

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 226 / 49. KW 2009

Seite 1

Vier Beispiele für Chancen und Risiken von Corporate Twitter



Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. Im **fünften Teil** seiner Reihe „Kompodium Corporate Twitter“ stellt der Kommunikationswissenschaftler und

-berater Jörg Hoepfner vier Fallbeispiele für die Nutzung von Twitter vor: zwei Beispiele zeigen auf, welche Risiken Twitter für Unternehmen birgt. Hier wird deutlich, dass Twitter auch für Unternehmen riskant ist, die gar nicht selbst twittern. Zwei weitere Beispiele verdeutlichen dagegen die Chancen der Nutzung von Twitter durch Unternehmen.

Den kompletten 5. Beitrag [hier als PDF herunterladen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Peter Kruse: Wie die Netzwerkkultur die Gesellschaft verändert

Peter Kruse habe ich (Leander Wattig, Leipzig) in meinem Blog bereits dreimal zu Wort kommen lassen:

- Communities über Wertemuster identifizieren

- Peter Kruse erklärt ein Kernproblem des Web 2.0

- Acht Regeln für völligen Stillstand in Unternehmen.

Doch wer ist das? Kruse ist ein deutscher Psychologe mit dem Schwerpunkt Komplexitätsverarbeitung in intelligenten Netzwerken sowie Leiter des Methoden- und Beratungsunternehmens nextpractice in Bremen. Kruse lehrt als Honorarprofessor für Allgemeine und Organisationspsychologie an der Universität Bremen. Im Rahmen seiner interdisziplinären Tätigkeit widmet er sich vor allem der Nutzung von kollektiver Intelligenz zur Förderung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Entwicklungsprozesse. Nun hat er wieder einen sehr interessanten Vortrag gehalten. Das Thema: „Wie die Netzwerkkultur die Gesellschaft verändert“ (35 min) - [hier weiterlesen und ansehen](#).

PR 2.0: Verteile, quengel nicht hinterher!

Ein Freiraum-Beitrag von Matthias Bonjer am 2. Dezember in One-to-One, geschäftsführender Gesellschafter der Agentur Zucker Kommunikation, Berlin ([hier weiterlesen](#)).

Öffentlichkeitsarbeit ist ein sperriger Begriff. Aber sperriger als der Begriff ist die Branche selbst. De facto hat die PR-Branche den Anschluss an den Internetboom bislang nicht geschafft, dabei wäre sie damit heute viel gelenkiger. Beharrlich hat sie sich geweigert, ihre Kompetenz auszuspielen und den Boom der Multimedia-Aufträge an sich vorbeiziehen lassen. Jetzt bekommen die Silberrücken der Öffentlichkeitsarbeit schwitzige Hände. Mit einem in Richtung Social Media veränderten Kommunikationsverhalten müssen sie Schritt halten. Denn die Platzierungs-möglichkeiten



fallen weg. Fast wöchentlich stellen Verlage auflagenstarke Medien ein.

Personalien

Generationenwechsel in der WDR-Kommunikation: Schweers folgt auf Ries-Augustin

Magnus Schweers (46) wird zum 1. Januar 2010 Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des Westdeutschen Rundfunks (WDR) in Köln. Der Diplom-Journalist ist zurzeit stellvertretender Unternehmenssprecher und stellvertretender Leiter der WDR Pressestelle. Er kam 1994 zum WDR und war als Redakteur und Moderator für verschiedene Sendungen tätig, im Juni 2007 wechselte er in die Pressestelle des Senders. Schweers tritt die Nachfolge von Ulrike Ries-Augustin (63) an, die nach 29 Jahren beim WDR in den Ruhestand geht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (15) (49.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Antje Radcke** ist ab sofort als Senior Advisor für Edelman Deutschland in Hamburg tätig, sie soll das Team des Bereichs Erneuerbare Energien unterstützen. Sie war von 1996 bis

sprecherin der Grün-Alternativen Liste (GAL) in Hamburg sowie von Dezember 1998 bis Ende Juni 2000 Bundesvorstandssprecherin von Bündnis 90/Die Grünen. Seit dem Jahr 2004 ist Radcke als freie Kommunikationsberaterin tätig.

02: **Julia Schmitz** (32) betreut als Senior PR-Consultant bei ReComPR in Mainz die Tourismuskunden. Zuvor hat sie bei Kleber PR Network, Adam & Partner und Burson-Marsteller Tourismuskunden beraten. Bevor sie auf Agenturseite wechselte, war sie in der internen Kommunikation der Deutschen Lufthansa beschäftigt.

03: Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden bündelt seine Online-Kompetenz in der neuen Unit „FFPR Online Interactive“. Das Team wird von **Michael Grupe**, Mitglied der Agenturleitung geführt. Neu an Bord der Agentur und im Team sind zwei Online-Experten aus Web-Agenturen: **Kathrin Faust** (27) als Social Media Expertin und **Maximilian Schreiner** (28) als Web-Designer.

04: **Hanna Ruth** (27) ist neue PR-Beraterin bei Griffiths Consulting in München, dort wird sie als Expertin für Social Media Kundenprojekte leiten und Kunden beraten. Nach ihrem Studium der Politik- und Kommunikationswissenschaften arbeitete Ruth im Produktmarketing & Sales Support beim Druckmaschinenhersteller MAN Roland. Zwischenzeitlich war sie freiberuflich als PR-Beraterin für verschiedene Unternehmen tätig.

05: **Hanna Radits** übernimmt ab sofort die Geschäftsführung der Hamburger Finanz-Kommunikations-Agentur public imaging. Radits



1998 und von 2000 bis 2002 Landesvorstands-



kam im April 2004 von Bloomberg TV aus London

zu public imaging. Hier arbeitete sie in unterschiedlichen Positionen und hält seit November 2008 die Prokura-Rechte.

06: **Simone Preis** ist bei der Agentur Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation in Düsseldorf ab sofort als neuer Account Director verantwortlich für das Haushaltsmarken-Portfolio von Procter & Gamble. Sie war zuvor in der Agentur megacult in Köln tätig. Mit **Saskia Backhaus** erhält Brandzeichen weitere Verstärkung, die studierte Kulturwissenschaftlerin arbeitet als Account Manager für die Marken Ariel und Dash.

07: **Kathrin Lanz** (27), seit 2006 bei Neuland PR in Leipzig, zeichnet ab sofort als Senior Beraterin für die Teamleitung im Kompetenzbereich Energie verantwortlich. Damit ist die Kommunikationswissenschaftlerin mit Kundenberatung, Konzeption, Text und Projektsteuerung für Kunden betraut. **Christiane Knopp** (32) ist neu als PR-Assistentin im Energieteam dabei. Die studierte Soziologin übernimmt unter anderem Textaufgaben und Projektorganisation.

UNTERNEHMEN:

08: **Daniela Sauerwald** (40) ist zur Pressesprecherin der Rewe Touristik befördert worden, damit ist sie nun erste Ansprechpartnerin für die Medien zu allen touristischen Themen.

Sauerwald war bisher als Pressereferentin bei dem Kölner Pauschalreiseveranstalter tätig

09: **Ralph Caba** (46) wird am 1. Januar 2010 die Position des Leiters Produktkommunikation in der deutschen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Ford-Werke in Köln übernehmen. Er folgt auf **Michael Droste** (57), der kurz vor der Internationalen Automobil Ausstellung im September in den Ruhestand gegangen ist. Caba gehört dem Unternehmen seit 1991 an, zuletzt verantwortete er den Bereich Flottenmarketing und Händlerbeziehungen.

10: **Carlo Bewersorf** (35) wurde in die Geschäftsführung bei Asstel berufen und übernimmt zeitgleich die Verantwortung für Markenführung und -kommunikation, Online-Direktvertrieb sowie Unternehmenskommunikation. Er verantwortete bis Oktober 2009 als Senior Vice President Handelsmarketing bei der Deutschen Telekom die Bereiche PoS-Marketing, Merchandising und Events.

11: **Thomas Wiemer** (41) übernimmt am Standort Köln die Leitung der neu geschaffenen Abteilung Unternehmenskommunikation von Caroo, der Betreibergesellschaft von pkw.de. Der studierte Medienwissenschaftler hat seit 2008 die Pressearbeit des Unternehmens auf neue Füße gestellt und zudem zahlreiche Marketing-Projekte verantwortet. Bei Caroo erweitert er nun seinen Aufgabenbereich auf in- wie externe Kommunikationsmaßnahmen im On- wie Offline-

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!

Bereich.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

12: **Ulrich Gartner** (44), CEO von MS&L Deutschland, ist ab dem 1. Januar 2010 für zwei Jahre ins Council der International Public Relations Association (IPRA) berufen worden. Gemeinsam mit **Anne-Gret Iturriaga Abarzua** repräsentiert er Deutschland im internationalen Verband für Führungskräfte in der PR.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

13: **Jörg Müller** (45) ist am 1. Dezember 2009 als Senior Media Relations Specialist zur Bundesrepublik Deutschland-Finanzagentur nach Frankfurt am Main gewechselt. Der frühere Sprecher des Bundesfinanzministeriums war zuletzt als Senior Advisor für die Agentur Pleon (GPRA) in Berlin als Unternehmensberater tätig. Im Rahmen einer stellvertretenden Abteilungsleitung wird Müller in verantwortlicher Position die konzeptionelle und redaktionelle Pressearbeit mitgestalten.

14: **Jens Flosdorff** (40) folgt Ursula von der Leyen (CDU) vom Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) ins Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS), wo er seit 1. Dezember Leiter des Pressereferats ist. Dort folgt der studierte Jurist und gelernte Journalist auf **Thomas Raabe** (44), der wiederum zurück zum BMVg geht, welches er gemeinsam mit Ex-Minister Franz Josef Jung (CDU) verlassen hatte.

15: **Tobias Dünow** wurde zum neuen Sprecher des SPD-Parteivorstandes berufen. Er war zuvor Vize-Sprecher des Bundesumweltministeriums und folgt auf **Stefan Giffeler** (40). Dünow verantwortet in seiner neuen Funktion die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Partei. **Karin Nink** bleibt stellvertretende Sprecherin des SPD-Parteivorstandes

Etats

Etats compact (19) (49.KW-09)

01: Landis+Gyr Deutschland, Nürnberg
was: *Pressearbeit*
an: **möller pr**, Köln

02: Althoff Hotel Collection, Köln
was: *Marken- und Produkt-PR*
an: **KPRN-Gourmet Network**, Frankfurt am Main

03: Andreae-Noris Zahn (ANZAG), Frankfurt am Main
was: *Consumer-PR-Etat für vivesco*
an: **Publicis Consultants | Deutschland PRCC Germany** (GPRA), Frankfurt am Main

04: Aarstiderne, Hamburg
was: *Unternehmenskommunikation zum Markteintritt in Deutschland*
an: **Straub & Linardatos** (GPRA), Hamburg

05: PC Pitstop, Castrop-Rauxel
was: *Konzeption und Durchführung der PR-Aktivitäten in Deutschland*

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!

Pfeffers PR-NL Nr. 226 (08. Dezember 2009) - Seite 4

Statistik 2008: 4.168.078 Visits; 36.676.911 PageImpressions; 23.750 Newsletter-Empfänger; 746 Stellenanzeigen

an: **PR-COM**, München

06: Deutsche Gesellschaft für Allgemein- und
Viszeralchirurgie (DGAV), Berlin

was: *klassische Pressearbeit und Ansprache der
politischen Entscheider*

an: **Leipziger & Partner**

Kommunikationsgesellschaft (GPRA), Berlin

07: Fairmont Hotels & Resorts, Bad Homburg

was: *Web 2.0-Kommunikation zu Reisebüros,
Reiseveranstaltern und Reisestellen*

an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

08: Procter & Gamble Germany, Schwalbach am
Taunus

was: *Marken- und Produkt-PR sowie in der
Unternehmenskommunikation für die
Haushaltsmarken*

an: **Brandzeichen Markenberatung und
Kommunikation**, Düsseldorf

09: Bund der Freien Waldorfschulen, Stuttgart

was: *Konzeption und Umsetzung einer
bundesweiten Image- und
Lehrergewinnungskampagne*

an: **Symptra** (GPRA), Stuttgart

10: Bernd-Blindow-Gruppe, Bückeburg

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie
Themenmanagement für die Gruppe als solche
wie auch für die 20 einzelnen Standorte in
Deutschland*

an: **Publiplikator**, Berlin

11: zonzoo, München

was: *Pressearbeit, B2C-Kommunikation*

an: **Pronomen PR- und**

Produktkommunikation, Köln

was: *Pressearbeit im B2B-Bereich*

an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

12: RepuGraph, Nordhausen

13: huskytrack, Borgsdorf

14: myprinting, München

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PR4you**, Berlin

15: Adam&Eve, Belek - Antalya (TR)

was: *PR-Etat für in Deutschland, Österreich und die
Schweiz.*

an: **Scholz & Friends Brand Affairs**, Hamburg

16: The Claridges Hotels & Resorts, New Delhi (IN)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **global communication experts**, Frankfurt am
Main

17: Das Zelt, Zürich (CH)

was: *PR-Beratung und Eventkommunikation*

an: **Pepper**, Bern (CH)

18: Fritz Rudolf Künker, Osnabrück

was: *interne und externen*

Unternehmenskommunikation

19: Phonak Schweiz, Stäfa (CH)

was: *externen Kommunikation und Produkt-PR*

an: **Contract Media**, Zürich (CH)

Branche

Authentizität und Inszenierung der Organisationskommunikation

**Interview mit Peter Szyszka, Professor für
Public Relations an der Universität Wien.** Unter
dem Titel „Alles nur Theater? Authentizität und
Inszenierung in der Organisationskommunikation“
fand Anfang November in Offenburg die 16.
Jahrestagung der Sektion „PR/Organisations-
kommunikation“ der Deutschen Gesellschaft für
Publizistik- und Kommunikationswissenschaft statt.
Wissenschaftler aus fünf Ländern diskutierten dort
Fragen rund um Authentizität, Identität und
Inszenierung in der PR. Spannende Themen, die in
jüngster Zeit gerade im Zusammenhang mit Social
Media immer häufiger zur Debatte stehen. Fink &

Fuchs PR, Wiesbaden hat deshalb bei Peter Szyszka, dem Mitinitiator der Tagung, einmal tiefer nachgefragt. Das Interview kann man [hier online nachlesen](#).

Berlinpolis: ein echter Neuanfang sieht anders aus

Am 27. November hatte die Denkfabrik und Lobbyagentur Berlinpolis zu einer Veranstaltung über die Grauzonen des Lobbyismus eingeladen. Berlinpolis war in die PR-Skandale der Deutschen Bahn und des Verbands der Deutschen Biokraftstoffindustrie (VDB) verstrickt. Lobby-Control nahm an der Podiumsdiskussion teil. Hier zwei kurze Nachbetrachtungen, ohne den ganzen Diskussionsverlauf nachzuzeichnen: bitte [hier online weiterlesen](#).

Branche compact (2) (49.KW-09)

01: Am 30. November empfing der Public Relations Verband Austria (PRVA) 220 Gäste aus Wirtschaft, Medien und Wissenschaft zur **PR-Gala im Studio 44 der Österreichischen Lotterien in Wien**. Der vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend ausgeschriebene PR-Staatspreis ging an das Projekt „Aus dem Flugfeld Aspern wird aspern Die Seestadt Wiens“ von Trimedia/Grayling und Wien 3420 Aspern Development AG. Kommunikator des Jahres wurde Bestseller-Autor Andreas Salcher. [prva.at](#)

02: Der **deutsche Werbemarkt wird 2009 um fünf Prozent auf 29,14 Milliarden Euro** und damit um 1,53 Milliarden Euro auf das Volumen des Jahres 1997 **senken**. Davon sind die Medien in ihrer Funktion als Werbeträger besonders betroffen, so eine Markt-Analyse, die der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (**ZAW**)

am 7. Dezember in Berlin veröffentlicht hat. Danach gehen ihre Netto-Werbeinnahmen im laufenden Jahr um acht Prozent auf 18,73 Milliarden Euro zurück. Der monetäre Aderlass werde laut ZAW allein deshalb nicht rasch wettzumachen sein, weil auch das folgende Jahr 2010 noch im Minus verharren wird, wenn auch mit einem Rückgang von nur noch drei Prozent auf dann 18,17 Milliarden Euro, bei deutlich abgebremseter Talfahrt.. ([www.zaw.de](#))

Medien

Sechs Rügen des Deutschen Presserats

In ihren vierten Sitzungen in diesem Jahr haben die beiden Beschwerdeausschüsse des Deutschen Presserats insgesamt sechs Rügen ausgesprochen:

- Wegen Schleichwerbung gerügt wurde ein Artikel in der "Welt am Sonntag".
 - Eine weitere öffentliche Rüge wegen Verstoßes gegen das Trennungsgebot erhielt "Welt-Online".
 - Der "Sarstedter Anzeiger" (Hildesheimer Allgemeine Zeitung) erhielt eine nicht öffentliche Rüge wegen der Verletzung von Ziffer 8.
 - Der Ausschuss erteilte "Bild Online" eine nicht öffentliche Rüge für die Berichterstattung über ein Familiendrama.
 - Wegen Diskriminierung einer Minderheit gerügt wurde außerdem die "Offenbach Post Online".
 - Der Beschwerdeausschuss rügte die "Thüringer Allgemeine" für einen Beitrag, in dem die Zeitung die Amtsbilanz eines scheidenden Bundestagsabgeordneten und Bürgermeisters kritisch beleuchtet hatte.
- Alle Details zu den Rügen hier: [presserat.info](#)

DW-Intendant Bettermann für „Klimawandel in den Köpfen von Journalisten“

Vor dem am 7. Dezember 2009 in Kopenhagen beginnenden UN-Klimagipfel hat der Intendant der Deutschen Welle in Bonn und Berlin, Erik Bettermann, „einen Klimawandel auch in den Köpfen von Journalisten“ gefordert. „Seriosität, hohe Qualität und Glaubwürdigkeit müssen der Maßstab sein bei einem Thema, das die Welt bewegt“, so Bettermann. „Intensive Recherchen, sorgfältige Gewichtung von Quellen und präzise Analysen sind wichtiger als Schlagzeilen und Emotionen. Angesichts der besorgniserregenden Klima-Entwicklung und ihren Auswirkungen komme den Medien als Vermittler der komplexen Zusammenhänge eine besondere Verantwortung zu. Kopenhagen werde auch eine Herausforderung für den Qualitätsjournalismus sein: „Die Medien dürfen sich nicht vereinnahmen lassen, weder von jenen, die um der Sensation willen fragwürdige Katastrophen-Szenarien entwickeln, noch von jenen, die voreilig Entwarnung geben.“
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien in der Krise - Chance oder Herausforderung für die PR?

Die Medienlandschaft befindet sich im Umbruch: Die Medien leiden unter Sparzwängen, Zeitdruck und zusätzlichen Aufgaben. Gleichzeitig hat das Internet neue Kommunikationswege etabliert. Bei den sechsten Kamingesprächen der F&H Public Relations diskutierte am 1. Dezember in München ein hochkarätig besetztes Podium aus Wissenschaft, Medien und Praxis über Chance und Herausforderung für die PR in Zeiten eines strukturellen Medienwandels. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"Spiegel"-Redakteur ist Wirtschaftsjournalist des Jahres, "Handelsblatt" ist Wirtschaftsredaktion des Jahres

"Spiegel"-Redakteur Beat Balzli ist "Wirtschaftsjournalist des Jahres". Der 43-Jährige, der seit acht Jahren beim "Spiegel" in Hamburg arbeitet, hat 2009 im Ressort Wirtschaft Meilensteine gesetzt, urteilen die Leser des Magazins "Wirtschaftsjournalist". [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (12) (49.KW-09)

01: **Das Jugendwort des Jahres 2009 steht fest:** Die Jugendlichen bildeten aus dem umgangssprachlichen Begriff Hartz IV, der unter anderem für das offizielle Arbeitslosengeld II steht und bereits im Jahr 2004 von der Gesellschaft für deutsche Sprache (GfdS) zum Wort des Jahres gewählt wurde, das Verb „hartzten“. Der Begriff bedeutet „arbeitslos sein“ oder salopp ausgedrückt auch „rumhängen“. Rund 45.000 Interessierte, und damit 80 Prozent mehr als im Vorjahr, beteiligten sich im Internet unter www.jugendwort.de an der Auswahl der Top 15 für das Jugendwort des Jahres 2009.

02: Menschen, Medien, Märkte – diesen drei Themen widmet sich die **Typologie der Wünsche 2010**. Der Brennpunkt der Betrachtung der Menschen liegt auf den „weichen“ Faktoren, die unser Leben und speziell unseren Konsum mitbestimmen – Einstellungen, spezielle Zielgruppenmodelle und Typologien bilden diese Faktoren anschaulich ab. Die **Typologie der Wünsche** erscheint seit 1974 und ist eine Studie des Burda Community Network.

03: Das Forum Corporate Publishing (FCP), der Fachverband Medienproduktions (f:mp.) und die Corporate TV Association (CTVA) haben beschlossen im ersten Quartal 2010 einen gemeinsamen Dachverband zu gründen. Damit entsteht innerhalb

der Medienbranche eine neue Verbandskonstruktion, die im ersten Schritt mehr als 700 Unternehmen und ihre Kommunikationsvertreter unter einem gemeinsamen Interessensdach bündeln wird. Ziel dieser Vereinigung ist es, eine **neue Community im Gesamtmarkt der Corporate Communication** aufzubauen. f-mp.de

04: Richtungswechsel bei der ARD: Auf der Sitzung am 2. Dezember haben sich die Intendanten darauf verständigt, künftig enger zu kooperieren. "Dass alles jeder macht, wurde als nicht mehr zeitgemäß und nicht finanzierbar bewertet", teilt die ARD mit. Die Formulierung kommt in der ARD, die aus neun unabhängigen Sendeanstalten besteht, einer Revolution gleich. Im ersten Schritt wird bei der Sportberichterstattung kooperiert. horizont.net

05.: Paid Content - Medienhäuser wollen Geld aus dem Netz. Internetkonzernen wie Google, Yahoo und AOL droht erneut Streit mit amerikanischen Zeitungsverlagen. Eine Gruppe von mehr als 1.500 Verlegern hat mit Veröffentlichung einer Studie die zunehmende Verletzung des Urheberrechts im Internet beklagt. ftd.de

06: Die Weihnachtspromotion im Lebensmitteleinzelhandel geht vielen Kunden auf die Nerven. Gefragt sind bei Lebkuchen und Spekulatius vor allem Markenprodukte. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage von acquisa in Kooperation mit der Agentur „Die Gefährten“. Demnach empfindet die Mehrheit der Befragten Weihnachtspromotions als störend, kauft aber dennoch fleißig ein. Da wird auch im Oktober schon einmal zu Lebkuchen und Spekulatius gegriffen. haufe.de

07: Studie: 60% Prozent der größten Marken in Deutschland nutzen aktiv Social Media. Über 700 Millionen Menschen weltweit, über 20 Millionen Menschen in Deutschland nutzen Social Media Portale wie Facebook, Twitter oder YouTube. Immer mehr Unternehmen in Deutsch-

land versuchen im Social Web ihre Zielgruppen zu erreichen. Dies ergab eine Studie der Universität Oldenburg in Zusammenarbeit mit der Agentur konstruktiv. Untersucht wurden die Social Media Aktivität der 100 größten Marken in Deutschland. Die komplette Studie mit den Ergebnissen gibt es nun zum Download. konstruktiv.de

08: Die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) veröffentlicht am Mittwoch, 9. Dezember um 10.00 Uhr die Online-Nutzungsdaten für November 2009 in einer neu strukturierten und im Datenangebot erweiterten Ausweisung: Die Gesamtliste mit allen IVW-geprüften Angeboten enthält auf Ebene 1 der neuen IVW-Datenbank nunmehr ausschließlich Angaben zu den ermittelten Visits (Besuche - Summe der einzelnen zusammenhängenden Nutzungsvorgänge). ivw.de

09: Kluft zwischen Berichterstattung über Social Media und Einsatz im Redaktionsalltag: In der derzeitigen Berichterstattung gehören Twitter, Facebook & Co. zu den Hype-Themen, doch im beruflichen Alltag der Journalisten werden Social-Media-Möglichkeiten noch eher selten genutzt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Online-Umfrage, die Schwartz Public Relations im Oktober und November 2009 unter 800 Print- und Online-Journalisten sowie Bloggern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt hat. schwartzpr.de

10: Google Zeitgeist 2009: der Suchmaschinenbetreiber analysiert die Suchbegriffe des Jahres 2009 nach Anfragehäufigkeit und vergleicht sie in einem Ranking mit dem Vorjahr. Soweit nicht anders angegeben sind die aufgeführten Suchbegriffe die am häufigsten gesuchten des Jahres 2009. Die Begriffe sind nach der Größe des Suchvolumens in diesem Jahr geordnet, in einigen Fällen sind die "Aufsteiger" aufgelistet. Umgekehrt ist die Popularität der "Absteiger", die im Jahr 2008 sehr beliebt waren, im Jahr 2009 zurückgegangen. google.com

11: Der Suchmaschinenbetreiber **Google liefert nun sämtlichen Nutzern personalisierte Suchergebnisse**, auch wenn sie nicht mit einem Account bei dem Internetdienstleister angemeldet sind. (...) Marc Rotenberg, Direktor der Datenschutzorganisation Electronic Privacy Information Center (EPIC), kritisierte Googles Vorgehen. Laut dem Weblog der New York Times sagte Rotenberg, da der Internetdienstleister nun auch die Suchanfragen von Nutzern verfolge, die sich nicht eingeloggt haben, werde eine der wenigen noch verbliebenen Absicherungen der Privatsphäre hinfällig. heise.de

12: **Google-Ableger Pixazza erkennt Produkte auf Fotos im Netz.** Fotos taggen wird zum bezahlten Breitensport: Das von Google mitfinanzierte Start-Up Pixazza aus dem kalifornischen Mountain View liefert eine Art AdSense für Bilder. Markierungen auf Fotos erzeugen eine Produktinformation beim Mouse-Over und linken direkt in den passenden Internetshop. Besonders Fotos auf Sozialen Netzwerken hat die Technikfirma ins Visier genommen. bigtrends.blog.de

13: **Neue Studie: CSR in der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen.** Die Berliner Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer (J + K) hat eine Studie zum Thema „Corporate Social Responsibility in der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen“ veröffentlicht. Die Arbeit der Autorin Tanja Stelzer erscheint als neunter Band der Reihe J + K Wissen. Die Medien- und Wirtschaftswissenschaftlerin analysiert in ihrer Studie erstmals systematisch, wie in den fünf für die Wirtschaft wichtigsten Tageszeitungen in Deutschland über CSR berichtet wird. jk-kom.de

Stamm Medien-Newsletter Dezember 2009

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). **Im November 2009 wurden 7.122 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 22.246 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

Vorträge zum vierten Know-how-Kongress 2009

„Wirtschaft und Demographie - Zukunft wird jetzt gemacht" war das Leitthema des vierten [Know-how-Kongresses](#) in Köln. In Vorträgen, Talkrunden und Praxisforen setzen sich namhafte Experten mit Themen wie innerbetrieblichen Demographieallianzen, demographiefester Personalarbeit, lebenslangem Lernen und Gesundheitsmanagement auseinander. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Public Relations: Selbst machen oder mit PR-Agentur?

Öffentlichkeitsarbeit/PR - selbst machen oder auslagern? Peter Richter gibt Entscheidungskriterien zur Hand, welche Lösung sich für wen wann lohnt. Sie können Public Relations selbst betreiben - oder mit Unterstützung von PR-Fachkräften. Bevor Sie sich für eine Variante

entscheiden, müssen Sie sich über verschiedene Punkte klar werden. Make or Buy? Überlegungen im Vorfeld.

Den Artikel von Peter Richter, Rheinbreitbach am 23. November in akademie.de [hier online weiterlesen](#).

Service compact (6) (49.KW-09)

01: Eine internationale PR-Kampagne über verschiedene Länder hinweg zu starten, zu steuern und vor allem zu budgetieren, ist in vielen Fällen eine anspruchsvolle und zeitraubende Aufgabe. **Das internationale PR-Netzwerk Eurocom Worldwide** unterstützt Firmen nun bei dieser Herausforderung mit **zwei PR-Paketen zu Festpreisen**. Dabei stehen ein Kampagnen- oder ein Monats-Paket zur Wahl, das über beliebig viele Länder innerhalb des weltweiten PR-Netzwerkes von Eurocom Worldwide gestreut werden kann. Eurocom Worldwide (www.eurocompr.com) umfasst als weltweites PR-Netzwerk rund 60 Standorte rund um den Globus.

02: **Porsche wird zur VW-Marke:** Die Volkswagen AG drückt bei der Porsche-Übernahme aufs Tempo. Doch die Eingliederung von Konzernmarke Nummer zehn hat auch Risiken und Nebenwirkungen, wie die Analyse von W&V zeigt. [Porsche: Abstieg einer Marke?](#)

03: **In Deutschland nimmt die Zahl der privaten Haushalte mit Internetzugang weiterhin zu.** Sie ist von 27 Millionen Haushalten im Jahr 2008 auf 29 Millionen im Jahr 2009 gestiegen. Das zeigen die aktuellen Ergebnisse der Erhebungen des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden zur Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) in privaten Haushalten. Im Jahr 2009 verfügten 73% der privaten Haushalte über einen Internetanschluss (vier Prozentpunkte weniger als 2008).

04: Die **Medienspezialisten von Gorkana twittern zu Themen und Trends, die die PR- und Journalismusbranche in Großbritannien** umtreibt. Folgt man diesem Tweet, erfährt man alles über die neusten Etat-Gewinne, Personalwechsel in den Agenturen und Redaktionen, Fallstudien und branchenrelevanten Termine. Gorkana-Kunden profitieren gleich doppelt, ihre Anfragen werden auch auf diesem Kanal sofort beantwortet. <http://twitter.com/Gorkana>

05: Komplexität wird größte Herausforderung; IT als Erfolgsfaktor anerkannt; Mehr Investitionen in 2010 erwartet; Cloud Computing und Collaboration bleiben oben auf der IT-Agenda; Keine weiteren Trends in Sicht - das sind die **Herausforderungen und Perspektiven, die das nächste IT-Jahr kennzeichnen sollen**. Davon sind die Geschäftsführer und Vorstände der Branchengrößen Adobe, Cisco, Computacenter, HP und Microsoft überzeugt. Deren Einschätzung zur Entwicklung der Branche finden sich in den jeweiligen Videostatements, die am Rande der Veranstaltung "IT-Perspektiven 2010" aufgezeichnet wurden www.ffpr.de/de/news/it_perspektiven_2010/videomaterial.html

06: Für die Unternehmenskommunikation bricht eine neue Ära an. Noch nie gab es so viele Möglichkeiten Unternehmens- und Produktinformationen direkt im Internet zu veröffentlichen. Dabei stellen die neuen Medien jedoch auch neue Anforderungen an die Inhalte und Struktur der PR. Das zehnteilige **Whitepaper 'Veröffentlichen im Internet - Neue Wege in der Online-PR' von Adenion**, Grevenbroich gibt einen Überblick über die wichtigsten Online-Kommunikationsmedien. Der Leitfaden erläutert ihre Möglichkeiten, gibt hilfreiche Linktipps und Ratschläge, um Pressemitteilungen suchmaschinengerecht zu gestalten. Das neue Whitepaper ist kostenlos unter der folgenden Adresse erhältlich: www.pr-gateway.de/whitepapers/veroeffentlichen-im-internet.

Termine + Tagungen

Termine compact (2) (49.KW-09)

01: Der **Verlag Haymarket Media** in Hamburg veranstaltet zwei **Expertenseminare zum Thema "Krisen-Prävention & Krisen-Management in der Unternehmenskommunikation"**. Mit den Experten Dieter Weirich, Leiter der Fraport Unternehmenskommunikation und Cornelia Andriof, Managing Director von Hering Schuppener. Termine: 9. + 10. Februar in Frankfurt am Main und 24. + 25. März in Köln. Infos: www.prreport.de.

02: **Convento** Software (Managementlösung für Unternehmens- und Finanzkommunikation) aus Neuss veranstaltet am 20. Januar 2010 in Zürich ein **"PR Frühstück" zum Thema "Kommunikation im grünen Zeitalter: CSR-Kommunikation in der Praxis"**. Präsentation von Oliver Suter und Tanja Hollenstein von der Agentur Paroli. Infos: www.convento.de.

Das PR-Interview

Interview Nr. 22: Noch wie war PR so wichtig wie heute

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

Interview mit Bernhard Fischer-Appelt zur Neustrukturierung der Agenturgruppe und zu den zukünftigen Herausforderungen für die PR

PR-Journal: *Warum gliedern Sie einen zentralen Bereich der Agenturgruppe in eine eigene PR-Unit aus? Welche Erwartungen verbinden Sie damit?*



Bernhard Fischer-Appelt: Wir haben die Agentur fischerAppelt in den letzten Jahren konsequent zu einer Gruppe multidisziplinärer Spezialagenturen ausgebaut. Nun geht es darum, auch die Leitung der Kernagentur für PR in die Hände eines professionellen Managements zu geben. Gleichzeitig wollen wir unser PR-Profil schärfen und modernisieren. Wir selbst, die beiden Inhaber und Gründer fokussieren uns konsequent auf die Agenturgruppe. Wir werden weniger Zeit mit Verwaltungsaufgaben und mehr Zeit mit übergreifenden Kundenprojekten verbringen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... unsere liebe und immer teurere Europäische Union



Guten Tag! Seit dem 1. Dezember ist der Vertrag von Lissabon in Kraft. Das wurde von EU-Kommissaren und Politikern der Mitgliedsländer in Lissabon groß gefeiert. Für den alten und neuen Kommissionspräsidenten, den Portugiesen José Manuel Barroso, gab es zusätzlich Grund zu feiern, weil es ihm innerhalb weniger Tage gelungen war, rechtzeitig die neuen 27 EU-Kommissare zu benennen. Eigentlich sah der Lissabon-Vertrag nur 23 Kommissare vor. Nachdem die irische Bevölkerung gegen den Vertrag gestimmt hatte, garantierte man den Iren einen Kommissar-Platz (neben anderen Sonderregelungen) und mußte dann auch andere Länder bedienen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Kommunikations-GAU + Fluch für Schwarz-Gelb

Michael H. Spreng schreibt in seinem Blog "Sprengsatz" am 4. Dezember: Jetzt hat also der Bundestag das sogenannte Wachstumsbeschleunigungsgesetz verabschiedet und damit - neben einigen sinnvollen Änderungen - auch die Senkung der Mehrwertsteuer für Hotelübernachtungen von 19 auf sieben Prozent. In der schwarz-gelben Koalition fanden sich keine 30 mutige Abgeordnete, um diese unsinnige Steuersenkung zu verhindern. Mit diesem Gesetz wird Schwarz-Gelb noch viel Freude haben. Das fängt an mit dem bizarren Streit, ob auch Stundenhotels davon profitieren. [Hier online weiterlesen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Möller/Piwinger/Zerfaß (Hrsg.): Immaterielle Vermögenswerte

Klaus Möller, Manfred Piwinger und Ansgar Zerfaß (Hrsg.): Immaterielle Vermögenswerte. Bewertung, Berichterstattung, Kommunikation. Schäffer Poeschel Verlag, 2009. 393 Seiten. Preis: 79,95 Euro. ISBN-10: 3791028847.

Eine Rezension von Kaevan Gazdar, Projektkoordinator des Berichtswesen bei der Hypo Vereinsbank in München.

Standardwerk zu Intangibles. In einem viel zitierten Aufsatz des Jahres 1979 bezeichnete Bilanzfachmann Moxter immaterielle Vermögensgegenstände als "ewige Sorgenkinder des Bilanzrechts". Nun, 30 Jahre später, haben diese

Werte, oft auch Intangibles oder Nonfinancial Assets genannt, Adoptiveltern gefunden. Die Herausgeber und Autoren des fundierten Sammelbandes "Immaterielle Vermögenswerte" bieten einen strukturierten Überblick über die Gesetzeslage im europäischen Wirtschaftsraum, Bewertungskonzepte von Branchen- und Berufsverbänden, Berichterstattung und andere relevante Aspekte. In interdisziplinärer Perspektive wird die Bedeutung der Kommunikation für externe Berichterstattung breit dargestellt. Denn gerade in diesem gesetzlich schwach normierten Bereich geht es darum, die Darstellung gegenüber Investoren, Kapitalgebern und Geschäftspartnern zu optimieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Social Purpose Marketing ist gesellschaftsfähig

Autorenbeitrag von Anja Guckenberger, Deputy Managing Director & Creative Director von Edelman, Hamburg



Das Marketing für und mit dem guten Zweck hat in den letzten 3 Jahren den Durchbruch geschafft. Es ist keine Eintagsfliege, kein kurzfristiger Trend, keine schlecht refinanzierbare und nicht messbare Zusatz-Aktivität – es greift vielmehr eine langfristige gesellschaftliche Veränderung auf. Diese Veränderung ist branchenunabhängig und global. Laut der weltweiten good purpose Studie von Edelman, die 2009 zum dritten Mal in Folge durchgeführt wurde, sind 8 von 10 befragten Bürgern bereit, ihr Konsumverhalten zu ändern, wenn das dazu beiträgt, die Welt zu einem lebenswerteren Ort zu machen. Warum jetzt, warum gerade in der

Rezession? Und wer sagt, dass dies keine Modeerscheinung ist, die in einer Inflation von Greenwashing-Kampagnen mündet und sonst nichts verändert? Den Autorenbeitrag von Anja Guckenberger, Deputy Managing Director & Creative Director von Edelman, Hamburg, [hier als PDF herunterladen](#).

PR-Digest (Lesehinweise)

Mitmach-Internet: Das Web 2.0 hat seine besten Tage hinter sich

Es mehren sich die Anzeichen, dass das viel gelobte Mitmach-Netz in eine Akzeptanzkrise geraten ist. Wikipedia leidet unter Autorenchwund, kritische Studien untergraben das Vertrauen in die sozialen Netzwerke. Und auch dort gibt es nur wenige Aktivposten, die spannende Beiträge veröffentlichen.

Den Artikel von Hendrik Werner 2. Dezember 2009 in *WeltOnline* [hier weiterlesen](#). Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Peter Kruse in Interviews in FR (Internet verändert) und SZ (zu Schirmmacher)

"Frankfurter Rundschau": Die "Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien", LPR, lud anlässlich ihres 20-jährigen Bestehens zusammen mit Experten dazu ein, über die Veränderung der Gesellschaft durch das Internet nachzudenken und einen Blick in die Zukunft zu werfen.

Interview (am 5. November): "Das Internet beginnt eigentlich erst jetzt, mit dem Web 2.0 seine Gesellschaft verändernde Kraft zu entfalten". Der Zukunftsforscher, Unternehmensberater und Psychologe Peter

Kruse hat sich den Ruf als Vordenker und Interpret komplexer Zusammenhänge im Netz erworben und spricht im FR-Interview über Gefahren und Chancen der Entwicklung im virtuellen Raum und welche Konsequenzen die haben müssen. [Hier weiterlesen](#).

"Süddeutsche Zeitung": "Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen", lautet der Untertitel des neuen Buchs von FAZ-Herausgeber Frank Schirmmacher ("Payback", Blessing-Verlag, München). Darin beklagt der Autor die Überforderung durch die tägliche Informationsflut aus dem Netz und warnt vor einer computerdominierten Zukunft. Im Interview am 26. November widerspricht ihm der Bremer Psychologe Peter Kruse heftig. [Hier weiterlesen](#).

Privatbanken: Eine ganze Branche muss ihr Image polieren

Die Finanzkrise hat das Private Banking stark erschüttert. Derzeit erlebt das gesamte Geschäft eine Zäsur. Die Hauptaufgabe der Banken jetzt: Die Wiederherstellung des Vertrauens und die Verbesserung der Kundenbindung. Was die Banken dabei von Handelsunternehmen wie Ikea lernen können. Die Finanzkrise hat auch bei vornehmen und auf Diskretion bedachten Häusern ihre Spuren hinterlassen. Dabei spielte es offensichtlich keine Rolle, ob eine Bank von persönlich haftenden Gesellschaftern geführt oder an der Börse notiert wird. Den Artikel von Peter Köhler am 4. Dezember in *Handelsblatt.com* [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

Gesuche

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

PR-Redakteur(in) in Köln und Berlin gesucht

PRINT sucht PR-Trainee (m/w), Berlin

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

Unternehmen

Teamleiter Corporate Communications (m/w), Berlin

Volontär (w/m) 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, 07. Dezember 2009 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.309 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.