

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 225 / 48. KW 2009

Seite 1

Fritzenkötter verlässt nach zehnjähriger Tätigkeit die Bauer Media Group

Andreas Fritzenkötter (51) verlässt nach zehn Jahren Zusammenarbeit die Bauer Media Group in Hamburg. Hintergrund sind unterschiedliche Auffassungen über die Weiterentwicklung der Öffentlichkeitsarbeit der Gruppe. Fritzenkötter hat in den letzten Jahren die Darstellung der Bauer Media Group in der Öffentlichkeit geprägt und den PR-Bereich im Unternehmen neu strukturiert. Hervorzuheben ist insbesondere auch die positive Entwicklung, die der Medienpreis Goldene Feder genommen hat; auch sie ist auf die Initiativen von Fritzenkötter zurückzuführen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR im Journalismus: Text jetzt, Dessous später

Die JournalistInnen stehen zeitlich immer mehr unter Druck und sind zunehmend dankbar, wenn PR-Leute sie mit Informationen füttern. Der König hält sich Hofberichterstatter, der Diktator verfügt Zensur, und die Demokratie braucht kritischen, unabhängigen Journalismus, würde man meinen. Inzwischen ist aber vieles durcheinandergeraten

wie zum Beispiel beim «Magazin» des «Tages-Anzeigers» vom 7. November. Auf dem Titelblatt sind lange Beine in Stiletto abgebildet, nur Beine, kein Kopf. Auf der nächsten Seite zwei dünne Frauen, viel Bein und Stiletto. Auf Seite drei kommt das eigentliche Titelblatt mit einem älteren Herrn in Trenchcoat, darunter das Zitat: «Auschwitz war für mich ein Gewinn.»

Den Artikel von Susan Boos am 26. November in "WOZ Die Wochenzeitung" (Schweiz) [hier online weiterlesen](#).

UMC strebt zweiten Anlauf der Akkreditierung an - Offener Brief der Studierenden

Nach dem Rücktritt des Präsidenten der UMC Potsdam (FH), Eberhard Knödler-Bunte, konzentriert sich die neue Hochschulleitung auf ein fokussiertes Studienangebot und arbeitet mit Hochdruck an der Beseitigung der noch verbliebenen Mängel. Den Praxistest hat sie bereits bestanden. Aus der Entscheidung des Deutschen Wissenschaftsrates (WR), der UMC Potsdam (FH) im ersten Anlauf keine Akkreditierungsempfehlung auszusprechen, hat die Hochschule bereits erste Konsequenzen gezogen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Anteil der Quereinsteiger in der PR-Branche bleibt hoch

Aus der aktuellen Umfrage des PR-Barometers (www.pr-barometer.de) zum Thema „Berufsbezogener Bildungsstand der PR“ liegen 420 Fragebögen von Kommunikationspraktikern



vor. Dabei zeigte sich, dass mehr als ein Viertel der Befragten in den höheren Positionen weder ein berufsbezogenes Studium, noch eine Ausbildung im PR-Bereich absolviert hat. Angesichts der Tatsache, dass die akademische Professionalisierung der PR-Branche erst in den 90er Jahren formiert wurde, ist zu vermuten, dass die Kommunikationsexperten mit speziellem akademischem Abschluss erst nach und nach die Führungsetagen erreichen und sich der Anteil der Quereinsteiger in nächster Zeit reduzieren wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Neuer Gruner + Jahr Pressesprecher: Christian Marl

Christian Merl (38) übernimmt zum 1. Januar 2010 die Position des Pressesprechers bei Gruner + Jahr in Hamburg. Dabei zeichnet er für die Pressearbeit der G+J-Unternehmensbereiche Deutschland und International verantwortlich. Er berichtet an Claus-Peter Schrack, Leiter der Unternehmenskommunikation und wird dessen Stellvertreter. Merl ist bis dahin noch in seiner jetzigen Position als Leiter Interne Kommunikation und Events beim Verlagshaus tätig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mercedes-Medienmanager Völker wechselt zu fischerAppelt

Mirco Völker (35), bisheriger Leiter Klassische Werbung von Mercedes-Benz PKW, wird zum 1. Januar 2010 neuer Geschäftsführer der Agentur fischerAppelt, tv media in Stuttgart. Er folgt auf Andreas Vill, der als Geschäftsführer in die neu gegründete PR-Agentur fischerAppelt, relations nach Hamburg wechselt. Neben Mirco Völker wird Matthias Wesselmann (31) Geschäftsführer der Stuttgarter Agentur für Bewegtbildkommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer Head of Digital Media bei Edelman Deutschland

Mark Heising (35) steigt am 1. Januar 2010 als Head of Digital Media Germany bei Edelman in Hamburg ein. Er verantwortet damit das deutsche Online Engagement- und Social Media-Beratungsangebot der PR Agentur und leitet das Standort- und Practice-übergreifende Team der Digital Advisors. Der Online-Experte berät seit mehr als neun Jahren Kunden bei der Gestaltung und Umsetzung ihrer PR-Strategien. Er startete seine Karriere bei Weber Shandwick, wechselte zu Faktor 3 und zurück zu Weber Shandwick. Dort war er zuletzt als Co-Head des Digital Communications Teams auf Agenturseite federführend für die Social Media Kampagne zum Launch des T-Mobile G1 verantwortlich. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!



"Bild"-Politikchef wechselt in die Politik

"Bild"-Politikchef Georg Streiter wechselt nach Brüssel: Ab 1. Februar wird der 54-Jährige nach MEEDIA-Informationen für die FDP-Europapolitikerin Silvana Koch-Mehrin Image-Pflege betreiben. Streiter hatte seit Anfang 2005 bei "Bild" gearbeitet, war davor Politikchef bei der "BamS" und in jungen Jahren Politikkorrespondent des Kölner "Express" in Bonn. Der Journalist wird künftig Angestellter beim Europäischen Parlament. Koch-Mehrin gehört dem Parlament sein 2004 an und war auch 2009 Spitzenkandidatin der FDP.

Personalien compact (12) (48.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Isabel Kassabian** kehrt als Associate Director in das Berliner Team von APCO Worldwide zurück. In ihrer neuen Funktion verantwortet sie verschiedene große internationale Kundenetats. Kassabian war bereits in der Zeit von 2002 bis 2007 für APCO tätig, sie folgt auf **David Wedepohl**, der das Unternehmen verlassen hat.

02: **Murat Mermer** (37) übernimmt die Position des General Managers von Harvard Public Relations (Bell Pottinger Group/ Chime Communications) in München. Mermer ist seit

mehr als drei Jahren für Harvard Public Relations tätig und führt das Sony PlayStation Team. Der studierte Soziologe hat in der Vergangenheit Social Network Plattformen als relevante PR-Tools für frühere Kunden entwickelt und umgesetzt.

03: **Julia Warnecke** (26) ist bei der Bremer Agentur denkBar – PR & Marketing zur Junior-Beraterin befördert worden. Nach einem einjährigen Volontariat bewährte sie sich als PR-Assistentin und verantwortet mittlerweile eigenständig zwei Etat-Kunden. Vor ihrem Einstieg bei denkBar studierte Warnecke Wirtschaftswissenschaften an der Universität Bremen und absolvierte eine Ausbildung zur Verlagskauffrau bei der Verlagsgruppe Milchstrasse in Hamburg.

04: Die internationale Agentur für Marketing und Kommunikation Palmer Hargreaves Wallis Tomlinson (PHWT) in Köln beteiligt das Senior Management am Unternehmen. Nachdem schon sechs britische Kollegen Anteile übernommen haben, stoßen nun mit Geschäftsführer **Jörn Langensiepen**, Finance Director **Susanne Hoffmann** und Client Services Director **Alexander Weis** drei deutsche Kollegen zum Kreis der Eigentümer hinzu. Hoffmann wurde außerdem Prokura erteilt.

UNTERNEHMEN:

05: **Sabine Neumann** (37) übernimmt zum 1. Dezember die Leitung der Repräsentanz Region Hamburg des Energiekonzerns Vattenfall. Sie ist seit Juli 2007 als Vattenfall-Pressesprecherin tätig

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!

und folgt auf **Ivo Banek** (46), um künftig die Bereiche regionale Kommunikation und Public Affairs in Hamburg zu koordinieren.

MEDIEN:

06: **Regina Steinicke** (38), bislang stellvertretende Presseleiterin beim Rowohlt-Verlag in Reinbek/Hamburg, übernimmt zum Jahresende die Leitung der Abteilung. **Ursula Steffens** (45), die seit 2002 in dieser Posten tätig ist, verlässt das Unternehmen, um sich selbstständig zu machen. Steinickes Stellvertreterin wird **Nora Gottschalk** (31), die zuletzt drei Jahre bei Schöffling gearbeitet hat.

07: **Paul Josef Raue** (59), Chefredakteur der "Braunschweiger Zeitung", übernimmt zum Jahreswechsel die Leitung der ebenfalls zur WAZ Mediengruppe zählenden "Thüringer Allgemeinen" (TA) mit Sitz in Erfurt. Der bisherige TA-Chefredakteur **Sergej Lochthofen** (56) soll eine andere Aufgabe innerhalb der WAZ Mediengruppe übernehmen. Raues Nachfolge in Braunschweig wird zunächst kommissarisch der stellvertretende Chefredakteur **Stefan Kläsener** (45) übernehmen. ([DJV protestiert gegen Entlassung von Lochthofen](#))

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

08: **Christian Köhler** (51) wird zum 01. Januar 2010 Hauptgeschäftsführer des

Markenverbandes in Berlin. Der Wirtschaftsingenieur leitet zurzeit ein selbständiges Beratungsunternehmen und war in den letzten Jahren u.a. in Geschäftsführungspositionen bei Effem, Kraft Foods und Tchibo tätig.

09: **Irina Kubadinow** (42) übernimmt die Leitung der neu geschaffenen Stabstelle Kommunikation sowie das Marketing der Kunsthalle Krems (AT). Die Kommunikationswissenschaftlerin war in den letzten Jahren u. a. in der Wiener Staatsoper, der Österreichischen Nationalbibliothek und im Kunsthistorischen Museum in leitenden Funktionen tätig. Ebenfalls neu dabei: **Verena Randolf** (26) als Pressereferentin.

10: **Ernst Primosch** (49), langjähriger Kommunikationschef von Henkel in Düsseldorf, der von kurzem sein Amt niederlegte, wurde für weitere drei Jahre in das renommierte "Board of Trustees" des amerikanischen "Institute for Public Relations" (IPR) gewählt. Der gebürtige Österreicher, unter anderem Mitglied der New Yorker Arthur W. Page Society, ist damit der einzige Kommunikationsmanager aus dem deutschsprachigen Raum und einer der wenigen Europäer in dieser angesehenen Institution. "Ich freue mich über die neuerliche Berufung", sagt Primosch, der dem IPR seit 2007 angehört. "Sie ist natürlich auch eine Beweis dafür, dass Europa heute einen fachlich wertvollen Beitrag im Mutterland der Kommunikation leisten kann."

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!

POLITIK UND BEHÖRDN:

11: **Thorsten Alsleben** (37) wird zum 1. Dezember Pressesprecher und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS) in Berlin. Er arbeitet seit zehneinhalb Jahren beim ZDF, davon fast neun Jahre als Korrespondent im Hauptstadtstudio. Alsleben folgt auf **Hannes Schwarz** (35), der seit Anfang November Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion ist.

12: **Oliver Breuer** (45) ist neuer Pressesprecher des Ministeriums für Justiz, Gleichstellung und Integration (MJGI) des Landes Schleswig-Holstein in Kiel. Er war zuvor seit Anfang 2007 Pressesprecher im schleswig-holsteinischen Sozialministerium. Er folgt auf **Carsten Maltzan** (48), der ins schleswig-holsteinische Bildungsministerium gewechselt ist.

Etats

Dmexco schreibt Werbe- und PR-Etat aus

Die Kölnmesse sucht Agenturen für die OMD-Nachfolgerin Dmexco. Die Leitmesse für digitales Marketing feierte im vergangenen September Premiere und wurde zuletzt von Cocodibu (PR) Clausen + Reitsma (Werbung) betreut. Wie der W&V-Schwesertitel "Kontakter" berichtet, soll die Entscheidung Anfang kommenden Jahres fallen.

Etats compact (7) (48.KW-09)

01: Nordcap WfbM / Lebenshilfe Rotenburg-Verden, Rotenburg (Wümme)

was: regionale Pressearbeit
an: **Laub & Partner**, Hamburg

02: internetstores, Esslingen
was: *Ausweitung der PR-Aktivitäten*
an: **Storymaker Agentur für Public Relations**, Tübingen

03: Relais & Châteaux, Berlin
was: *Betreuung der Presse- und PR-Arbeit in Deutschland*
an: **djpr**, Frankfurt am Main

04: Blickfang, Köln
was: *PR-Etat für klassische Pressearbeit und der Online-PR*
an: **Alpha & Omega Public Relations**, Bergisch Gladbach

05: Galerie Noack, Düsseldorf
was: *Kommunikationsbetreuung, strategische Beratung sowie die Text- und Medienarbeit*
an: **lankenfeld public relations**, Düsseldorf

06: Franken Brunnen, Neustadt/Aisch
was: *Unternehmens- und Produkt-Kommunikation für die Dachmarke und einzelne Submarken*
an: **Publicis Consultants | Deutschland PRCC Germany** (GPRA), München

07: Universal Music Deutschland, Berlin
was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit für das musikalische Projekt „Alma Mater – Musik aus dem Vatikan“*
an: **Medienbüro Thomas Hüser**, Essen

Branche

Politikaward 2009: Guttenberg, Riester, Zimmermann, FDP, Bzpb

Am 25. November hat die Zeitschrift "politik&kommunikation" im Rahmen des diesjährigen Politikkongresses in Berlin die Politikawards 2009 verliehen. Politiker des Jahres wurde Bundesverteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU), für sein Lebenswerk wurde der frühere Arbeitsminister Walter Riester (SPD) ausgezeichnet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Rat rügt erneut geschäftsmäßig unethisches Verhalten von EPPA und Berlinpolis

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat nach eingehender Prüfung eine öffentliche Rüge gegen den Verband der Deutschen Biokraftstoffindustrie (VDB), die Agentur EPPA GmbH, die Agentur Berlinpolis und die Denkfabrik Berlinpolis ausgesprochen. Dabei hebt der Rat die maßgebliche Rolle der damaligen Gesellschafter der Berlinpolis GmbH, Josef Grendel und Rüdiger May, hervor. Anlass sind verdeckte PR-Maßnahmen im Jahr 2008. Beide Agenturen und der Think Tank Berlinpolis wurden vom DRPR bereits für „no badge“-Aktivitäten im Auftrag der Deutschen Bahn öffentlich gerügt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Was dürfen PR-Agenturen in der PR 2.0?

Geschrieben von Michael Kausch am 27. November 2009 im Blog "Czyslansky". Der Streit

ist so alt, wie das Internet: was dürfen PR-Agenturen in der Online-PR?

Bislang haben wir von *vibrio* (PR-Agentur in *Unterschleißheim*) uns da immer extrem zurückgehalten: wir haben uns noch nicht mal als Ghostwriter für unsere Kunden betätigt. Während es gang und gäbe ist, dass wir für die Geschäftsführer unserer Kunden Vorträge und Namensartikel für große Tageszeitungen schreiben, haben wir für die Blogs unserer Kunden bislang ausschließlich Themenrecherche angeboten. Bloggen mussten die Leute dann schon selbst - abgesehen von einigen wenigen Postings, die ich unter eigenem Namen ab und an in den virtuellen Raum meiner Kunden stelle. Das wird sich ändern: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Dax 30-Unternehmen experimentieren im Web 2.0: Automobilhersteller fahren an die Spitze

Rund drei Viertel der DAX 30-Unternehmen twittern inzwischen im Netz und knapp zwei Drittel von ihnen sind auf der Videoplattform Youtube vertreten. Dagegen befinden sich in der Facebook-Gemeinde nur die Hälfte und in der Blogosphäre gerade mal 30 Prozent der größten deutschen Aktiengesellschaften mit eigenen Angeboten. Das ist das Ergebnis einer Vergleichsstudie von Lothar Rolke und Louisa Flocke von der FH Mainz. Tatsächlich, so betonen die Wissenschaftler, bewege sich das Engagement der Top 30 unter den Publikumsgesellschaften in den sogenannten Social Media zwischen 0 und 100 Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (1) (48.KW-09)

01: **Mitte November trafen sich die Volontäre der fünf deutschen Weber Shandwick Offices in Köln**, um ihre agenturinterne Ausbildung nach dem

Programm der ‚Weber Shandwick Academy‘ in nunmehr dritter Generation abzuschließen. Die 2008 gegründete Academy verbindet Fernstudienmodule mit zwei halbjährlich stattfindenden Ausbildungsblöcken und setzt ihren Schwerpunkt auf strategische und kreative Planung als integrale Bestandteile jeder Kommunikationskonzeption. Während im Fernstudium vorrangig theoretische Media Relations-Grundlagen erarbeitet wurden, standen während der vier Kölner Seminartage moderne Public Relations und Marketingkommunikation im Mittelpunkt. Innerhalb von zwei Tagen arbeiteten die Volontäre Kommunikationskonzepte zu verschiedenen Themenstellungen aus, die beste Kundenpräsentation wurde abschließend prämiert. Mit einer souveränen Leistung konnte Jasmin Schumacher vom Standort Frankfurt den Wettbewerb für sich entscheiden. Ihr Preis: Ein Wochenende in London.

Medien

Fernsehen und Online-Medien wichtigste Info-Quellen von jungen Erwachsenen

Social Networks Alltagsbestandteil bei jungen Zielgruppen. Bedeutungsverlust von Print-Medien bei 16-24-Jährigen. Dramatischer Wandel im Mediennutzungsverhalten.

Nur noch zwei Drittel der jungen Erwachsenen liest mehrfach in der Woche eine Tageszeitung und weniger als die Hälfte eine Zeitschrift. Der Fernseher liegt bei den regelmäßig genutzten Medienangeboten mit über 80 Prozent an der Spitze, gefolgt von Online-Medien wie Spiegel.de oder Bild.de, die mit 64 Prozent schon knapp vor Print-Medien rangieren. Parallel werden Online-Portale wie web.de oder msn von mehr als 80 Prozent mehrfach pro Woche besucht und für fast 90 Prozent gehören Social-Networks wie

Facebook, StudiVZ & Co zum Alltag. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ZDF-Verwaltungsrat fügt Rundfunkfreiheit Schaden zu - Schächter ohne Verständnis

Als schweren Schlag gegen die Rundfunkfreiheit hat der Deutsche Journalisten-Verband am 27. November in Berlin die Entscheidung des ZDF-Verwaltungsrats kritisiert, den Vertrag von ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender nicht zu verlängern. "Hier haben parteipolitische Ränkespiele die Oberhand über die Unabhängigkeit und die verfassungsrechtlich gebotene Staatsferne des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gewonnen", sagte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. "Nikolaus Brender steht für journalistische Unabhängigkeit und kritische und unvoreingenommene Berichterstattung des ZDF. Die Verlängerung seines Vertrags wäre deshalb eigentlich zwingend gewesen." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

NDR-Medienmagazin ZAPP: Die PR-Branche und ihre Tricks

Public Relations, kurz PR, ist ein Herzensthema von Zapp. Dabei geht es um Werbung, die hübsch unauffällig als Journalismus verpackt ist. Mittlerweile erscheint sie so selbstverständlich und ist so perfekt platziert, dass sie kaum zu enttarnen ist. Und dass sich kaum mehr einer darüber aufregt. Wir schon. Denn auf einen PR-Profi kommen nur noch zwei Journalisten. Erfahren Sie mehr über die miesen Methoden einer boomenden Branche. Was ist echt und was ist eine Lüge? Wie von Geisterhand gelangen immer mehr Meldungen in die Medien, die keine sind. Eine Branche und ihre perfiden Methoden boomen – Public Relations. [ndr.de](#) + [Video](#)

Medien compact (13) (48.KW-09)

01: **Twitter steigt ins Geschäft mit Werbung ein.** Von Werbung als Teil des Geschäftsmodells wollte der Kurznachrichtendienst Twitter lange Zeit nichts wissen. Jetzt kündigt Chief Operating Officer (COO) Dick Costolo eine Kurskorrektur an: „Twitter wird ins Werbegeschäft einsteigen, in der nahen Zukunft und zugänglich für Partner“, so Costolo gegenüber dem Internetdienst "Techcrunch". „Das Geschäftsmodell wird faszinierend und ungewöhnlich sein, die Leute werden es lieben.“ [wuv.de Twitter: "2010 wird das Umsatz-Jahr"](#)

02: Die Münchener Forschungs- und Beratungsagentur d.core präsentiert gemeinsam mit dem Berliner Webanalytics-Anbieter Meetrics eine **neue Technologie zur Messung von View Time, Visibility, Attention und des Scrollverhaltens** sämtlicher PageImpressions einer Website. Erste Analysen zeigen, dass die Bedeutung der Sichtbarkeit (Visibility) von Texten, Artikeln und Werbemitteln in den aktuell verwendeten Reporting-Tools auf PI- oder Klick-Basis massiv unterschätzt wird – mit erheblichen Konsequenzen. [dcore.de](#)

03: **Boris Becker ist eine Marke.** Dafür, dass der ehemalige Profi-Tennispieler es geschafft hat, seinen Namen zu einer international erfolgreichen Top-Marke auszubauen, erhält Becker (...) den Preis der weltweiten Organisation "Superbrands", die einmal im Jahr Markennamen auf Akzeptanz, Kundenbindung, Langlebigkeit und Markendominanz untersucht. [rp-online.de](#)

04: Neue Infratest-Studie zeigt: **Marketingentscheider aus dem Business-to-Business verschieben ihre Werbebudgets zunehmend in Richtung Keyword-Advertising.** Werbetreibende aus dem Business-to-Business (B-to-B) setzen in Krisenzeiten verstärkt auf bezahlte Suchmaschineneinträge im Internet, um

ihre spezielle Zielgruppe der Unternehmensentscheider effizient zu erreichen. Von dieser Entwicklung profitieren auch die Spezialisten im Internet. [tns-infratest.com](#)

05: **Das Radio schalten die Deutschen am liebsten beim Autofahren ein.** Dies geht aus einer exklusiven Umfrage von Horizont hervor. Jeder zweite Befragte gab an, hinter dem Steuer nicht auf Hörfunkangebote verzichten zu wollen. Bei den 30- bis 49-Jährigen waren es sogar 62,8 Prozent. Demzufolge ist das Autoradio für 49,3 Prozent der Umfrageteilnehmer auch das wichtigste Empfangsgerät. [horizont.net](#)

06: **Social Media wird noch zu häufig vernachlässigt.** Eine starke Markenkommunikation ist im Zeitalter des Web 2.0 wichtiger denn je. Das geht aus einer Studie der Strategieberatung Keylens über die Web 2.0-Aktivitäten von B-to-B- und B-to-C-Unternehmen hervor. Damit Social Media gewinnbringend in Marketingaktivitäten integriert werden und für Erfolg im Internetzeitalter sorgen kann, müssten Unternehmen Kundenerwartungen erfüllen und Transparenz zulassen. [absatzwirtschaft.de](#)

07: **Download-Rekord: Markt wächst auf 250 Millionen Euro,** Anzahl der Dateien steigt um ein Viertel auf 60 Millionen. Für Downloads auf ihre PCs geben die Deutschen 2009 erstmals rund 250 Millionen Euro aus. Das sind 18 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Ob Musik, Spiele, Videos, Hörbücher oder Software – noch nie waren die Angebote so beliebt. Die Anzahl bezahlter Downloads wird bis zum Jahresende auf etwa 60 Millionen steigen – eine Steigerung um 24 Prozent gegenüber 2008. [bitkom.org](#)

08: **Im Alltag von Jugendlichen werden Fernseher und Internet in nahezu identischem Umfang genutzt.** Und das, obwohl drei Viertel der 12- bis 19-Jährigen einen eigenen Computer und nur noch 60 Prozent ein eigenes Fernsehgerät haben. 90 Prozent sehen mindestens mehrmals pro

Woche fern, ebenso häufig wird das Internet genutzt. Ihre tägliche Nutzungsdauer für das Fernsehen schätzen die Jugendlichen mit 137 Minuten sogar noch etwas höher ein als die Zeit, die sie mit dem Internet verbringen (134 Minuten). www.mpfs.de

09: Der Hamburger Verlag Gruner + Jahr setzt seinen Sparkurs fort. Wie das Unternehmen in seinem Mitarbeiterblatt "Der Grüne Dienst" ankündigt, fallen in der Unternehmenskommunikation (UK) drei Stellen weg. Auch das Mitarbeiterblatt als Printversion soll eingestellt werden. Hintergrund ist die Reduzierung von Aktivitäten in mehreren Bereichen. cp-monitor.de

10: Publicis präsentiert neues Angebot bei Corporate Media. Publicis Publishing installiert Profi-Team für Videojournalismus Der Agentur-Verlag Publicis Publishing, Corporate Publishing-Spezialist von Publicis Deutschland und Teil der Agentur Publicis PRO, hat sein Leistungsangebot im Bereich Live-Reportagen und Bewegtbild-Content für die interne und externe Unternehmenskommunikation erweitert. publicis.de

11: Das iPhone verändert die Medien und die Wettbewerb: Apples Slogan "There's an app for that" hat nicht nur zum explosionsartigen Wachstum der Programme für das Kulthandy geführt, sondern auch zu einer ganz neuen Art, wie sich Marken ihren Kunden präsentieren. "Adweek" bringt eine Liste der erfolgreichsten iPhone-Applikationen von Amazon bis Volkswagen. bigtrends.blog.de

12: Pressezeichner zeigen ihre Karikaturen, Jahresrückblick geht in zweite Runde. Vom 3. bis 6. Dezember zeigen die besten Schweizer Pressezeichner ihre Karikaturen und Cartoons. Ausgestellt werden die über 200 Werke zu den wichtigsten Ereignissen und Debatten von 2009 an der Jahresrückblick-Ausstellung "gezeichnet 09", die in diesem Jahr in Zuzwil bei Bern stattfindet. persoenlich.com

13: ddp direct, ein Unternehmen der Nachrichtenagentur ddp, lobt einen neuen PR-Preis aus. **Die besten „PR-Mitteilungen des Monats“** werden nach journalistischen Kriterien prämiert und als gutes Beispiel vorgestellt. Aus allen Meldungen, die ab dem 1. Dezember 2009 über ddp direct verbreitet werden, wählt der Juror Ludger Fertmann (Hannover), ein ausgewiesener Nachrichten-Profi, jeden Monat die drei Besten aus. Aus den zwölf besten Pressemitteilungen eines Jahres wird im Dezember 2010 die „Pressemitteilung des Jahres“ gewählt.

Services + Tipps

exali Haftpflicht-Siegel unterstützt Professionalität von Medienberufen

Verstöße gegen Urheberrecht, Markenrecht oder Persönlichkeitsrecht: Grafiker, Webdesigner, Fotodesigner, (Werbe)-Texter und PR-Agenturen arbeiten in einem Umfeld, in dem viele rechtliche Fallstricke lauern. Absicherung schafft eine Berufshaftpflichtversicherung wie die media-Haftpflicht der exali GmbH, die genau auf die Bedürfnisse der Berufe in der Medienbranche zugeschnitten ist. "Eine spezifische Berufshaftpflichtversicherung ist im Wettbewerb ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Dieses sollten Freiberufler ihren Auftraggebern auch offensiv kommunizieren", rät exali-Geschäftsführer Ralph Günther. Mehr Informationen unter: <http://www.exali.de>

Social-Media-Richtlinien: Fachaufsatz zum kostenlosen Download

Die Kommunikationsagentur aexea und Rechtsanwalt Carsten Ulbricht veröffentlichen gemeinsam den Fachaufsatz „Social-Media-

Guidelines für Unternehmen – Regeln für das digitale Miteinander“. Aexea-Geschäftsführer Saim Alkan und Carsten Ulbricht gehen in ihrem Text unter anderem folgenden Fragestellungen nach:

- Was bedeutet die zunehmende Nutzung sozialer Medien für das Verhältnis von Unternehmen zu ihren Arbeitnehmern?
- Brauchen Unternehmen und Mitarbeiter zum Schutz ihrer Interessen Richtlinien – sogenannte Social-Media-Guidelines?
- Welche Inhalte umfassen Social-Media-Guidelines?
- Welche rechtlichen Hintergründe gilt es zu beachten?

Der Aufsatz bietet erstmals eine sowohl kommunikationswissenschaftliche als auch rechtliche Würdigung zahlreicher Fragen rund um Social-Media-Richtlinien. Unternehmen und interessierte Mitarbeiter finden darin Denkanstöße, Hintergrundinformationen und konkrete Vorschläge zur Erstellung von Social-Media-Guidelines.

Der Fachaufsatz steht [hier als kostenfreier Download](#) zur Verfügung.

Service compact (4) (48.KW-09)

01: Wirtschaftsstimmung: prima - Verbraucherstimmung: mies. Die Indizes zeigen es deutlich. Bereits zum achten Mal in Folge ist der **Ifo-Geschäftsklima-Index** im Plus, er steigt im November gegenüber dem Vormonat überraschend stark um 1,9 auf 93,9 Punkte. 7.000 Unternehmen schätzen die Zukunftsentwicklung so gut wie vor dem Ausbruch der Weltwirtschafts-/Finanzkrise.- Demgegenüber meldet der **GfK-Konsumklima-Index** zum zweiten Mal ein Minus. Für den Dezember fällt er um 0,3 auf 3,7 Punkte. Die Verbraucher bleiben also pessimistisch. Fürs Weihnachtsgeschäft rechnet der Handel trotzdem mit einer positiven Überraschung.

02: Ab sofort bietet die PR-Agentur **Daylight Public Relations International** in Dresden ein **Download-Portal für Journalisten**. Auf dieser kontinuierlich wachsenden Informations- und Wissensplattform präsentieren Unternehmen bzw. Organisationen News, Pressetexte und Bilder sowie wichtige Termine. All diese Dokumente stehen zur freien Verfügung und sollen die Journalisten bei ihrer Recherche nach Informationen unterstützen. Um eine pressetaugliche Qualität aller Inhalte des Daylight-Medienservers sicher zu stellen, gelten strenge Kriterien. Der inhaltliche Schwerpunkt des Daylight-Medienservers liegt auf den Bereichen Informationstechnologie und Industrietechnik. Kontinuierlich sollen Inhalte aus den Bereichen Neue Energien sowie Wissenschaft und Forschung aufgenommen werden. www.daylight-pr.com.

03: Das **Gabler Wirtschaftslexikon** gilt seit über 50 Jahren als Klassiker der Wirtschaftsliteratur. Im Jahr seines 80. Geburtstages präsentiert der Wiesbadener Gabler Verlag sein Flaggschiff als **frei zugängliches Online-Lexikon** (<http://wirtschaftslexikon.gabler.de>). Parallel erscheint die gedruckte Ausgabe auch in der "Welt Edition". Gabler und die Welt-Gruppe haben zudem eine umfangreiche Medienkooperation vereinbart.

04: **AT Internet**, Bordeaux (www.atinternet.com), ein Anbieter von Online Intelligence Lösungen, gibt die Veröffentlichung des neuen **Monitoring-Produkts BuzzWatcher** bekannt. BuzzWatcher ermöglicht es, den sogenannten „Buzz“, also Unterhaltungen und News auf Web 2.0 Plattformen, zu messen und zu analysieren. Dadurch können zum Beispiel PR-Aktionen, die diesen Buzz ausnutzen oder zum Ziel haben, Online besser beobachtet und verwaltet werden. Auch können PR-Manager den Online-Ruf Ihres Unternehmens durch ein verbessertes Reputation-Management aufwerten. Die direkte Integration eines Buzz-Monitors in ein Webanalyse-Tool ist bislang einzigartig.

Termine + Tagungen

Termine compact (2) (48.KW-09)

01: **Bitte Termin vormerken: am 23. April 2010 findet in Leipzig das 5. LPRS-Forum statt.** Der Verein Leipziger Public Relations Studenten veranstaltet, wie in den letzten vier Jahren, ein Forum das die Branche bewegt. Dazu lädt der LPRS hochkarätige Gäste aus PR, Wirtschaft und Wissenschaft zu einer Podiumsdiskussion nach Leipzig ein. Im Anschluss gibt es die Möglichkeit, im Gespräch Gedanken auszutauschen und das Neueste aus der Branche zu diskutieren. Unter folgendem Link können Sie mehr über das 5. LPRS->>Forum, unserer Veranstaltungsrepertoire sowie über den LPRS erfahren: <http://www.lprs.de/forum>.

02: Der **PR-Softwarehersteller Convento** in Neuss wird auch 2010 wieder seinen monatlichen Praxisworkshop **"Meet the press"** anbieten - und zwar jeden zweiten Mittwoch in Düsseldorf. Mit **"Erfolgreiche Online-PR"** nimmt Convento zudem ein weiteres Workshop-Format in sein Programm auf und reagiert damit auf die Bedürfnisse der PR-Fachleute. "Erfolgreiche Online-PR" soll in 2010 sechs Mal stattfinden. Weitere Informationen zu den Veranstaltungen und zu den Referenten gibt es im Internet unter: www.convento.de/de/Events/Seiten/Workshops.aspx.

Ausbildung + Seminare

Institutionelle Akkreditierung von privaten Hochschulen: eine hohe Hürde

(firmenpresse) - In Deutschland müssen sich derzeit alle Hochschulen, die nicht in staatlicher

Trägerschaft betrieben werden, vom Kölner Wissenschaftsrat (WR) institutionell akkreditieren lassen - die bisherigen und weiterhin notwendigen Studiengangs-Akkreditierungen sind davon nicht berührt. Eine Durchsicht der Stellungnahmen des Wissenschaftsrats zu seinen eigenen Akkreditierungsverfahren zeigt, welche Hürden dort erkennbar werden. Und immer öfter lässt man bereits agierende Hochschulen im Akkreditierungsverfahren scheitern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

2009: Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) zieht positive Jahresbilanz

Die Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM), eines der führenden Prüfungsinstitute der PR-Branche in Deutschland mit Sitz in Frankfurt am Main, zieht trotz schwieriger Marktgegebenheiten im Jahr 2009 eine positive Bilanz (auch finanziell). "Obwohl viele Aus- und Weiterbildungsinstitute über rückläufige Teilnehmerzahlen berichten, hat die AKOMM die Vorjahreszahlen erneut erreicht", bestätigte die Vorsitzende der Prüfungskommission, Beate Sohl. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (1) (48.KW-09)

01: **Jetzt stehen die Termine für das Public Relations Leadership Forum 2010 fest.** Dieses außergewöhnliche und mit hochkarätigen Vortragenden besetzte Seminar richtet sich weltweit ausschließlich an Top-Nachwuchsmanager in der Kommunikationsbranche. Ziel des Forums ist es, besonders gute Führungskräfte in Sachen PR und Kommunikation für die Zukunft auszubilden und diese auch zu vernetzen. Das Public Relations Leadership Forum 2010 findet vom 3. bis 5. Februar 2010 in New York statt und wird von den

drei wahrscheinlich renommiertesten Institutionen in Sachen Kommunikation in den USA veranstaltet: dem Institute of Public Relations (IPR) in Zusammenarbeit mit der Arthur W. Page Society sowie dem Council of Public Relations Firms. Alle Details dazu unter: www.instituteforpr.org/education/PRLF_east/

angegangen worden, die sich bzw. ihre Marken bedroht fühlten. Durch die Reaktionen der Unternehmen fühlten sich dann jedoch sehr schnell die Privatpersonen bedrängt. Ergebnis: Die Personen wussten sich nicht anders zu helfen als an die (Web-)Öffentlichkeit zu gehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

Interview Nr. 21: Social Media haben Einfluss auf die öffentliche Kommunikation

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

Interview mit Thomas Pleil, Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt.

PR-Journal: *Warum tun sich Unternehmen wie Jack Wolfskin oder Jako im Umgang mit kritischen Äußerungen aus Blogs, Foren oder über andere Social Media-Kanäle so schwer?*



Thomas Pleil: Unternehmen haben grundsätzlich ein berechtigtes Interesse, ihre Marken zu schützen. Auf der anderen Seite besteht ein Recht auf freie Meinungsäußerung, das im Social Web auch von vielen

nicht-professionellen Kommunikatoren wahrgenommen wird. Das Social Web bietet sehr einfache Vernetzungs- und Beteiligungsmöglichkeiten, beispielsweise für Menschen, die ein bestimmtes Hobby pflegen. In den beiden genannten Fällen sind Privatpersonen - entweder durch eine Meinungsäußerung oder durch eine Tätigkeit, die im weitesten Sinne für den außenstehenden Beobachter als Hobby gilt - von Unternehmen

Rezensionen

Alkan: 1x1 für Online-Redakteure und Online-Texter

Saim Rolf Alkan: "1x1 für Online-Redakteure und Online-Texter: Einstieg in den Online-Journalismus". Verlag: BusinessVillage, Göttingen. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage (2009). 126 Seiten. Preis: 21,80 Euro. ISBN: 978-3938358924.

Rezension von Katrin Ingendahl, Manager Marketing & PR bei der C4B AG, Absolventin von [PR Plus](#)

Wie schreibt man eigentlich Texte für's Internet, bei denen die Leser hängen bleiben? Wie bereitet man Inhalte für das Medium Internet zielgruppengerecht auf? Worauf muss man achten, was darf man keinesfalls, was sollte man unbedingt tun? Update your knowledge ist das Motto, unter das der Business Village-Verlag seine Wissensreihe zu den Themen Marketing, Kommunikation und Unternehmensführung in kompakten broschiierten Büchlein vermarktet. So auch bei diesem Titel: Auf rund 120 Seiten führt der Autor, Agenturchef und Dozent Saim Rolf Alkan durch die wichtigsten Aspekte des Themas – bereits in der zweiten Auflage, die um die Themen Web 2.0, Suchmaschinenoptimierung, das neue Telemediengesetz und Bildrecherche ergänzt wurde. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Grundlagen der Online-PR – Neue Herausforderungen und Chancen für die PR im Internet



Eine Artikelserie mit vier Beiträgen von Melanie Tamblé, Adenion, Grevenbroich. Der erste Praxisleitfaden erläutert die wichtigsten Medien und Darstellungsformen der

Onli-ne-PR und stellt die neuen Möglichkeiten zur Veröffentlichung im Internet dar. [Hier als PDF herunterladen.](#)

Das Internet bietet viele neue Wege für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Neue Kommunikations- und Publikationsmedien wie Presseportale, RSS-Feeds, Podcasts, Blogs, ICQ und Twitter ergänzen die traditionellen Kommunikationswege und gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Obwohl sich die grundsätzlichen Methoden der Online-PR, wie z. B. die Themenauswahl, die Recherche oder die Redaktion von Inhalten, weitgehend mit denen der klassischen PR decken, erfordert die Umsetzung für die neuen Medien eine neue Herangehensweise.

Insbesondere neue Kommunikationsmedien, wie Weblogs, Podcasts oder Twitter stellen andere Anforderungen an die Inhalte und die Gestaltung der PR. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Chancen und Risiken von Corporate Twitter sowie Details der Nutzung von Twitter durch Unternehmen

Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. Im vierten Teil seines Kompendiums „Corporate



Twitter“ beschäftigt sich der Kommunikationswissenschaftler und -berater Jörg Hoepfner mit Chancen und Risiken der Nutzung von Twitter durch Unternehmen. Hier gibt er auch an, für welche Unternehmen ein Engagement bei Twitter sinnvoll

ist. Weiterhin zeigt er auf der Grundlage mehrerer empirischer Studien, wie deutsche Unternehmen Twitter aktuell nutzen.

Den kompletten 4. Beitrag [hier als PDF herunterladen.](#)

[Zum PDF-Download des 3. Beitrages.](#)

[Zum PDF-Download des 2. Beitrages.](#)

[Zum PDF-Download des 1. Beitrages.](#)

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 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Consultant \(Teilzeit\) für Agentur vom stein, Essen, gesucht](#)

[Junior PR-Manager/in gesucht - ab sofort, Berlin](#)

[Euro RSCG ABC Hamburg sucht PR-Berater/in](#)

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

[pr nord sucht Trainee, Braunschweig](#)

[VolontärIn in Kölner PR-Agentur gesucht \(Schwerpunkt Online-PR, Social Media\)](#)

[Consultant und Junior-Consultant für Topcom Communications \(GPRA\) in Frankfurt gesucht](#)

[PR-Berater \(m/w\) und Teilzeit-PR-Berater \(m/w\) in Hamburg gesucht](#)

[2 Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[Kölner Agentur sucht Fach-PR-Unterstützung \(w/m\), Teil-/Vollzeit oder feste freie Mitarbeit](#)

[fischerAppelt, ziegler sucht Volontäre Finance \(m/w\), Hamburg und Frankfurt a.M.](#)

[Junior PR-Berater \(m/w\) | PR-Berater \(m/w\) | Senior PR-Berater \(m/w\) Wiesbaden und München](#)

[Student/in sucht PR-Einstieg in München?](#)

Unternehmen

[Teamleiter Corporate Communications \(m/w\), Berlin](#)

[Volontär \(w/m\) für Unternehmenskommunikation gesucht, Berlin](#)

[PR-Manager \(m/w\) für die Pharmabranche gesucht, Aachen](#)

[Werkstudent/in für Unternehmenskommunikation gesucht, Berlin](#)

Verbände (Non-Profit)

[Leitung Kommunikation \(m/w\), Bochum](#)

[Mitarbeiter \(in\) Öffentlichkeitsarbeit bei AFS Interkulturelle Begegnungen in Stuttgart](#)

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 30. November 2009 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.282 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.