schleichwerbung in elf Fällen

Halbjahresbilanz der Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) der Landesmedienanstalten: Gewinnspiele und Schleichwerbung im Fokus. Schwerpunkte der Aufsichtsarbeit der

Landesmedienanstalten im ersten Halbjahr 2009 bildete die Prüfung möglicher Programmverstöße in den Sendungen der privaten Fernsehveranstalter. Im ersten Halbjahr 2009 beschäftigte sich die ZAK mit 51 Fällen mit Verdacht auf Verstöße gegen Programmgrundsätze bzw. sonstige Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (6) (31.+32.KW-09)

01: Online-Werbeträger: IVW ändert Ausweisung von Nutzungsdaten. Die von der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) monatlich ermittelten Leistungswerte von Online-Medien werden zum Ende des laufenden Jahres dem Markt in einer neu strukturierten und erweiterten Ausweisung zur Verfügung gestellt. Darauf einigten sich die Delegierten der Werbungtreibenden, Agenturen und Medienanbieter im zuständigen Organisationsausschuss der neutralen Prüfgemeinschaft. Nach den Beschlüssen des Gremiums rückt in der Gesamttabelle der IVW-Ausweisung die Messgröße Visit (Besuche - Anzahl der zusammenhängenden Nutzungsvorgänge eines Angebots) in den Vordergrund. [ivw.de](#)

02: Rundfunkhörer wollen interaktiv sein: Im Rahmen ihrer Diplomarbeit "Interactive Media im privaten Hörfunk" an der Rheinischen Fachhochschule Köln hat die Radiomoderatorin Julia Schutz über 500 Radiohörer in ganz Deutschland befragt, wie intensiv sie gerne mit ihrem Privatrado in Kontakt treten würden. Die Ergebnisse der Untersuchung zur Nutzung und Wirkung von interaktiven Radioangeboten wurden erstmals auf den Lokalrundfunktagen 2009 der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) in Nürnberg vorgestellt. Wichtigste

Erkenntnis: Die Sender unterschätzen offenbar die Dialogbereitschaft ihrer Hörer und verschenken damit wertvolles Potenzial für attraktive Inhalte und alternative Erlösquellen. [bpb.de](#)

03: Das Erste mit schwächstem Monat seiner Geschichte. Das Erste verliert zusehends an Zuspruch. Der Juli 2009 war der bislang schwächste Monat in der Geschichte des Senders - sowohl beim Gesamtpublikum als auch bei den Jüngeren. Schlecht sah es auch für RTL und ProSieben aus. kabel eins setzt die Rekordjagd fort. [dwdl.de](#)

04: Marken kämpfen um ihre Kunden: Wenn Marken in Folge der aktuellen Wirtschaftskrise vom Markt verschwinden würden, ist dies für nahezu jeden zweiten deutschen Konsumenten der normale Lauf der Dinge. Dieser Befund ist auch eine Folge der Diskussionen, die derzeit um das Überleben auch von Traditionsmarken wie Opel, Schiesser oder Märklin geführt werden. Die ernüchternde Erkenntnis: Nur jeder vierte Deutsche gibt an, dass er seine präferierte Marke wirklich vermissen würde, wenn sie im Zuge der Rezession vom Markt verschwinden würde. Diese Ergebnisse gehen aus einer aktuellen Studie „Building Brands in Troubled Times“ hervor, in der TNS Infratest in Deutschland und den fünf weiteren europäischen Ländern Frankreich, Großbritannien, Italien, Niederlande und Spanien untersucht hat, wie die Konsumenten auf die durch die Rezession veränderte Markenlandschaft reagieren und welche Möglichkeiten für eine erfolgreiche Markenführung in der Krise bestehen. [tns-infratest.com](#)

05: Journalismus im Internet: Gratis war gestern. Die News Corp, einer der größten Medienkonzerne der Welt, stellt ihre desaströsen Jahreszahlen vor. Doch Rupert Murdoch, der große alte Mann im amerikanischen Mediengeschäft, hat noch mehr Neuigkeiten zu verkünden. "Qualitätsjournalismus ist nicht billig", hebt der Vorstandschef von News Corp. an und kommt dann schnell zur Sache: "Wir haben vor, für die Nutzung

aller unserer Nachrichtenseiten im Internet in Zukunft Geld zu verlangen", kündigt er an. "Noch in diesem Geschäftsjahr" will Murdoch seine Mautstellen auf der Datenautobahn eröffnen. Selbst die Onlineleser seiner britischen Boulevardblätter "Sun" und "News of the World" will er zur Kasse bitten. faz.net

06: Zu wenig Unternehmen berichten über CSR. Weniger als die Hälfte der deutschen Großunternehmen berichten transparent und umfassend zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortungsübernahme. (...) Bei der Zahl der CSR-Erstberichte haben allerdings der Handel und die Banken zugelegt. Die meisten Unternehmen setzen inzwischen auf eine Kombination von Print- und Online-Berichterstattung. Prägende Themen der aktuellen Nachhaltigkeitsberichte sind der Klimawandel und die Finanzkrise. Das berichten future und das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) als Ergebnisse ihrer Unternehmensbefragung zur Praxis der Nachhaltigkeitsberichterstattung in deutschen Großunternehmen. csr-news.net

Stamm Medien-Newsletter August 2009

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im Juli 2009 wurden 7.1662 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

Cision Media Updates liefert Rankings der Top-Blogs

Cision, Dienstleister Bereich Mediendaten, Distribution, Monitoring und Analyse in der PR und Kommunikation, versendet ab sofort immer freitags den wöchentlichen Newsletter Media Updates. Dieser enthält eine Zusammenfassung der wichtigsten News in der Medienlandschaft – sortiert nach Printmedien, Onlinemedien und Broadcast. Darüber hinaus veröffentlicht Cision regelmäßig Rankings mit den zehn Top-Blogs bezogen auf ein branchenspezifisches Thema. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vertrauen in die Wirtschaft steigt weltweit

Das Vertrauen in die Wirtschaft hat sich stabilisiert und verzeichnet in einigen der größten Märkte weltweit eine signifikante Erholung. Zu diesem Ergebnis kommt eine **aktuelle Ergänzung des Edelman Trust Barometers**, für die 1.675 Meinungsführer in sechs Ländern zu ihrem Vertrauen in die Institution Wirtschaft befragt wurden. Ein Vergleich der aktuellen Befunde mit den im Januar diesen Jahres veröffentlichten Werten des zehnten Edelman Trust Barometers offenbart einen signifikanten Vertrauenszuwachs. Demnach ist knapp die Hälfte der Meinungsführer (48 Prozent) in den Vereinigten Staaten überzeugt, dass die Wirtschaft die richtigen Maßnahmen ergreift, gegenüber nur 36 Prozent im Januar. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

EU-Kommissionsbericht: Digitale Wirtschaft kann Europa aus der Krise führen

Der Bericht der Europäischen Kommission über die digitale Wettbewerbsfähigkeit Europas verdeutlicht die großen Fortschritte, die Europa seit 2005 im digitalen Sektor gemacht hat: 56 % der Europäer nutzen heute regelmäßig das Internet, 80 % von ihnen über einen schnellen Internetanschluss (gegenüber nur einem Drittel im Jahr 2004). Damit steht Europa in Bezug auf das Breitband-Internet an der Weltspitze. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Was Journalisten dürfen

Interviews, Zitate, Bilder, Informanten. Ein Journalist soll die Öffentlichkeit über Veränderungen und Missstände in der Gesellschaft informieren. Das kann er nur, wenn ihm der Gesetzgeber Privilegien einräumt. Diese besonderen Rechte werden von der Justiz von etlichen Vorschriften und Richtlinien beschränkt, an die sich jeder Journalist halten muss. Welche Rechte und Pflichten Sie als Journalist im beruflichen Alltag beachten sollten, erklären wir Ihnen in unserem (meedia.de) Ratgeber zum Presserecht.

Den Artikel von Felix Disselhoff am 7. August in Meedia.de [hier online weiterlesen](#).

Service compact (5) (31.+32.KW-09)

01: Hamburg ist die Stadt mit den besten ökonomischen Aussichten in Deutschland.

Das ist das Ergebnis einer Exklusivstudie des Wirtschaftsforschungsinstituts Feri in Bad Homburg. Im Auftrag des Magazins Capital haben die Experten untersucht, wie sich in den 60 wichtigsten Kommunen zwischen 2006 und

2015 Wirtschaftsleistung, Arbeitsplätze, Bevölkerung und Kaufkraft entwickeln. Hamburg steigt gegenüber der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2007 von Platz vier auf und verdrängt München von der Spitzenposition. Die Bayern liegen jetzt auf Rang zwei, gefolgt von Münster und Wiesbaden. [capital.de](#)

02: Die Krisentypen in der Rezession: TNS Infratest identifiziert sechs verschiedene Konsumententypen in der Krise mit der dazugehörigen Markenstrategie als Grundlage für erfolgreiche Markenführung. Die Verbraucher gehen mit der aktuellen Rezession sehr unterschiedlich um. In der gegenwärtigen Wirtschaftskrise entwickeln die Konsumenten individuelle Konsumstrategien. TNS Infratest hat in einer aktuellen Untersuchung mit dem NeedScope Modell diese verschiedenen Strategien erforscht und am Ende sechs unterschiedliche Krisentypen identifiziert. [tns-infratest.com](#)

03: Für den Schadenfall gewappnet: Vorsorge für Kommunikationsagenturen. Pannen beim Druck, Beratungsfehler oder zeitliche Verzögerung der Dienstleistungen können im Alltag einer Kommunikationsagentur immer passieren und haben womöglich schwerwiegende finanzielle Folgen. Ein richtiger Versicherungsschutz ist notwendig, um im Schadenfall Verluste zu reduzieren. Dabei sind die häufigsten Risiken unspektakulär, denn oft steckt der Teufel im Detail. Der Spezialversicherer Hiscox blickt auf 15 Jahre Erfahrung in der Medienbranche zurück und hat nun seine Versicherung für Marketing-, PR- und Werbespezialisten überarbeitet. Die Police Medienagenturen by Hiscox, die früher WaMP hieß, ist eine Berufshaftpflicht- und Vermögensschadenhaftpflicht-Versicherung, die speziell auf die Bedürfnisse der Kommunikationsbranche ausgerichtet ist. Weitere Informationen: [Hiscox](#)

04: Die soziale Nachhaltigkeit von Produkten soll zukünftig messbar werden. Daran arbeitet

eine internationale Expertengruppe, koordiniert vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen UNEP sowie von der Gesellschaft für Umwelttoxikologie und -chemie. Die Gruppe entwickelte einen neuen Leitfaden zur Sozialbilanz entwickelt, der erstmals den gesamten Lebenszyklus eines Produktes berücksichtigt. csr-news.net

05: 83 Prozent der Wirtschaftsjournalisten im deutschsprachigen Raum besuchen lieber eine klassische Pressekonferenz als an einer Online- oder Telefonkonferenz teilzunehmen.

Das ist das Ergebnis einer aktuellen Online-Umfrage von HBS International. An einer Pressekonferenz vor Ort schätzen die Befragten besonders die direkte Kommunikation mit dem Unternehmen sowie die Möglichkeit zum Fotografieren. Online- und Telefonkonferenzen empfinden sie dagegen als anonym und unpersönlich. Wichtig neben dem Thema ist der Zeitpunkt der Pressekonferenz. Montag und Freitag sind weniger beliebt. Als günstigsten Termin sehen Journalisten klar den Donnerstag (81 %), gefolgt von Mittwoch (66 %) und Dienstag (62 %). Nähere Informationen unter www.hbs.com.

Termine + Tagungen

MFG BaWü-Tagung: Twitter in der Unternehmenskommunikation

Kostenloser Informationsabend der MFG Baden-Württemberg am 13. Oktober in Stuttgart mit Praxisbeispielen von Daimler, Sparkasse Pforzheim/Calw, Kanzlei Diem & Partner und Netformic. Moderation: Bernhard Jodeleit, PR-Agentur Symptra (GPRA), Stuttgart. Die [Anmeldung](#) ist bis zum 2. Oktober 2009 erforderlich, die Teilnehmerzahl ist begrenzt. In der Abendveranstaltung berichten erfolgreich

twitternde Unternehmen und Dienstleister aus ihrem Zwitscher-Alltag. Sie geben praktische Tipps und erklären den Teilnehmern, wie sie Twitter in ihre eigene Kommunikation integriert haben. Welche Chancen sie für ihr Marketing sehen kommt ebenso zur Sprache wie mögliche Probleme und die rechtlichen Fragestellungen. Informationen zur Veranstaltung auf Twitter: www.twitter.com/mfg_innovation.

62. ESOMAR-Jahreskongress vom 15. bis 18. September in Montreux

ESOMAR, der Weltverband für Fachleute in der Meinungs- und Marktforschung, gibt das Programm für seinen 62. Jahreskongress vom 15. bis 18. September in Montreux (Schweiz) bekannt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (6) (31.+32.KW-09)

01: Am 15. September 2009 findet die Veranstaltung „**Datenschutz: Fakten aus erster Hand. B2B und B2C – Was ändert sich und worauf müssen Medien zukünftig achten?**“ in Stuttgart statt. Das Thema Datenschutz ist aufgrund einiger Medienskandale derzeit in aller Munde. Was aber ist abseits von der öffentlichen Wahrnehmung wirklich relevant für ein Medienhaus? In der B2B Kommunikation ist der Versand von Magazinen an Entscheider mehr als nur die Basis der verbreiteten Auflage. Hier werden Neukunden gewonnen, Interessen geweckt und Produkte des Verlags verkauft. Welche Lösungen bietet das Datenschutzgesetz nach der Novelle hier? Wie also, kann sich ein Medienhaus auf die Veränderungen einstellen und welche Chancen gibt es auch in Zukunft potenzielle Leser und User zu erreichen? Fakten, Regeln, Richtlinien und Fallbeispiele zeigen den gangbaren Weg nach der

Datenschutznovelle auf. [Hier finden Sie weitere Details](#)

02: Public Relations ist keine Zauberei, auch wenn es manchmal so scheint. Sie funktioniert nach bestimmten Gesetzmäßigkeiten, die sich allerdings gerade grundlegend verändern, und sie muss auf die dahinterliegenden Ziele genau abgestimmt sein. Die Medienlandschaft wandelt sich - doch nach wie vor sind interessante Informationen und eine zielgruppengerechte Art, sie zu kommunizieren, der Schlüssel zum Erfolg. **"Experten-Sprechstunde: PR-Probleme lösen"** ist eine Plattform, um Fragen zu allen Themen der PR ohne Scheu(klappen) zu stellen. Konstantin Breyer, Geschäftsführer der Agentur Xpand21 und ehemaliger Redaktionsleiter bei der BILD-Zeitschriftengruppe, beantwortet Fragen zur Kommunikation über Medien und auf Online-Plattformen und gibt praktische Tipps für erfolgreiche PR-Arbeit. Termin und Ort: 27. August 2009 19.00 bis 22.00, Literaturhaus München, Salvatorplatz 1, 80333 Altstadt-Lehel, München, Infos: www.pr-agentur-xpand21.de

03: Um nicht nur zu den Überlebenden, sondern zu den Gewinnern dieser Tage zu zählen, haben die Kommunikationsprofis von **ad publica** und die **Meridian Academy** die **Management-Workshopreihe "Beweglich durch bewegte Zeiten"** ins Leben gerufen. Die drei Veranstaltungen im September zeigen Wege aus der Banken-, Finanz- und Wirtschaftskrise. Gleichzeitig geben sie innovative Anregungen, die helfen, in den momentan sehr bewegten Zeiten Chancen zu erkennen. Die Workshops finden am 16., 18. und 19. September bei ad publica in der Hamburger Speicherstadt und in der Meridian Academy in Hamburg-Wandsbek statt. Weitere Informationen unter: www.beweglich-durch-bewegte-zeiten.de.

04: Der **Convento Medienbeobachterkongress** in Düsseldorf wird vom 7. Oktober 2009 auf den 16. März 2010 verschoben.

05: Der Fachverband Medienproduktionen (**f:mp**), Zell/Mosel veranstaltet zusammen mit Network am 15. und 16. September in Frankfurt am Main das **"Symposium Unternehmensberichte 2009"** (Ideen.Konzepte. Prozesse. Lösungen). Infos: www.symposium-unternehmensberichte.de.

06: **Xpand21** lädt am 27. August abends ins Literaturhaus in München zur **"Experten-Sprechstunde: PR-Probleme lösen"**. Konstantin Breyer, Xpand21-Gf und ehemaliger Redaktionsleiter der Bild-Zeitschriftengruppe beantwortet Fragen zur Kommunikation über Medien und auf Online-Plattformen und gibt praktische Tipps für eine erfolgreiche PR-Arbeit. Infos: www.xpand21.com.

Ausbildung + Seminare

Horizonte Lectures: neue Veranstaltungsreihe mit UMC Potsdam

Gemeinsam mit der Horizont Stiftung startet die UMC Potsdam (FH) eine neue Veranstaltungsreihe, die Horizonte Lectures. Die Auftaktveranstaltung der bundesweit geplanten Reihe findet am 16. September in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaft am Gendarmenmarkt in Berlin statt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

32. DAPR-Grundausbildung startet am 28. August in Frankfurt

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) veranstaltet vom 28. August bis 29. November 2009 in Frankfurt am Main die 32. Grundausbildung mit Prüfungsoptionen. Im Vordergrund der Ausbildung steht die komprimierte Vermittlung von praxisorientiertem PR-Fachwissen.

Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Erarbeitung von PR-Strategien und dem passgenauen Einsatz von PR-Instrumenten wesentliche Zielsetzungen. Die insgesamt vier kompakten Unterrichtsmodule bereiten fakultativ auf die, in der Branchen anerkannten Prüfungen vor und schließen mit einem qualifizierten Teilnahmezertifikat der DAPR ab. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Seminarangebote von oeffentlichkeitsarbeit.de

Der Heidelberger PR-Seminaranbieter oeffentlichkeitsarbeit.de gibt seine Seminartermine für **September und Oktober 2009** bekannt:

- 07. bis 10. September: "Medienarbeit - das zentrale Feld der PR" mit Norbert Schulz-Bruhdoel.
 - 14. bis 17. September: "Entwicklung von PR-Konzeptionen".
 - 05. Oktober: "Internationale PR".
 - 14. und 15. Oktober: "Interne Kommunikation".
 - 19. bis 21. Oktober: "Redenschreiben"
 - 26. bis 29. Oktober: "Journalistisches Schreiben".
- Weitere Informationen und Anmeldung: www.oeffentlichkeitsarbeit.de.

Ausbildung compact (1) (31.+32.KW-09)

01: Im Oktober nehmen die nächsten Teilnehmer des berufsbegleitenden **Masterlehrgangs "PR und Integrierte Kommunikation" der Donau-Universität Krems** das Studium in Deutschland auf. **PR plus** richtet diesen etablierten Universitätslehrgang zum zweiten Mal an ihren Standorten in Heidelberg und Köln aus.

Fachliche Unterstützung bekommen die Studierenden durch **Uta-Micaela Dürig**, Leiterin Unternehmenskommunikation der Bosch-Gruppe, die die **Patenschaft** für den Lehrgang übernimmt. Die neue Lehrgangspatin ist eine erfahrene Unternehmenskommunikatorin und hat als Fachautorin zahlreiche Berührungspunkte zu Themen wie Corporate Identity, Heritage Communication, Change Management, Issues Management oder Konzeptentwicklung. Der nächste Lehrgang startet am 5. Oktober in Heidelberg. Derzeit werden noch Studienplätze vergeben: Bewerber können ihre Unterlagen bis zum 14. September bei PR plus einreichen. Weitere Informationen sowie alle Bewerbungsunterlagen zum Download: www.donau-uni.ac.at/prikd.

Das PR-Interview

Interview Nr. 14: Verdeckte PR und ihre Folgen für die Branche

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](http://k1.gesellschaft.für.kommunikation)

Das PR-Interview mit Heidi Klein zum Bahn-PR-Skandal und den Folgen

PR-Journal: Welche Folgen hat der Bahn-PR-Skandal für die Glaubwürdigkeit der Public Relations in Deutschland?



Heidi Klein: Die Skandale um die verdeckte PR bei der Deutschen Bahn und beim Biokraftstoff-Verband zeigen, dass die freiwillige Selbstkontrolle der PR-Branche solche Methoden nicht verhindert.

Daran ändern auch die nachträglichen Rügen des PR-Rates nichts. Der PR-Rat ist auf die freiwillige Mitarbeit der Akteure angewiesen, die eines Regelverstößes verdächtigt werden. Wenn sie dazu

nicht bereit sind, wie etwa die von der Bahn beauftragte Agentur EPPA GmbH, hat der Rat kaum Möglichkeiten, eine Aufklärung zu erzwingen. Der zweite Fall von Öffentlichkeitstäuschung durch die gleiche Agentur, diesmal im Auftrag des Biokraftstoff-Verbandes VDB, kam daher auch nicht durch die laufende Untersuchung des PR-Rates zum Bahn-Fall ans Licht, sondern durch hartnäckige Recherchen unsererseits. Insofern müssen jetzt schnellstmöglich umfassende verpflichtende Transparenzregeln geschaffen werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Wir sind Spamkönige

Wir Teutonen sind zur Abwechslung einmal wirklich gesegnet, führen in einem technologischen Feld völlig unangefochten: Niemand bekommt mehr Werbemüll zugeschickt als wir. Behauptet jedenfalls das Symantec-Tochterunternehmen MessageLabs, das auf der Suche nach einer Publicityträchtigen Füllung für das Sommerloch da mal nachgemessen hat. Demnach sind aktuell 97,5 Prozent aller an deutsche Adressen verschickten E-Mails Spam. Der Begriff dient als Bezeichnung für all den Werbemüll, die Betrugsmails und sexuell anzüglichen Offerten, die täglich ins elektronische Postfach rauschen.

Den satirischen Beitrag von Frank Patalong lesen Sie komplett auf spiegel.de

Kerlikowskys Kommentar über ... die Kosten der Krise und Erhards Erbe

Guten Tag! Hauptsache an die Macht, egal mit welchen Mitteln und welchen Folgen für das Land. Das scheint gegenwärtig von fast allen

Wahlkämpfern in Bund und Ländern das Motto zu sein. Um die Öffentlichkeit nicht mit hohen Arbeitslosenzahlen zu konfrontieren, läßt Bundesarbeitsminister Olaf Scholz (SPD) von der



Arbeitsagentur in Nürnberg ganze Arbeitslosen-Gruppen aus den Statistiken herausrechnen. Frühverrentungen sollen zusätzlich die Situation auf dem Arbeitsmarkt

schönen. Und durch die Zahlung von Kurzarbeitsgeld nicht nur für 18, sondern für 24 Monate und weniger strenge Maßstäbe, sind Hunderttausende, wenn nicht Millionen Arbeitnehmer offiziell nicht arbeitslos. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zehn Wörter, die von Pressemitteilungen verbannt werden sollten

Seit ich vor einigen Jahren begann, über Technologie zu bloggen, ist in mir ein immenses Gefühl des Hasses auf Pressemitteilungen gewachsen und das wird überhaupt nicht besser. Es ist nicht so, das ich die PR-Branche generell nicht mag, obwohl ich mich oft frage, wieso so viele von diesen Firmen im Geschäft bleiben, obwohl sie dieses in den letzten Jahrzehnten exakt auf die selbe Art betreiben, anstatt es weiter zu entwickeln. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pressekonferenzen: Horst Schlämmer vs. Vodafone

Zugegeben: ein Film ist ein emotionaleres Produkt, als Telekommunikation und die vermeintliche Bestrebung, Wähler zu mobilisieren, um Bundeskanzler zu werden, erfordert mehr Kreativität, als Telefonkunden anzuwerben. Der graue Kittel, Entschuldigung - Trenchcoat, von Horst Schlämmer verströmt jedenfalls mehr Esprit für die anwesenden Medien, als auf bunten

Sitzwürfeln hockende Journalisten von Designeranzugherren im Vodafone-Presse-Truck erleben. Wie man mit wenigen Mitteln, einer guten Story, guter Performance und etwas Nonchalance eine Pressekonferenz zum aufmerksamstarken Medienereignis werden lässt, zeigt uns der ehemalige stellvertretende Chefredakteur beim Grevenbroicher Tachblatt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Von wegen Haudegen wählen

Freiherr von Guttenberg ist kein Obama, eher ein Obatzda. Er bedient alle Sinne. Beliebt ist er derzeit wie sonst niemand auf der Berliner Bühne, der Pfiffikus. Ist ein geringer cw-Wert gut für die CSU? Steinmeier ist auch kein Prolet, aber auch ohne Profil. Steinbrück schert zuweilen rhetorisch aus, und wird zurückgepiffen. Die Frau, die wirklich den Rambo macht, trotz ihrer Rundungen Ecken und Kanten hat, lässt sich den Dienstwagen rauben und macht sich in unserer pepitagemusterten Neidkultur obendrein auch deswegen noch unbeliebt, weil sie ihre Privilegien nutzt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Neu/Breitwieser: Public Relations. Die besten Tricks der Medienprofis

Neu, Hajo / Breitwieser, Jochen: Public Relations. Die besten Tricks der Medienprofis. Verlag: Business Village, Göttingen, 2009. 118 Seiten. Preis: 21,80 Euro. ISBN-10: 3938358939. *Rezension von Ines Hennig, PR Plus Absolventin*

Kurs 13, Senior Specialist externe und interne Kommunikation bei der Commerzbank AG

Mit Tricks und Kniffen raffiniert und erfolgreich PR machen. Mit wenig Aufwand viel Erfolg erzielen. Welcher PR-Kollege möchte das nicht. So steigt der interessierte Leser erwartungsvoll in dieses Buch ein. So „tricky“ wie der Titel es verspricht, kommt der Inhalt dann doch nicht daher. Die Autoren erläutern, wie gute PR-Kollegen ihre täglichen Aufgaben grundlegend richtig meistern. Neu und Breitwieser sind Männer der Praxis. So versteht sich auch das Buch als Leitfaden für die tägliche PR-Arbeit. Die Inhalte sind verständlich aufbereitet, viele Tipps und Beispiele erleichtern das Verständnis. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

CSR oder wie sag ich's bloß meinen Bezugsgruppen

Was haben der mündige Verbraucher, die Medien und der PR-Professional gemeinsam? Allesamt werden sie zunehmend skeptisch gegenüber Trends, Hypes und all den Dingen, von denen man nicht so genau weiß, was das ist und wozu und ob man das überhaupt zum Leben bzw. Arbeiten wirklich braucht. Das Themenfeld CSR bzw. Nachhaltigkeit ist – durchaus nachvollziehbar – ein klassisches Terrain für Skeptiker. Ich unterstelle dem Leser dieser Zeilen einen gewissen Kenntnisstand in der Sache und ersparen uns definitorische Ein- und Abgrenzungen. In diesem Artikel soll es um das Kommunizieren von Corporate Social Responsibility (CSR) gehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Führungskräfte: Das Selbstbild moderner Manager

Was treibt Manager an? Welchen Werten fühlen sie sich verpflichtet? Wo finden sie Sinn? Spannende - und ernüchternde - Antworten auf diese Fragen gibt eine aktuelle Studie. Pflichtbewusst, leistungsorientiert und zu privatem Verzicht bereit: Die Spitzenkräfte der deutschen Wirtschaft leben für und in ihrem Beruf. Dort verankern sie ihre Werte, dort setzen sie sich Ziele, dort finden sie Lebenssinn. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wenn der Pressesprecher dementiert

In der Wirtschaft mehren sich fragwürdige Dementis. Für einen winzigen Zeitvorsprung verspielen Unternehmen das Vertrauen von Kunden und Aktionären. Nicht nur VW und Porsche sind dafür Beispiele. Alle reden über Politikverdrossenheit, weil Politiker so viel lügen. Die Leute glauben nichts und niemandem mehr - und wer will es ihnen verdenken. Es ist aber Zeit, auch den Begriff Wirtschaftsverdrossenheit in den Wortschatz aufzunehmen. Denn was Manager und ihre Sprachrohre der Öffentlichkeit an unglaubwürdigen Äußerungen zumuten, macht nicht minder zynisch. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 13 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 10 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Berater/in, Wiesbaden](#)

[PR-Berater/in Consumer Marketing Lifestyle \(m/w\), Hamburg](#)

[Kommunikation voraus! markenzeichen sucht Junior PR-Berater/in, Frankfurt](#)

[crossrelations sucht PR-Redakteur \(w/m\), Düsseldorf](#)

[PR-Redakteur \(m/w\) gesucht, Stuttgart](#)

[Kohl PR & Partner sucht Berater Public Relations, Berlin](#)

[Düsseldorf: Mediziner als PR-Berater Healthcare \(m/w\) gesucht](#)

[Akima sucht PR-Berater \(m/w\) mit Agenturerfahrung in München](#)

[Berater/in Standort Essen](#)

[Junior Consultant Online Public Relations \(m/w\), Düsseldorf](#)

[PR-/Marketingberater \(m/w\) mit Schwerpunkt Text und Redaktion, Mannheim](#)

Behörden (Öffentl. Dienst)

[TU Darmstadt sucht Referent für Medieninformation \(m/w\)](#)

Verbände (Non-Profit)

[Referent/in Publikationen, Berlin](#)

[BSW-Solar sucht Bereichsleiter Kommunikation \(w/m\)](#)

Freelancer

[Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 10. August 2009 – 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.022 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 (frauке.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.