

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 227 / 50. + 51. KW 2009

Seite 1

Engagement: Jedes gute Management braucht gute Kommunikation

Eine Studie zeigt: Selbst Weltkonzerne tun sich schwer, ihr gesellschaftliches Engagement zu verkaufen. Deutsche schlagen sich besser als die Konkurrenz aus Asien oder den Vereinigten Staaten. Doch nur wenige global agierende Konzerne erkennen die Brisanz des Themas. Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen ist im Zuge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise in das Zentrum des öffentlichen Interesses gerückt wie nie zuvor. War es früher vor allem die Frage nach der ökologischen Verantwortung – etwa der Ölkonzerne und Energieversorger, so hat das Thema heute nach den spektakulären Bankenpleiten die gesamte Wirtschaft erfasst. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommunikationstrends 2010: PR 2.0 & Social Media per Online Social Media Newsroom

Bei den PR-Agenturen und verantwortlichen Kommunikationsstellen zeichnet sich ein klarer Wandel ab. Klassische Vorgehensweisen werden zunehmend hinterfragt, der Medienwandel und

das Internet als neue Herausforderungen erkannt. Aktuelle Studien zeigen bei PR-Agenturen, Pressestellen, Unternehmen und Multiplikatoren klar in Richtung Social Media, Online-PR (2.0) und Social Media Newsrooms.

Den Beitrag von Stefan Hertach am 10. Dezember im schweizerischen Blog "mediaquell" [hier online weiterlesen](#).

Werbebranche im Umbruch: Markenprofis stolpern ins Mitmach-Netz

Lidl twittert Sonderangebote, VW lässt Kunden bloggen, Bosch startet eine Heimwerker-Community: Deutsche Firmen drängen ins Mitmach-Netz. Allzu oft aber ohne gutes Konzept - dabei sind die Unternehmen immer stärker auf eine schlüssige Web-2.0-Strategie angewiesen. Denn tatsächlich drängen Deutschlands Firmen zusehends ins Mitmach-Netz. 60 von 100 Marken sind laut einer Erhebung der Universität Oldenburg und der PR-Agentur Konstruktiv in Social Networks aktiv.

Den Artikel von Ole Reißmann und Stefan Schultz am 08. Dezember in "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).

Interview Nr. 23: Weihnachtsmann 2009

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

Interview mit Annelore Christ-Kind ... 😊

PR-Journal: Böse Zungen behaupten, beim Weihnachtsmann handele es sich um einen uralten



PR-Gag ...



Annelore Christ-Kind: ... das muss ich in aller Entschiedenheit zurückweisen. Die Marke Weihnachtsmann ist

erfolgreicher denn je. Wir haben für Deutschland erst unlängst eine Marktforschung in Auftrag gegeben, die hervorragende Ergebnisse erbracht hat. 99 Prozent ungestützte Bekanntheit, traumhafte Sympathiewerte besonders in der werberelevanten Zielgruppe der sieben- bis 13-jährigen. Auch pan-kontinental zählen wir, mit Ausnahme der islamischen Welt, Milliarden von Stakeholdern. Der Wert der Marke Weihnachtsmann ist höher denn je, was sich u. a. in langfristigen Werbepartnerschaften zeigt, und das nicht nur mit dem Coca Cola-Konzern. Selbst der Einstieg ins Web 2.0 ist gelungen: Wir bloggen, tweeden und twittern, und es gibt kein soziales Netzwerk auf dieser Welt, in dem wir nicht Premiummitglied wären. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

FIFA und ihr Kommunikations-Direktor gehen getrennte Wege

Der Weltfußballverband Fédération Internationale de Football Association (FIFA) mit Sitz in Zürich (CH) meldet, dass er sich von Hans Klaus (42), dem bisherigen Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, mit sofortiger Wirkung

getrennt hat: "Grund waren unterschiedliche Ansichten bei der Kommunikationsstrategie. Die FIFA dankt Hans Klaus für seinen Einsatz für die FIFA und wünscht ihm für seine Zukunft alles Gute. Nicolas Maingot (Leiter der Abteilung Medien) wurde interimistisch zum FIFA-Direktor Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit ernannt, sein Stellvertreter Pekka Odriozola interimistisch zum Leiter der Abteilung Medien." [de.fifa.com Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Beate Sohl verlässt DAPR

Beate Sohl (48), seit April 2005 Geschäftsführerin der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR), Wiesbaden wird das Unternehmen zum Jahreswechsel 2010 auf eigenen Wunsch verlassen und sich im Beratungs- und Bildungsmanagement selbstständig machen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Verleger Burda trifft Nachfolgeregelung

Der Verleger Hubert Burda beruft den Vorstand Technologie, Finanzen, International, Paul-Bernhard Kallen (52) mit Wirkung zum 1. Januar 2010 zum Vorstandsvorsitzenden seines Unternehmens. Hubert Burda selbst wird als geschäftsführender persönlich haftender Gesellschafter seine verlegerische und unternehmerische Richtlinienkompetenz wie bisher aktiv und in vollem Umfang wahrnehmen. Mit der Bestellung Kallens vollzieht der Verleger einen weiteren wichtigen Schritt zur Sicherung einer

kontinuierlichen Führungsnachfolge in seinem Unternehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Frey wird neuer ZDF-Chefredakteur, Schausten leitet Hauptstadtstudio

Peter Frey (52) wird zum 1. April 2010 neuer Chefredakteur des ZDF. Der Verwaltungsrat folgte dem Vorschlag von Intendant Markus Schächter einstimmig. Frey arbeitet in unterschiedlichen Funktionen seit 1985 beim ZDF. Anfang der 90er Jahre hat er das ZDF-Morgenmagazin als Redaktionsleiter aufgebaut und etabliert. Er war Korrespondent in Washington, Leiter der Hauptredaktion Außenpolitik und ist seit 2001 Leiter des Hauptstadtstudios, wo er unter anderem die Sendungen "Berlin direkt" und die "Berliner Runde" moderiert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Verantwortlichkeiten in der Daimler-Kommunikation

Thomas Fröhlich übernimmt beim Daimler-Konzern in Stuttgart am 1. Januar 2010 die Leitung des Bereichs Global Media und Marketing. Nach neun Jahren in der Unternehmenskommunikation bei Daimler, derzeit als Leiter Unternehmenskommunikation,

leitet er künftig unter anderem auch die gesamte interne Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (16) (50.+51.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Susanne Häckel** (41) ist neuer Associate Director im Münchner Büro der Agentur Waggener Edstrom. Sie unterstützt General Manager **Manuel Hüttl** in allen Bereichen der strategischen und operativen Agenturführung der deutschen Niederlassung. Häckel kommt von Schwartz Public Relations, München, wo sie als Senior Account Manager das B2C-Team geleitet hat. Zuvor war sie als Director in der Technology-Practice von Burson-Marsteller in Frankfurt am Main tätig. **Katharina Wilhelm** (26), die ebenfalls von Schwartz Public Relations kommt, wird Häckel als weiterer Neuzugang in der Consumer Tech Unit unterstützen.

02: **Cornelia Mayrbäurl** (41) ist seit Mitte November neuer Senior Consultant der Public Affairs-Agentur Kovar & Köppl in Wien (AT). In dieser Funktion ist sie sowohl für das Marketing von Kovar&Köppl verantwortlich als auch in Projekte der strategischen Beratung eingebunden. Zuvor war sie als Korrespondentin aus Südamerika und den USA auch für Schweizer und deutsche Printmedien ("Focus", "NZZ am Sonntag") tätig.

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!

03: **Jan Freitag** (37) und **Bernhard Schmid** (34) sind als Mitglieder der Geschäftsleitung nun auch als Partner mit an Bord der PR-Beratungsfirma Bütikofer & Company in Zürich (CH). Freitag ist seit 2003 als Berater bei Peter Bütikofer & Company tätig, er ist primär in den Bereichen Corporate Communications, Ghostwriting und Brand Communications beschäftigt. Schmid stieß Anfang 2006 zu der Schweizer Agentur, seine Arbeitsschwerpunkte liegen in den Bereichen Corporate Communications, Investor Relations und Neue Medien.

04: **Peter Ruhenstroth-Bauer** unterstützt ab sofort als assoziierter Kooperationspartner die Berliner Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer (J + K) (GPRA). Der Jurist, Strategieberater und Demografieexperte war bis 2005 Staatssekretär im Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

UNTERNEHMEN:

05: **Klaus-Hubert Fugger** übernimmt die Pressearbeit für „Die Familienunternehmer – ASU“ und deren Präsidenten Patrick Adenauer mit Sitz in Berlin. Der gelernte Journalist war zuvor in Pressesprecher in Wirtschaftsverbänden sowie in der Politik und selbständiger PR-Berater. Interims-Pressesprecher **Christoph Schmale** kehrt als Senior Berater zu hbpa – Hans Bellstedt Public Affairs zurück.

06: **Astrid Unger** übernimmt seit November die Leitung PR / Öffentlichkeitsarbeit bei Velux Deutschland in Hamburg. Sie löst **Thomas Greiser** ab, der den Dachfensterhersteller nach sechs Jahren Unternehmenszugehörigkeit verlässt. Die Kommunikationsdesignerin verantwortete zuvor mehr als sechs Jahre lang die Pressearbeit beim Sonnen- und Sichtschutzspezialisten Teba in Duisburg.

07: **Marcus Ostermann** (35) verstärkt die internationale Rechtsanwaltskanzlei DLA Piper in Köln als Director Public Affairs, um den Bereich Government Relations weiter ausbauen. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Regierungsangelegenheiten, Public Affairs sowie der Bereich der Unternehmenskommunikation. Der gelernte Rechtsanwalt und Spezialist für Government Relations und Public Affairs kommt vom Telefonkonzern Vodafone, wo er den Bereich Public Affairs leitete.

08: **Christoph Hermes** (42) wird zum 1. Januar 2010 neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der Börse Stuttgart. Zuvor war der studierte Geisteswissenschaftler als Leiter Kommunikation und Pressesprecher der CDU-Fraktion im Landtag von Baden-Württemberg sowie als Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei der Warsteiner Brauerei und Campina Deutschland beschäftigt. In der neuen Funktion folgt er auf **Uwe Velten** und **Philipp Hahn**.

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!

09: **Gerhard Zaiss** (54) hat am 1. Dezember die Leitung der Unternehmenskommunikation bei SKF in Schweinfurt übernommen und fungiert als Pressesprecher der deutschen SKF. Zaiss hat zuvor die Marketing- und Unternehmenskommunikation in verschiedenen internationalen Technologieunternehmen verantwortet, letzte berufliche Stationen waren die Schaeffler Gruppe in Herzogenaurach sowie Deutz in Köln.

MEDIEN:

10: **Andreas Durisch** verlässt Mitte 2010 die Züricher "SonntagsZeitung", wo er seit 1997 als Chefredakteur tätig ist. Zuvor war er vier Jahre lang Chefredaktor der "Schweizer Familie". Von November 2005 bis Juni 2007 leitete er zudem als Chefredakteur das Nachrichtenmagazin "Facts". Durisch will künftig als Senior Partner der Dynamics Group in Zürich (CH) ins PR-Beratungsbusiness einsteigen. In seiner neuen Tätigkeit wird er Persönlichkeiten aus Wirtschaft und öffentlichem Leben in Fragen der strategischen Positionierung und des Reputationsmanagement beraten. Über einen Nachfolger bei der "SonntagsZeitung" gibt es derzeit noch keine Entscheidung

11: **Henning Krumrey** (47), stellvertretender Chefredakteur der Wirtschaftswoche, ist neuer Vorsitzender der Kölner Journalistenschule. Stellvertretende Vorsitzende wurden **Martin Kessler** (Rheinische Post) und **Jochen Wegner** (Focus Online). Krumrey folgt auf **Ralf-Dieter Brunowsky** (BrunoMedia), der nach vier Jahren Vorsitz nicht wieder kandidierte.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

12: **Petra Domberger** übernimmt die Leitung des Zentralbereichs Kommunikation der IHK Schwaben in Augsburg. Sie war bisher als

Leiterin Öffentlichkeitsarbeit bei der Börse München tätig und von 1995 bis 2003 Mitglied bei den Wirtschafts Junioren. **Natascha Zödi-Schmidt**, seit Januar 2009 Pressesprecherin der IHK Schwaben, übernimmt parallel dazu die Leitung des Bereiches Medien- und Öffentlichkeitsarbeit und bleibt direkte Ansprechpartnerin für Journalisten. **Martin Lober**, bisheriger Leiter des Zentralbereichs Kommunikation, beendet seine Tätigkeit bei der IHK Schwaben zum 31. Dezember 2009 aus privaten Gründen.

13: **Katharina Bathe** und **Julia Niles**, referieren an der Deutschen Presseakademie depak, Berlin. Die beiden Geschäftsführerinnen von kalia kommunikation in Berlin lehren den Teilnehmern der Fern- und Abendstudiengänge Wissen in Sachen „Kreative Konzeptionstechniken“, „Ethik, Moral und Selbstkontrolle im Berufsfeld der PR“ sowie „Interne Kommunikation“.

14: **Christian Arns**, Leiter der Deutschen Presseakademie depak in Berlin, wacht ab sofort über das ARD-Programm "Das Erste". Der Rundfunkrat des Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) wählte ihn zum stellvertretenden Mitglied in den ARD-Programmbeirat. Arns ist seit Januar 2007 Mitglied des rbb-Rundfunkrats.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

15: **Ingo Decker** (43) ist neuer Sprecher des Brandenburger Innenministeriums in Potsdam. Der Politikwissenschaftler löst **Geert Piorkowski** (57) ab, der in den vergangenen Monaten die Geschäfte des Pressesprechers wahrgenommen hatte. Piorkowski wird Stellvertreter von Decker. Der Diplom-Journalist war zuvor bereits mehrere Jahre stellvertretender Pressesprecher des Innenministeriums.

16: **Sebastian Rudolph** (33), langjähriger Redakteur und Korrespondent beim Bayerischen Rundfunk, ist neuer Pressesprecher im

Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung in Bonn. Er leitet ab sofort die Unterabteilung Kommunikation sowie das Referat Presse. Er folgt auf **Rainer Lingenthal**, der im Zuge des Regierungswechsels aus seinem Amt ausgeschieden war. (Quelle: politik-kommunikation.de)

Etats

Etats compact (23) (50.+51.KW-09)

01: Kern, Freiburg

was: *PR-Etat*

an: **unicat communications**, München

02: EuroDok, Heppenheim

was: *Public Relations Etat*

an: **Liepolt Public Relations & Investor Relations**, Lampertheim-Hüttenfeld

03: Lotte Voss Faktorei

was: *Markenaufbau mit Public Relations*

an: **PR Commander**, Bremen

04: Deutsche Welthungerhilfe, Bonn

was: *Sonderveröffentlichungen zum Klimagipfel*

an: **muehlhausmoers kommunikation** (GPRA), Köln

05: Markenvertrieb AEG-Electrolux, Nürnberg

was: *Instore-Movie für Ergorapido Cyclonic 2IN1*

an: **Flad & Flad Communication**, Heroldsberg

06: RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung, Sankt Augustin

was: *Öffentlichkeitsarbeit für das RAL Gütezeichen*

an: **Kohl PR & Partner** Unternehmensberatung für Kommunikation (GPRA), Berlin

07: Danone Waters Deutschland, Frankfurt am Main

was: *PR-Etat des Jahres 2010 für die Marke Volvic*

an: **komm.passion** (GPRA), Hamburg

08: Stiftung Preußische Schlösser und Gärten

Berlin-Brandenburg (SPSG), Potsdam

was: *Idee und Gestaltung der Sonderpublikation „Ein Quart Geschichte“*

an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin

09: GlaxoSmithKline, München

was: *PR-Kommunikation für das Arzneimittel zur Gewichtsreduktion "alli"*

an: **fischerAppelt relations** (GPRA), Hamburg

10: Flughafen München

was: *Podcasts zur Kommunikation der Werbeflächen des Münchener Flughafens*

www.muc-video.de

an: **F&H Porter Novelli**, München

11: Peter Tamm Sen. Stiftung, Internationales Maritimes Museum Hamburg

was: *Kommunikation und Gestaltung für die Kampagne „Hamburgs neues Seezeichen“*

an: **Raika Kommunikation** (GPRA), Hamburg

12: Messe Frankfurt, Frankfurt am Main

was: *Pressearbeit für die überregionale Tages- und Wirtschaftspresse für "Light+Building 2010"*

an: **Schwartz Public Relations**, München

13: Novartis Consumer Health, München

was: *Fachkommunikation mit Ärzten und Apothekern für das Nicotinersatzpräparat Nicotinell*

an: **Edelman**, Frankfurt am Main

14: Fru'Cha!, Hamburg

was: *kommunikative Markteinführung der Marke*

15: Deutsche Bausparkasse Badenia, Karlsruhe

was: *klassischen PR-Arbeit und internen Kommunikationsmaßnahmen*

an: **Serviceplan Brand PR**, München

16: Progeria Research Foundation (PRF),
Boston, MA (USA)

was: *internationale Aufklärungskampagne*

an: **fischerAppelt Kommunikation /
GlobalHealthPR**, Hamburg

17: Day Software, Basel (CH)

was: *Kommunikation in Deutschland, Österreich
und der Schweiz*

an: **Schwartz Public Relations**, München

18: Malaysia Tourism Promotion Board, Frankfurt
am Main

was: *klassische Medienarbeit, Promotionen
sowie Events in der Schweiz*

an: **panta rhei pr**, Zürich (CH)

19: Dole Europe, Paris (FR)

was: *PR-Lead-Etat für 30 Länder in Europa und
Süd-Afrika*

an: **Hopscotch Europe In One**, Dublin (IE)

20: Erdgas Zürich

was: *Image- und Produktbroschüren und
Jahresberichte ab 2010*

21: Caritas Zürich (CH)

was: *Konzept und Umsetzung der Jahresberichte
der nächsten vier Jahre*

an: **Crafft Kommunikation**, Zürich (CH)

22: Lacoste, Paris (FR)

was: *Pressearbeit für Lacoste-Schuhe in der
Schweiz*

23: Cimag City Immobilien Management, Zollikon
(CH)

was: *Erstellen von Broschüren und Websites
sowie Entwicklung einer neuen Corporate Identity*

an: **PRfact**, Zürich (CH)

Branche

Aus HWP Communications wird Hill & Knowlton Tech

Hill & Knowlton Deutschland (GPRA), Frankfurt am Main/Berlin konzentriert seine Kompetenzen im Technologie-Bereich auf den Standort in Frankfurt am Main. Die hundertprozentige Tochter HWP Communications tritt ab dem 01. Januar 2010 als Hill & Knowlton Tech GmbH auf. Damit wird die Integration von HWP in die deutsche Niederlassung des internationalen Netzwerkes vollendet. Zugleich soll das Kompetenzfeld Technologie in Zukunft noch breiter verstanden werden, weit über den ITK-Bereich hinaus. International ist Hill & Knowlton Tech einer der zentralen Geschäftsbereiche des globalen Netzwerkes. Im Zuge der Umbenennung und der Stärkung des Frankfurter Standortes wird Hill & Knowlton sein Büro in München schließen und alle Geschäftstätigkeiten nach Frankfurt am Main transferieren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

achtung! formiert sich neu: **Barrierefreie Zusammenarbeit für effiziente Kommunikation**

achtung! (GPRA) zuweilen noch eher als PR-Spezialist eingeordnet, aber tatsächlich mittlerweile Full-Service-Agentur mit Präsenz in Hamburg und München, formiert sich zum 1. Januar neu und entscheidet sich dabei bewusst für die Bündelung verschiedener Disziplinen unter einer Marke und in einer Firma. achtung! setzt damit weiter auf die eine Marke achtung!, geht aber den entscheidenden Schritt weiter, sie in einem einzigen Unternehmen zu führen und nicht in verschiedene GmbHs aufzusplitten. Aus der neuen achtung! GmbH – vormals achtung! kommunikation GmbH – bietet die Agentur die Leistungsbereiche achtung! werbung, achtung! pr, achtung! direkt, achtung! interaktiv und

achtung! event aus einem Unternehmen heraus an. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (8) (50.+51.KW-09)

01: **Cognis Kommunikation mehrfach ausgezeichnet.** Der Spezialchemieanbieter Cognis in Monheim ist für sein Kommunikationsmanagement-System bei den diesjährigen Econ Awards mit Gold in der Kategorie „Strategische Unternehmenskommunikation“ ausgezeichnet worden. Darüber hinaus erhielt das Unternehmen bei den Spotlight Awards 2009 des US-amerikanischen Kommunikationsverbands LACP (League of American Communications Professionals) insgesamt neun Preise, darunter viermal Gold. Cognis wird von JP|Kom, Düsseldorf betreut.

02: Die internationale Kommunikationsagentur **Weber Shandwick (GPRA) baut ihr Digital Communications Angebot in Deutschland weiter aus.** Im Zuge dessen ziehen die bisher in Hamburg ansässigen Beraterteams zum Jahreswechsel an den Berliner Agenturstandort um. Im dortigen M.E.C.H. Communications House auf dem Gelände der Kulturbrauerei wird Weber Shandwick fortan noch enger mit der Interpublic-Schwesteragentur McCann Erickson zusammenarbeiten. Bestands- und Neukunden erhalten so disziplinübergreifend vollintegrierte Teams und Lösungen. Eine personelle Aufstockung des Digital Communications Teams ist für Anfang 2010 geplant.

03: Der **mittelständische Seafood-Spezialist Ristic, Oberferrieden hat den Preis für Unternehmensethik 2010 erhalten.** Mit der mit 10.000 Euro dotierten Auszeichnung würdigt das Deutsche Netzwerk Wirtschaftsethik (DNWE) das langfristige nachhaltige Wirtschaften und das sozial-ökologische Engagement der Ristic AG. In

den vergangenen Jahren wurden unter anderem Novartis, Faber-Castell und Puma ausgezeichnet.

04: Publicis Consultants I Net Intelligenz, das Digital-Angebot von Publicis Consultants I Deutschland (GPRA), hat bei den diesjährigen **European Excellence Awards einen Gold-Award mit Wahlradar in der Kategorie Evaluation.** Wahlradar, eine Kooperation von linkfluence, Publicis Consultants I Net Intelligenz und Q I Agentur für Forschung GmbH, bildet erstmalig das gesamte politische Web auf einer Karte ab (www.wahlradar.de). Neben dem Award für Wahlradar waren Kampagnen für die Kunden Shell Deutschland sowie Beiersdorf nominiert.

05: In der Wiener Hofburg wurde der Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos (S&L) am 10. Dezember der **European Excellence Award** überreicht. Die Jury, bestehend aus führenden Kommunikationsspezialisten Europas, ehrte die von S&L inszenierte crossmediale **Perry Rhodan-Jubiläumskampagne.** In der **Kategorie Entertainment & Culture** setzten sich Straub & Linardatos und Perry Rhodan gegen illustre Konkurrenz durch, u.a. auch „Barbie's 50th Anniversary“.

06: Das Public Relations Global Network (**PRGN**), internationales Netzwerk unabhängiger Public und Investor Relations Agenturen, hat die **Präsenz in Deutschland um eine weitere Agentur verstärkt.** Neben der Industrie-Contact AG (IC) aus Hamburg, die schon seit 2002 im Netzwerk ist, zählt nun auch die **cometis AG aus Wiesbaden**, spezialisiert auf Finanzkommunikation und Investor Relations, zu PRGN. Die Zahl aller PRGN-Mitglieder umfasst weltweit 40 eigentümergeführte Agenturen auf sechs Kontinenten.

07: Die **Berliner Re'public Agentur für Finanzkommunikation hat in diesem Oktober ihren PR-Bereich als eigenständige Gesellschaft ausgegliedert.** Die neue PR-Agentur Re'public Public Relations ist auf Tourismus- und Finanz-PR

spezialisiert und startet mit fünf Mitarbeitern und sechs langjährigen Bestandskunden, darunter die WestLB AG und transavia.com. Geschäftsführer der neuen Agentur ist Jürgen Arbter, der auch die Re'public Agentur für Finanzkommunikation leitet.

08: Die Züricher (CH) Agentur **Heusser Communicates** hat die **spezialisierte Unit Healthexplained** gegründet. [Healthexplained](#) sieht sich als Partner für Kunden aus allen Bereichen der Gesundheit und bietet Full-Service-Kommunikation in einem modularen Angebot. Die Unit bietet vom Download einer medizinischen Illustration, der Erarbeitung von Inhalten und von Strategien in Design und Text, über Konzepte von Marketing- und Imagemassnahmen bis zum strategischen Brandaufbau und der integralen Markenführung.

Medien

ddp übernimmt AP Deutschland

Die Nachrichtenagentur ddp Deutscher Depeschendienst übernimmt mit sofortiger Wirkung die deutsche Tochter der amerikanischen Nachrichtenagentur Associated Press (AP), die Medien in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit internationalen Nachrichten in deutscher Sprache beliefert. Im Rahmen der Transaktion wurde zwischen ddp und AP auf 15 Jahre der gegenseitige Bezug der Dienste vereinbart, womit ddp die Übersetzungsrechte am internationalen AP-Material für deutschsprachige Märkte erworben hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ZDF-Chefredakteur Brender ist "Journalist des Jahres" 2009

Nikolaus Brender, Chefredakteur des Zweiten Deutschen Fernsehens ZDF, ist von einer rund 60-köpfigen Jury der unabhängigen Journalistenzeitschrift "medium magazin" (Frankfurt/Main) zum "Journalist des Jahres 2009" gewählt worden. In der Begründung heißt es u.a.: "Nikolaus Brender hat mit seinem konsequenten Beharren auf journalistische Unabhängigkeit Zeichen gesetzt, die über den eigenen Sender hinaus auf die ganze Medienbranche ausstrahlen. Um so mehr kritisiert die 'medium magazin'-Jury, dass der ZDF-Chefredakteur 2009 zum Spielball parteipolitischer Interessen wurde und der Verwaltungsrat des Senders die vom ZDF-Intendanten vorgeschlagene Vertragsverlängerung verhinderte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Agentur Walter Visuelle PR befragt Webinar-Teilnehmer zu Social-Media-Aktivitäten

Bei den Social-Media-Aktivitäten deutscher Unternehmen steht das Beobachten und Auswerten der verschiedenen Medien hoch im Kurs. Dies ergab eine Umfrage, die die Walter Visuelle PR in Wiesbaden unter 41 Webinar-Teilnehmern durchgeführt hat. Danach gaben über 70 Prozent der Firmen an, ausführlich wissen zu wollen, wo sich die eigene Zielgruppe aufhält, was sie über die Marke sagt und über welche Themen sie im Netz diskutiert. Seit Oktober bietet die Agentur kostenlose Webinare zum Thema Social Media in der Unternehmenskommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lufthansa, Google und Otto twittern am interessantesten

Gute Inhalte sorgen für eine hohe Reichweite. So lautet eine der Kernaussagen einer aktuellen Studie über den Kurznachrichtendienst Twitter. Über einen Zeitraum von drei Monaten beobachtete das Beratungsunternehmen Absolit gemeinsam mit dem Verband der deutschen Internetwirtschaft eco und der PR-Agentur talkabout communications (GPRA) die zwanzig aktivsten Unternehmen. „Twitter wird von vielen Unternehmen eingesetzt, um sich durch den direkten Dialog in ein gutes Licht zu setzen“ sagt Studienautor Torsten Schwarz. Die Beispiele Lufthansa und Google zeigen jedoch, dass auch ohne den personalintensiven Dialog eine hohe Reichweite aufgebaut werden kann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"Mediakompass"-Befragung unter PR-Fachleuten: Klassische Medien noch deutlich vor Web 2.0

Mit rund 46 Wochenstunden liegt die durchschnittliche Wochenarbeitszeit der jetzt im zweiten "Mediakompass" des Jahres befragten PR-Fachleute nur knapp unter dem Pensum der im Sommer befragten Journalisten. Und wer im PR-Job eine Führungsrolle inne hat, arbeitet mit 51 Stunden pro Woche im Schnitt deutlich länger als alle anderen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (12) (50.+51.KW-09)

01: **Bauer setzt Redaktionen vor die Tür.** Unter der designierten Verlagschefin Yvonne Bauer scheint bei Bauer Media eine neue Personalpolitik einzuziehen. Wie erst jetzt bekannt wurde, wurde am vorvergangenen

Freitag den Redaktionen „Wohnidee“ und „Laura Wohnen Kreativ“ kundgetan, dass sie ihre Arbeitsplätze verlieren, da die Blätter künftig in München erstellt werden. Alle Mitarbeiter wurden sofort freigestellt. [wuv.de](#)

02: **Weltweiter Werbemarkt hat sich stabilisiert.** Nach dem stärksten Einbruch der weltweiten Werbeinvestitionen seit Jahrzehnten hat sich der globale Werbemarkt stabilisiert. Für 2010 wird weltweit ein leichtes Plus von 0,9 Prozent erwartet. Die Werbeausgaben in den Märkten Nordamerika, Westeuropa und Japan werden jedoch auch im kommenden Jahr noch schrumpfen. [zenithmedia.de](#)

03: Im **November-Ranking von IVW Online**, das erstmals vorrangig nach Visits und nicht mehr nach Page Impressions ausgewiesen ist, hat sich gegenüber Oktober an der Spitze wenig geändert: Ganz oben stehen weiterhin T-Online (433 Millionen Visits) vor MSN (272 Millionen) und Yahoo (206 Millionen). Die Besuchszahlen der beiden letztgenannten Portale sind konstant geblieben, das Content-Angebot von T-Online konnte um 6,3 Prozent zulegen. [horizont.net](#)

04: **Was machen eigentlich die DDR-Marken?** In den vergangenen Jahren zeigte sich in den Neuen Bundesländern ein wachsender Trend in Richtung Markenorientierung. In der Markenaffinität haben die Neuen Bundesländer die Alten mittlerweile sogar überholt. DDR-Marken sind heute wieder in. Die Studie definiert: Was sind eigentlich DDR-Marken? Am Beispiel von 81 DDR-Marken ist untersucht worden, was ihre Erfolgsfaktoren sind. [mdr-werbung.de](#)

05: **Der Axel Springer Verlag startet eine Initiative mit kostenpflichtigen Angeboten**, die Nutzern Inhalte und eine einfache Handhabung in der Abrechnung bieten. Mit den neuen Anwendungen (Apps) von BILD und WELT für das iPhone stehen zwei mobile Angebote als Abo-Modelle zum Download bereit. So lassen sich über die Bild- und Welt-"Apps" die Printausgaben dieser

Titel bereits am Vorabend im PDF-Format lesen. „Breaking News“ und aktuelle Sportergebnisse werden über eine Push-Funktion direkt auf dem Display angezeigt. axelspringer.de

06: Fünf Verlage gehen gemeinsam online, Online-Kiosk soll aus der Krise helfen. Fünf der grössten amerikanischen Zeitschriften-Verlage starten ein Joint Venture für einen gemeinsamen Online-Kiosk. Beteiligt an der neuen Medienplattform sind die Verlage Time, Condé Nast, Hearst und Meredith sowie der Medienkonzern News Corp. von Rupert Murdoch. Ziel der digitalen Initiative sei es, eine neue Generation von Zeitschriften für mobile und digitale Geräte zu entwickeln, hiess es am Dienstag in einer gemeinsamen Erklärung des Konsortiums. persoenlich.com

07: Preisverleihung des red dot award: communication design 2009. Die Besten des internationalen Kommunikationsdesigns trafen im red dot design museum in Essen zusammen, um die Preisträger des diesjährigen red dot award: communication design zu ehren. Sechs von insgesamt 6.112 Einreichungen erhielten von den internationalen Juroren diese höchste Ehreenauszeichnung. Die besten Arbeiten der jeweiligen Kategorie lieferten die Designbüros Alt Group, Bureau Mirko Borsche, 20FIRST, Leslie Chan Design, ART+COM und Blue Byte. de.red-dot.org

08: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) sieht in dem geplanten Gebührenmodell der GEZ einen künstlich geschaffenen Wachstumshemmer für die gesamte Internetbranche in Deutschland. So sollen laut Medienberichten alle Internetnutzer ohne Fernseher einheitlich zu GEZ-Vollzahlern werden. Auch Besitzer von internetfähigen Mobiltelefonen würden so grundsätzlich mit einem monatlichen Beitrag von derzeit 17,98 Euro belastet. bvdw.org

09: GfK-Studie: Die Bereitschaft für Internethalte zu bezahlen ist gering. 13 Prozent der Internetnutzer, die privat Zugang zum Internet haben, wären bereit, für Informationen im Internet zu bezahlen: acht Prozent würden Bezahlhalte ohne Werbung und fünf Prozent würden einen kostenpflichtigen Informationszugang auch mit Werbeschaltungen akzeptieren. Der Großteil der Surfer will die Inhalte im Internet wie gewohnt kostenlos nutzen. portel.de

10. Die Journalistenvereinigung netzwerk recherche hat den den Reporterpool von NDR Info mit dem „**Leuchtturm für besondere publizistische Leistungen**“ ausgezeichnet. Die Ehrung gehe an den Norddeutschen Rundfunk, der Mut und Weitblick besessen habe, etwas Ungewöhnliches zu wagen: Journalisten einfach machen zu lassen, ohne sie per Organigramm und Stellenausschreibung in ein von Redaktionsmanagern erdachtes Format zu pressen: netzwerkrecherche.de

11: Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) veröffentlicht heute die Zahlen der neuen Welle ihrer Markt-Media-Studie internet facts. Die [internet facts 2009-III](http://internetfacts2009-III) weist Reichweiten- und Strukturdaten für 621 Online-Werbeträger auf Angebotsbasis und 3.163 Belegungsseinheiten aus – ein neuer Allzeit-Höchststand. Darüber hinaus liefert sie allgemeine Daten zu Zielgruppen und Online-Werbeträgern sowie Kerndaten zur Internetnutzung und zum E-Commerce. Berichtszeitraum sind die Monate Juli bis September 2009. Die Daten der internet facts 2009-III sind ab sofort im [AGOF Planungstool TOP](http://AGOFPlanungstoolTOP) für die Mediaplanung hinterlegt.

12: Deutsches Tiefkühlinstitut verleiht erstmals Preis für Berichterstattung zum Thema Tiefkühlkost. Das Deutsche Tiefkühlinstitut (dti) hat in den vergangenen Jahren die Berichterstattung über die Produkte aus der Kälte in allen Medienbereichen beobachtet. Bewerber hatten ab August 2008 ein Jahr lang Zeit, ihre

Veröffentlichungen zum dem Thema beim dti einzureichen, rund 70 Bewerber schickten ihre Beiträge ein. Den mit insgesamt 6.000 Euro dotierten Preis teilen sich die drei Erstplatzierten:

1. Mario Brück für seinen Artikel „Essen aus dem Eis“ erschienen in der Wirtschaftswoche im August 2009.
2. Laura Knoche & Almut Saygin für ihren Beitrag „Kühlkette“ ausgestrahlt in der Sendung Welt der Wunder (RTL II) im Juli 2009.
3. Daniel Gräfe für seinen Artikel „Der alte Mann und das Mehr“ veröffentlicht in den Stuttgarter Nachrichten im April 2009.

Die Gewinner-Beiträge im Internet unter Journalistenpreis "Eiskalt recherchiert" tiefkuehlkost.de

Produktkommunikation zum digitalen Dialog mit Kunden, Partnern und Medien. Bisher frei erhältliche Trend- und Suchwerkzeuge liefern jedoch nur quantitative Auswertungsmöglichkeiten – Tonalität und die Stimmung in den einzelnen Twiternachrichten (Tweets) werden außer Acht gelassen. Ein umfassendes Monitoring oder gar Handlungsempfehlungen für das Marketing sind schwer möglich. Diese qualitative Lücke schließt die internationale Kommunikationsagentur Waggener Edstrom und präsentiert am 16. Dezember erstmals „live“ in München ihr neuestes Social Media Tool WE twenz pro™ (www.twenzpro.com). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Neue Google-Pläne: Der Eintrittspreis ist die totale Überwachbarkeit

Google, Herrscher über das Echtzeit-Netz - Suche im Live-Web. J. Kuhn schreibt am 8. Dezember in "sueddeutsche.de": Ein Internet-Riese rüstet auf: Mit der Echtzeit-Suche werden Twitter und Facebook durchkämmt, Handykameras verwandeln sich zu Suchmaschinen. [Hier online weiterlesen. Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Waggener Edstrom präsentiert neues Twitter-Analyse-Tool Twenz pro

Qualitative Bewertungsmöglichkeit digitaler Kommunikation: Wer bestimmt die Diskussion auf Twitter. Leise und vor allem zahlreich rieseln die Tweets – nicht nur zur Vorweihnachtszeit. Mehr und mehr Unternehmen nutzen die Social Network Plattform Twitter für ihre Marken- und

Professionelle Fotografie zum Pauschalpreis stößt in Marktlücke

„Der Start von vor-ort-foto.de hat unsere Erwartungen deutlich übertroffen,“ stellt Lutz Cleffmann, Geschäftsführer der GPRA-Agentur ECCO Düsseldorf/EC Public Relations fest. Vor rund einem Monat war der neue Service für Pressestellen sowie Redaktionen von Kunden und Mitarbeiterzeitungen an den Start gegangen. Zu festen Pauschalpreisen ab 150 Euro bietet er bundesweit professionellen Fotojournalismus. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (6) (50.+51.KW-09)

01: **Geschenketrends 2009:** Wenn es darum geht, was Eltern ihren Kindern unter den Weihnachtsbaum legen, werden "traditionelle" Geschlechterrollen lebendig: Während Mädchen vor allem Kleidung und Puppen bekommen, dürfen Jungen mit Lego und Baukästen experimentieren. Das geht aus einer Umfrage des Nürnberger Marktforschungsinstituts K&A Brand Research in

Kooperation mit dem Online-Panel Respondi unter 1000 Verbrauchern hervor. horizont.net

02: Mit einem Treffen von Mitgliedern, Unterstützern und interessierten Teilnehmern **nahm das German American Business Forum (GABF) jetzt auch in Deutschland seine Arbeit auf.** Das GermanAmericanBusinessForum in Washington, D.C. (GABF) ist eine von seinen Mitgliedern getragene, am 26. Oktober 2009 in Washington, D.C. gegründete und dort ansässige „non-profit organisation“, die sich als "Brückenbauer" für deutsch-amerikanische Geschäftsbeziehungen versteht. Die GABF bietet deutschen Mittelständler Unterstützung beim Aufbau und der Pflege von Business-relevanten Netzwerken sowie Kontakt zu Entscheidern in Washington, D.C. Darüber hinaus fördert GABF die Vermittlung von konkretem U.S.-marktrelevanten Knowhow und den Dialog von deutschen und amerikanischen Unternehmenslenkern auf Augenhöhe.
www.germanamericanbusinessforum.de

03: **Die meisten Industrieunternehmen sind noch nicht für das Zeitalter der „Digital Natives“ gerüstet**, wie eine aktuelle **Benchmarking-Analyse** der auf Kundenmanagement, Marketing und Vertrieb spezialisierten **Strategieberatung Keylens**, Düsseldorf/München/Bremen zeigt. In einigen B2B-Branchen verfolgen nicht einmal zehn Prozent der Unternehmen eine ganzheitliche Online-Marketingstrategie, die das Potenzial von Social Media nutzt. Doch es geht auch anders, wie einige Erfolgsbeispiele zeigen. Der Großteil der Industrieunternehmen denkt und arbeitet noch in klassischen Offline-Strukturen. Online-Marketingstrategien mit Web 2.0 spielen bislang laut Keylens kaum eine Rolle. Die Unternehmen nutzen das Web immer noch als „digitales Schaufenster“ und zur Einweg-Kommunikation. Strukturen und Ansätze für einen digitalen Dialog

mit Kunden und anderen Zielgruppen sind nur selten vorhanden. (www.keylens.com)

04: **„Alle mal herhören!“ – so der Titel des ersten PR-Ratgebers für Hörgeräteakustiker**, der im Median-Verlag Heidelberg erschienen ist. Der Ratgeber, der sich insbesondere an kleine und mittelständische Hörakustik-Betriebe richtet, liefert auf 224 Seiten viele handhabbare Tipps zur Gestaltung des eigenen Auftritts. Nähe zur Praxis ist garantiert: Zahlreiche Beispiele und Checklisten unterstützen die Umsetzung. Viele Vertreter der Hörakustik-Branche brachten eigene Erfahrungen ein. Nicht zuletzt ist Autor Martin Schaarschmidt, der ein PR-Büro in Berlin unterhält, seit Jahren bestens mit dem deutschen Markt für Hörgeräte vertraut. www.median-verlag.de.

05: **Datenschutz im Web: Wie Sie sich vor Google verstecken.** Ein Beitrag Von Konrad Lischka und Christian Stöcker am 07. Dezember in "SpiegelOnline". Google sammelt mehr Informationen über Internetnutzer als jedes andere Unternehmen. Ab sofort werden Suchergebnisse sogar ohne Zustimmung der User "personalisiert". [SpOn erklärt hier](#), wie man sich der Datensammelwut des Konzerns entziehen können.

06: **Fairplay trotz Angst vor Jobverlust - Manager nutzen Eigen-PR statt Ellenbogen.** Knapp drei von vier Managern (72 Prozent) glauben nicht daran, dass die Krise „weitgehend überstanden“ ist. Das ergibt eine vom Online-Karrieremanager Placement24 durchgeführte Umfrage unter 1.447 Fach- und Führungskräften. Rund 36 Prozent der befragten angestellten Führungskräfte sehen zudem ihren Arbeitsplatz aktuell gefährdet. Im Juni 2009 fürchteten 32 Prozent der Befragten den Verlust ihres Arbeitsplatzes. „Wir empfehlen allen Fach- und Führungskräften, sich laufend am Arbeitsmarkt zu präsentieren und bei Headhuntern und Personalberatern entsprechend zu positionieren“, rät Fabiano Maturi, Geschäftsführer von Placement24. „Über unsere Netzwerkpartner sowie

unser einzigartiges Matchingverfahren informieren wir bei uns registrierte Führungskräfte auch über öffentlich ausgeschriebene Jobangebote“.

intensive Text- und Kommunikationstrainings. Anhand eines realen Auftraggebers erlernen sie im vierten Workshop außerdem Methoden und Techniken für die Erstellung einer PR-Konzeption. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine + Tagungen

Termine compact (1) (50.+51.KW-09)

01: Neue **Termine** für 2010 **zum Vormerken** für PR-Menschen:

- ◆ 18. Januar 2010 in Frankfurt am Main: Horizont Awards - Männer und Frauen des Jahres 2009
- ◆ 13. April 2010 in Düsseldorf: PR 2.0 Forum
- ◆ 22. April 2010 in Berlin: Gala und Verleihung PR Report Awards 2010 (Moderation: Markus Lanz)
- ◆ 23. April 2010 in Leipzig: 5. LPRS>> Forum
- ◆ 28. - 30. Juni 2010 in Köln: 22. medienforum nrw
- ◆ 07. Oktober 2010 in Köln: Radio Day 2010

Neue Seminarreihe für PR und Kommunikation in Mitteldeutschland

Die Full-Service-Agentur Daylight Public Relations International, Dresden arbeitet ab sofort mit der Kommunikationsagentur Volker Leistner, Zwickau zusammen. Ab Januar 2010 bieten beide Partner gemeinsame Weiterbildungen rund um die Themen PR und Kommunikation. Das Herzstück der Seminarreihe bildet ein eintägiges PR-Grundlagenseminar für mittelständische Unternehmen. Darüber hinaus bieten die beiden Trainer, Stefan Lange und Volker Leistner, eine Reihe von Spezialseminaren, Trainings und Coachings, in denen sich die Teilnehmer auf spezielle Situationen vorbereiten oder einzelne PR-Maßnahmen genauer kennen lernen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung + Seminare

Fernstudium PR plus: Erster Starttermin 2010 im Januar

Das 18-monatige PR plus-Fernstudium zum akademischen PR-Berater beginnt mit dem nächsten Starttermin am 14. Januar 2010. Am Standort Heidelberg findet ein dreitägiger Einführungsworkshop unter der Leitung von Reinhold Fuhrberg statt, Professor für Public Relations und Kommunikationsmanagement an der FH Osnabrück/Lingen. Fuhrberg wird mit den Teilnehmern die Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit behandeln, in weiteren Präsenzphasen erhalten sie unter anderem

Public Relations: Öffentlichkeitsarbeit lernen

Wenn ein Unternehmen einen Umweltskandal vertuscht, tut es sich nicht unbedingt einen Gefallen. Kommt er doch heraus, ist der Ärger doppelt so groß. Gute Krisen-PR hat deswegen nichts mit dem Verdrehen von Tatsachen zu tun. Es geht vielmehr darum, die Sicht eines Unternehmens oder einer Organisation zu verbreiten, ohne die Sachlage auf Kosten der Wahrheit schönzureden. Wie das geht, lernen Studenten in dem Fach Public Relations. [Weiterlesen hier in "SZON"](#). **Datenbank mit Studiengängen:** www.hochschulkompass.de/studium.html.

Ausbildung compact (3) (50.+51.KW-09)

01: Der PR-Ausbilder **oeffentlichkeitsarbeit.de** in Heidelberg **hat seine Doppelzertifizierung** nach DIN EN ISO 9001:2008 sowie der Anerkennungs- und Zulassungsverordnung Weiterbildung (kurz: AZWV) des Bundeswirtschaftsministeriums erfolgreich **abgeschlossen** – im Oktober wurden die Urkunden ausgehändigt und jetzt im Dezember die Zertifikatsnummern für die Weiterbildungsmaßnahmen. Die Heidelberger sind damit die ersten privaten PR-Ausbilder in Deutschland, die sich mit ihrem Qualitätsmanagementsystem den strengen ISO-Anforderungen unterzogen haben.

02: Journalistisches Schreiben trainiert die **AFK Akademie Führung und Kommunikation**, Oberursel/Ts. vom 22. bis 26. Februar 2010 in Oberursel bei Frankfurt am Main. Auf dem Programm stehen die verschiedenen Darstellungsformen, Nachrichtensprache, Nachrichtenwert erkennen und gestalten sowie die Bedarfe von Journalisten. Der ständige Wechsel von Lernphasen, intensiven Übungen und individuellem Feedback soll den Trainingserfolg sichern. **Seminar: S1 – Journalistisches Schreibtraining**. Infos: www.afk-online.com.

03: **Die ersten 215 Absolventen verlassen die Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)**. „Das ist nicht nur für unsere Studenten, sondern auch für uns als Hochschule ein großes Ereignis“, so Joachim Scheurer, Kanzler der MHMK. Im November erhielten in München 73, in Stuttgart 25, in Köln 71 und in Hamburg 46 Studenten ihre Graduierungsurkunden. Die seit 1999 im Hochschulbereich tätige Privathochschule ist mit Bescheid vom 01. August 2006 des Bayerischen Staatsministeriums für Wissenschaft, Bildung und Kunst dazu berechtigt, eigene Abschlüsse zu

verleihen und eröffnete mit drei akkreditierten Bachelorstudiengängen. Sie ist mit 1.500 Studierenden und 50 Professoren mittlerweile die größte private Medienhochschule Deutschlands. „Wir konnten von Beginn an gemäß des Bologna-Prozesses arbeiten und uns mit dem Thema Akkreditierung beschäftigen“, sagte Scheurer.

Kommentare

Der Griff der Parteien nach ARD & ZDF: Wir wollen das Fernsehen zurück!

Die Parteien sollen sich aus den öffentlich-rechtlichen Rundfunk-Anstalten heraushalten. Denn Politiker entlassen Journalisten, von denen sie einst interviewt wurden. Die bisherigen (politisch bestimmten) Rundfunkräte müssen ersetzt werden durch neue gesellschaftliche Vertreter, die dann wirklich diejenigen repräsentieren, denen der öffentlich-rechtliche Rundfunk gehört: Die GebührentzahlerInnen, die ZuschauerInnen - uns. *Den Kommentar von Steffen Grimberg am 10. Dezember in taz.de [hier online weiterlesen](#). Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Wer erklärt unseren Kindern das Internet?



Ein Kommentar von Djure Meinen (39), Online-Experte 50hz, Büppel bei Vare!

Das Internet – darüber besteht unter Experten weitgehend Einigkeit – wird unsere Gesellschaft auf dramatische Weise verändern. Es gibt nur eine einzige Handlungsmaxime: Es gilt den Wandel zu begleiten und – ohne einen einzigen Gedanken an

Repression – zu gestalten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Schwaben helfen gerne

Ein Hamburger, ein Stuttgarter und ein Züricher sitzen zusammen im Zug von Hamburg nach Zürich.

Fragt der Schweizer den Norddeutschen:

"Sans schonmal gen Zürich gsie?"

Der Hamburger fragend:

"Wie bitte?"

"Sans schonmal gen Zürich gsie?"

"Entschuldigung, ich kann Sie leider nicht verstehen."

"Sans schonmal gen Zürich gsie?"

Der Hamburger weiß immer noch nicht Bescheid:

"Es tut mir furchtbar leid, aber ich verstehe kein Wort."

Darauf mischt sich hilfreich der Schwabe ein:

"Er moind gwää."

Rezensionen

Trepte/Hasenbrink/Schramm (Hg.): Strategische Kommunikation und Mediengestaltung

Sabine Trepte, Uwe Hasebrink, Holger Schramm (Hrsg.) : "Strategische Kommunikation und Mediengestaltung. Anwendung und Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung". Verlag: Nomos/Edition Reinhard Fischer. 1. Auflage, Jan. 2009. 259 Seiten. Preis: 25 Euro. ISBN: 978-3-8329-4311-0.

Rezension von Alexandra Raetzer, Inhaberin der PR-Agentur Redensart (www.redensart-pr.de) in

Saarbrücken und Absolventin von PR Plus (www.prplus.de)

Ein Buch, das Brücken baut: Wie Theorie und Praxis aufeinander eingehen und voneinander lernen können

Wissenschaftler arbeiten im Elfenbeinturm an Studien, deren Sinn sich außer ihnen niemandem erschließt. Praktiker setzen auf das Prinzip Learning by doing und machen ihren Job, so gut es eben geht. Zugegeben: Ganz so arg sieht es in der Realität der Kommunikationswissenschaft und – praxis nicht aus. Doch zwischen Theorie und Praxis klafft noch immer eine tiefe Schlucht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Suchmaschinen-PR (SEO-PR) – die neue Königsdisziplin in der Online-PR



Eine Artikelserie mit vier Beiträgen von Melanie Tamblé, Adenion, Grevenbroich

Der **zweite** Praxisleitfaden erläutert die verschiedenen Methoden der Suchmaschinenoptimierung mittels

Online-PR und gibt Tipps zur Optimierung von PR-Texten für Menschen UND Maschinen. Den Artikel [hier als PDF herunterladen](#).

Suchmaschinenoptimierung gilt bislang als Disziplin von SEO-Spezialisten, die Webseiten durch technische Tricks suchmaschinenfreundlich programmieren. Doch den überwiegenden Anteil am Suchmaschinenranking haben Maßnahmen außerhalb der eigenen Website. Insbesondere die Online-PR bietet sehr wirkungsvolle und nachhaltige Instrumente, um in den Suchmaschinen nach oben zu klettern und mehr Reichweite im

Internet zu erzielen.

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

Zukunftsperspektiven der Twitter-Nutzung durch Unternehmen



Eine Artikelserie von Jörg Hoepfner, Montabaur. Im **sechsten und letzten Teil** seiner Reihe „Kompendium Corporate Twitter“ resümiert der Kommunikationswissenschaftler

und -berater Jörg Hoepfner einige Ergebnisse der ersten fünf Teile dieses Kompendiums und skizziert Zukunftsperspektiven für die Nutzung von Twitter durch Unternehmen. Abgerundet wird die Reihe durch weiterführende Literatur, Informationen und Tipps.

Den kompletten 6. Beitrag [hier als PDF herunterladen](#).

[Zum PDF-Download](#) des **5. Beitrages**.

[Zum PDF-Download](#) des **4. Beitrages**.

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

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

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

PR-Digest (Lesehinweise)

Der Blick in die Social Media Kristallkugel – Was passiert 2010

Wird 2010 das Jahr in dem Social Media seinen endgültigen Einzug in die Normalität der Marken- und Unternehmenskommunikation feiern? Welche Richtung werden Unternehmen in diesem Bereich einschlagen? Fragen die Freunde, Bekannte & Kollegen von digital-conversation.de versucht haben zu beantworten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 6 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

Junior Berater/in ab Februar 2010 in München

[HOSCHKE & CONSORTEN sucht PR-Assistent \(m/w\), Hamburg](#)

[Publik sucht PR-Berater \(m/w\), Ludwigshafen am Rhein](#)

[fischerAppelt sucht PR-Berater/Campaigner \(m/w\), Standort Hamburg](#)

Shiseido Deutschland GmbH sucht PR-Praktikant/in,
Düsseldorf

*Junior-Public Affairs-Berater mit min. 2 Jahren
Berufserfahrung, Berlin*

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*

Unternehmen

Teamleiter Corporate Communications (m/w), Berlin

Verbände (Non-Profit)

Leitung Kommunikation (m/w), Bochum

Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante
Textprojekte

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. Dezember 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.324 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).

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.

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
