

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 229 / 01. KW 2010

Seite 1

Die richtige Zeit für ein neues PR-Verständnis. Oder: Es sind die Menschen, Dummkopf!

PR ist ein Schimpfwort. So scheint es jedenfalls vielfach. Früher habe ich scherzhaft erzählt, dass ich eher sage, ich sei Rausschmeißer in einem Porno-Kino, als dass ich zugebe, ich sei PR-Berater. Das hätte ein besseres Image. Das tue ich heute nicht mehr. Ich bin gerne PR-Mensch. Aber das Image von PR ist immer noch seltsam. "PR" taucht scheinbar immer im Zusammenhang mit dem Wort "nur" auf. Faszinierend!

Den Blogbeitrag von Mirko Lange, *talkabout (GPRA)*, München am 11. Januar [hier online weiterlesen](#). Zum vollständigen Artikel auf der [Homepage](#)

Düstere Aussichten für die Printbranche

Lothar Leonard, einer der hierzulande wichtigsten Werbe-Manager, prognostiziert Zeitschriften eine "Marktbereinigung". In einem Interview mit der "Frankfurter Rundschau" sagte der Chairman der deutschen Ogilvy-Gruppe: **"Wir haben mehr**

Printmedien als der Markt braucht." Zeitungen, die sich durch "verlegerische Empathie" auszeichnen, attestierte er hingegen Überlebenschancen in der Krise. Für den Werbemarkt bleibe das Fernsehen aber der wichtigste Kanal.

Zum Interview in FR-online.de ("Frankfurter Rundschau") am 7. Januar mit Wolfgang Leonhard.

Stromversorger kämpfen mit schlechtem Image

Deutsche Verbraucher haben keine gute Meinung von Stromlieferanten. Vor allem die großen Anbieter sind ihnen wenig sympathisch. Insgesamt ist ihre Wechselbereitschaft hoch und sorgt für Bewegung im Markt. Punkten könnten in dieser Situation Stromanbieter, die ihre Positionierung schärfen und nicht nur mit dem Preis argumentieren. Zu diesem Ergebnis kommt die Agenturgruppe Serviceplan, München in ihrer "Grundlagenstudie Stromversorgungsunternehmen", die vom Marketingforschungsinstitut Facit durchgeführt wurde. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

W&V-Ranking: Die wichtigsten Agentur-Manager 2010

W&V präsentiert am 7. Januar die Top-Manager 2010: Aus dem aktuellen Ranking der 100 wichtigsten Köpfe der Werbe- und Medienbranche wurden online vorab die besten Agentur-Manager



vorgestellt. Darunter auch zwei bzw. drei aus dem PR-Bereich: auf Rang 24: die Fischer-Appelt-Brüder als PR-Bestplatzierte und auf Rang 50: Stephan Fink, Fink & Fuchs Public Relations, Wiesbaden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ex-Henkel-PR-Mann unter Betrugsverdacht bietet PR-Arbeit an

Kai von Bargen gründet neue Firma "wortgenau" in Düsseldorf: Der Ex-Henkel-PR-Mann, gegen den ein Ermittlungsverfahren wegen Betruges und wegen Urkundenfälschung läuft, hat sich in einem der Gehry-Bauten in einem Büro-Service-Center eingemietet und bietet PR-Arbeit an. Die Staatsanwaltschaft durchleuchtet Firmen und Konten. [rp-online.de](#)

Kombüchen geht bei Trimedia/Grayling an Bord

Stefan Kombüchen (37) ist seit Beginn dieses Jahres Teil der Geschäftsleitung von Trimedia Deutschland in Frankfurt am Main. Als Director of Corporate Communications kümmert er sich um den Aufbau neuer Geschäftsfelder und um alle Belange rund um die Agenturkommunikation (Marketing & PR). Zudem unterstützt er gemeinsam mit Anne Gück und Thomas Löw die beiden Centres of Excellence Consumer Goods und Transportation & Logistics. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (25) (01.KW-10)

AGENTUREN:

01: **Thomas Kahmann** (29) wechselt als Senior PR Consultant zum Berliner Büro der Dresdener PR-Agentur Frische Fische, **Eric Eitel** (38) leitet als Office Director das Büro in Kreuzberg. Kahmann kommt von der Braunschweiger Agentur Profil Marketing, wo er zuletzt als Senior Berater tätig war. Eitel kam bereits 2004 als Account Director zu den Frischen Fischen und hat das Berliner Büro aufgebaut.

02: **Rico Brazerol** und **Rolf Leeb** haben Ende 2009 in Horgen (CH) die PR-Agentur media&more zu gegründet. Beide haben während den letzten 15 Jahren bei verschiedenen Zeitungen, Projekten und Agenturen bereits intensiv zusammengearbeitet und bringen über 50 Jahre Erfahrung in der Medienbranche mit. Unter anderem waren sie als Chefredakteur, Verlagsleiter, Media Manager, Sportchef oder Wirtschafts-Chef tätig.

03: **José Bessard** (55) wird Partner bei Dynamics Group am Standort Bern. In seiner neuen Tätigkeit wird er Unternehmen und Persönlichkeiten aus dem öffentlichen Leben in Fragen der Kommunikation, der Public Affairs und des Lobbying beraten. Zuvor war der ausgebildete Journalist von 2002 bis 2009 Chef der Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Lotteriegesellschaft der westschweizer Kantone.

04: **Nicole Beutler** und **Willi Brand** wurden zu Beginn des neuen Jahres zu Partnern der Public Affairs-Agentur Furrer.Hugi&Partner ernannt und die Junior Beraterin **Cristina Schaffner** stieg zur



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

Beraterin auf. Mit den Agenturgründern L. Furrer und Andreas Hugli sowie Salome Ramseier werden nun fünf Partner die Geschicke der mittlerweile 15 Mitarbeitenden umfassenden Agentur an den Standorten in Bern, Zürich und Brüssel bestimmen.

05: **Urs Rellstab** wird neuer CEO von Burson-Marsteller Schweiz in Zürich. Er kommt vom Wirtschaftsverband economiesuisse, wo er in den letzten Jahren als stellvertretender Direktor für die Gesamtkommunikation und das Campaigning zuständig war. Der studierte Ökonom und Journalist löst **Roman Geiser** ab, der die neue Position des Chief Operating Officer für Burson-Marsteller Europa, Mittlerer Osten und Afrika übernimmt und gleichzeitig ins Verwaltungsratspräsidium von Burson-Marsteller Schweiz wechselt.

06: **Mayumi Leitgeb** erweitert als Senior PR Consultant das Team der Frankfurter PR-Agentur Global Communication Experts. Vor ihrem Start bei GCE betreute sie knapp fünf Jahre in der Agentur C&C Contact & Creation internationale Kunden aus den Bereichen Hotellerie, Airline-Industrie und Destinationen.

07: **Gerd Koslowski** (42) hat im Kölner Vorort Frechen eine eigene PR-Agentur gegründet: GKU-PR. Er war zuvor Pressesprecher und PR-Leiter des angeschlagenen Handels- und Touristikkonzern Arcandor und wurde im Zuge des Insolvenzverfahrens im September 2009 von seinen Aufgaben freigestellt.

UNTERNEHMEN:

08: **Stephanie Venus** (41) ist seit dem 1. Januar 2010 Head of Corporate Communications bei Lekkerland in Frechen. Die studierte Betriebswirtin kommt von Arcandor, wo sie von 2000 bis 2007 als Leiterin Public Relations und zuletzt als Leiterin Sonderprojekte Konzernkommunikation tätig war. Venus folgt auf **Inga Koenen** (40), die sich nach mehr als zehn Jahren entschieden hat, das Unternehmen zu verlassen, um sich neuen Herausforderungen außerhalb der Lekkerland Gruppe zu stellen.

09: **Tom Brühwiler** (40) hat die neu geschaffene Stelle des Chief Social Media Officer (CSMO) beim Rapperswil-Joner (CH) Hosting-Unternehmen Hostpoint übernommen und wird zukünftig die Social-Media-Aktivitäten des Unternehmens steuern. Seit rund fünf Jahren betreibt er das bekannte Weblog BloggingTom und gilt als Experte im Social-Media-Bereich.

10: **Frauke Müller** (30) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation des Stadtmöblierers und Außenwerbers Wall-Konzern in Berlin übernommen. Sie kommt vom Event-Unternehmen Nord Event in Hamburg, wo sie sowohl die externe wie auch die interne Kommunikationsabteilung bis Ende des vergangenen Jahres leitete. Müller folgt auf **Beate Stoffers**, die den Wall-Konzern auf eigenen Wunsch nach acht Jahren Tätigkeit verlassen hat.

11: **Barbara Schmidhauser** (44) ist neue

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!

Pressesprecherin und Leiterin Corporate Communications der Schindler-Gruppe in Hergiswil (CH). Die Juristin war zuvor vier Jahre Leiterin des Rechtsdienstes des Flughafens Zürich. Sie folgt auf **Riccardo Biffi** (64), der nach 27 Dienstjahren bei Schindler Ende März in den Ruhestand geht.

12: **Andrea Probst** (34) ist seit Anfang Januar Leiterin Unternehmenskommunikation der Compass Group Deutschland in Eschborn. Sie war zuvor knapp fünf Jahre lang als Pressesprecherin bei der Unternehmensgruppe Deutsches Reisebüro tätig.

13: **Ingo Schäfer** (35), bisher Beratungschef bei Publicis Frankfurt wechselt zum Jahresbeginn als neuer Leiter Marketing Kommunikation & PR zu Nestlé in Frankfurt am Main. In dieser Position verantwortet Schäfer zukünftig die Marken Maggi, Thomy, Buitoni und Libby. Der Diplom-Betriebswirt startete seine Karriere 1999 bei Publicis in Frankfurt, 2003 wurde er Account Director und Anfang 2008 Beratungschef.

14: **Leonardo Giammarioli** (28) ist neuer International PR Manager beim Kölner Beratungs- und Forschungsunternehmen Sport+Markt. Er war bereits in den vergangenen Monaten als freier Mitarbeiter bei Sport+Markt tätig. Giammarioli folgt auf **Julia Kunkel**, die das Unternehmen nach zweieinhalb Jahren auf eigenen Wunsch verlassen hat. **Alexander Krause** (34), bislang PR Manager National, leitet

die PR Abteilung ab sofort als Head of PR, er ist seit August 2006 im Unternehmen.

15: **Clemens Doeppen** (43) hat als Beauftragter der Geschäftsführung für Regierungs- und Verbandsangelegenheiten die Leitung des Berliner Büros und die Verantwortung für das Lobbying der Ford-Werke in Deutschland übernommen. Die neu geschaffene Position umfasst auch die Koordinierung der Lobbyingaktivitäten in Europa. Doeppen hat zuletzt die Position des Direktors Europaangelegenheiten in Brüssel bekleidet. **Reiner Steilen** (57), der bisher Ford von Köln aus vertreten hat, wird als Direktor Regierungsangelegenheiten weiterhin auch an bundespolitischen Themen arbeiten, die Kontakte zu den Bundesländern koordinieren und darüber hinaus zusätzliche europäische Lobbyingaufgaben übernehmen.

MEDIEN:

16: **Thomas Tanneberger** (39) übernimmt die Chefredaktion der "BauernZeitung" aus dem Deutschen Bauernverlag in Berlin, einer Tochter des Landwirtschaftsverlages in Münster. Zuvor war er seit 2008 Geschäftsführer der Tochter des Landwirtschaftsverlages in Moskau. Der bisherige "BauernZeitung"-Chefredakteur **Ralph Judisch** übernimmt zeitgleich die Chefredaktion beim "Bauernblatt für Schleswig-Holstein und Hamburg" in Rendsburg.

17: **Anette Fröhlich** (35) verstärkt den Bereich Public Affairs von Constantin Medien und

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!

übernimmt die Leitung des Hauptstadtbüros. In dieser Funktion ist die Rechtsanwältin und frühere Leiterin des Bundestagsbüros von CDU-Politiker Laurenz Meyer für die Pflege und den Ausbau der medienpolitischen Kontakte des Unternehmens verantwortlich.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

18: **Dirk Meyer-Bosse** ist neuer Pressesprecher für die Themen Fach- und Wirtschaftsmedien bei der Deutschen Fußball Liga (DFL) in Frankfurt am Main. Vorher war der promovierte Kulturwissenschaftler seit Juni 2006 beim Verlagshaus Axel Springer in Hamburg für die Pressearbeit der Welt-Gruppe, des "Hamburger Abendblatt" und der Programmzeitschriften zuständig.

19: **Meike Ebbert** (36) ist Pressesprecherin und Leiterin der neu geschaffenen Stabsstelle Kommunikation des Fußball- und Leichtathletik-Verbandes Westfalen (FLVW) in Kamen. Zuletzt war die studierte Kommunikationswissenschaftlerin Chefin vom Dienst bei Antenne Thüringen.

20: **Friederike Langenbruch** (30) ist neue Pressesprecherin des Flughafenverbands ADV (Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughäfen) in Berlin. Die diplomierte Politikwissenschaftlerin folgt auf **Leif Erichsen**, der als Pressesprecher zu den Berliner Flughäfen gewechselt ist. Langenbruch war zuvor mit dem Aufbau und der Leitung des Berliner Standorts der Beratungsgesellschaft Valentum Kommunikation betraut.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

21: **Silvia Hochkirch** kündigte zum 31. Dezember 2009 ihre Position als Kurdirektorin von Bad Hersfeld während der Probezeit, die am

1. August 2009 begann. Sie hatte im Sommer die einstige Kurdirektorin Iris **Andrea Lüddecke-Niewerth** abgelöst, die ihre halbjährige Probezeit nicht überstanden hatte. Bis Ende 2008 war Hochkirch 18 Jahre lang Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Bachhaus Eisenach.

22: **Thomas Diehl** ist vom Amt des Regierungssprechers und von der Leitung der Öffentlichkeitsarbeit im Saarland zurück getreten. Seit dem 1. Januar 2010 ist er Pressesprecher des Saarländischen Ministeriums der Justiz. Neue Regierungssprecherin im Saarland ist **Marlene Mühe-Martin**, die als stellvertretende Regierungssprecherin bereits seit 1999 die Öffentlichkeitsarbeit der saarländischen Landesregierung mit verantwortete. Die gelernte Journalistin war bis 1995 Pressesprecherin des Bundesministers für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit in Bonn.

23: **Rolf Steltemeier** (41) ist neuer Pressesprecher und Leiter des Pressereferats des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) in Berlin. Er hat die Position von **Stephan Bethe** (40) übernommen, der sich für eine Elternzeit entschieden hat. Steltemeier wird unterstützt von den beiden neuen stellvertretenden Pressesprechern **Sabine Brickenkamp** (29) und **Knut Steinhäuser** (33).

24: **Marc Jungnickel** (37) wird am 18. Januar neuer Pressesprecher und Leiter der Pressestelle der FDP-Bundestagsfraktion in Berlin. Der gelernte Journalist war zuvor zehn Jahre als Redakteur und Reporter der Parlamentsredaktion des Nachrichtensenders N24 tätig. Er folgt auf **Christoph Steegmans**, der seit Oktober 2009 stellvertretender Regierungssprecher und stellvertretender Leiter des Bundespresseamts ist.

25: **Stefanie Augter** (34) ist neue Pressesprecherin des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Sie folgt auf **Jens Flosdorff**,

der als Leiter der Pressestelle ins Bundesarbeitsministerium gewechselt ist. Die Politologin kam 2004 in die Zentralredaktion der WirtschaftsWoche und war seit 2007 Berliner Korrespondentin.

Etats

Etats compact (11) (01.KW-10)

01: Cambridge ESOL (English for Speakers of Other Languages) Deutschland, Berlin
was: *Pressearbeit*
an: **Publiplikator**, Berlin

02: Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), Berlin
was: *Online-Kommunikation der aktuellen Kampagne*
an: **KircherBurkhardt**, Berlin

03: AKI, Würzburg
was: *klassische PR-Arbeit und Marketingunterstützung*
an: **Dr. Haffa & Partner**, München

04: Day Software
was: *PR-Etat für Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **Schwartz Public Relations**, München

05: Hamburger Sparkasse
was: *Produktion der Newsletter für die Jugendkommunikation „Unicus“ und „Intro“*
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

06: azeti Networks, Lünen
was: *Strategische Kommunikationsberatung, Media Relations sowie Medienpositionierung*
an: **Lewis – Global Public Relations**, Düsseldorf

07: Fleurop, Berlin
+ Wendel (Marco Tozzi), Detmold
was: *Idee, Konzept und Pflege der Website www.liebesmoment.de sowie begleitende Pressearbeit und Community Management*
an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

08: Campari Deutschland
was: *Presse- und Medienarbeit, Produkt-PR in Endverbrauchermedien und Fachtiteln sowie Eventbegleitung für die Marken Campari, Ouzo 12, Cynar und Crodino*
an: **Krauts PR**, München

09: Royal Caribbean Cruise Line, Frankfurt am Main
was: *PR-Etat für die Unternehmenskommunikation der drei Kreuzfahrtmarken Royal Caribbean International, Celebrity Cruises und Azamara Club Cruises in Deutschland und der Schweiz*
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

10: Abama Golf & Spa Resort, Guía de Isora, Teneriffa (ES)

was: *PR-Etat für den deutschsprachigen Markt*

11: Jardín Tropical, Costa Adeje, Teneriffa (ES)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im deutschen Markt*

an: **global communication experts (gce)**, Frankfurt am Main

Branche

Bundesbank rügt Kommunikation der Institute bei Karten-Panne

Die Deutsche Bundesbank hat der Kreditwirtschaft Versäumnisse im Umgang mit millionenfachen Schwierigkeiten bei EC- und Kreditkarten vorgeworfen. Die Branche müsse "ihre Informationspolitik verbessern", sagte das für den Zahlungsverkehr zuständige Vorstandsmitglied der

Zentralbank, Hans Georg Fabritius, dem "Handelsblatt" vom Donnerstag. Er forderte die Banken auf, "Maßnahmen zu ergreifen, die sicherstellen, dass ein Problem dieser Größenordnung künftig nicht mehr auftreten kann". Zudem sei eine "sorgfältige Fehleranalyse" nötig, um die Karten wieder vollständig funktionsfähig zu machen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (01.KW-10)

01: **Zu Publicis Consultants** (GPRA), Hamburg gehört ab sofort die im Bereich Public Affairs aktive **Agentur Shipyard**. Der bisherige Eigentümer und Geschäftsführer Stephan Garbe wird Senior Advisor und Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der PR-Agentur. "Mit der Integration von Shipyard schaffen wir eines der schlagkräftigsten Teams für Public Campaigning und Public Affairs in Deutschland", sagte Axel Wallrabenstein, Managing Partner von Publicis Consultants in Berlin.

02: **Jung von Matt gründet gemeinsam mit Stephan Giest (41) und Christina Stang (38) Jung von Matt/brand activation**. Die Spezialagentur mit Sitz in Hamburg wird Lösungen in den Geschäftsfeldern Live-Kommunikation – von Ambient Media über Promotions bis zu Sponsoring Aktivierung-, Verkaufsförderung und Marken-PR anbieten. Damit trägt die Jung von Matt Gruppe der zunehmenden Bedeutung dieser Leistungen im Kommunikations-Mix Rechnung und verfügt zukünftig neben der Kölner Agentur Jung von Matt/relations, über ein weiteres, ergänzendes Angebot im Below-the line-Bereich. Jung von Matt/relations, eine der führenden deutschen Live-Marketing-Agenturen wurde 2002 gegründet und widmet sich weiterhin den Kommunikationsdisziplinen Eventmarketing, räumliche Inszenierung und Public Relations.

03: **18. COMPRIX ausgeschrieben**. Bis zum 12. Februar können Agenturen, Unternehmen, Verlage und Berater ihre besten Kampagnen, Anzeigen, TV-Spots, multimediale Anwendungen und andere Kommunikationsmaßnahmen beim „COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication“ einreichen. Die öffentliche Preisverleihung findet am 23. April 2010 in Köln statt. Die Ausschreibungsunterlagen gibt es bei der Website www.comprix.com.

04: **Ab sofort ist die Website von Raike Kommunikation (GPRA), Hamburg auch in Englisch abrufbar**. Damit passt die Kommunikationsagentur ihren neuen Onlineauftritt an das internationale Parkett an. „Um in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfolgreich zu sein, ist der Ausbau des internationalen Geschäftes ein wichtiger Erfolgsfaktor“, so Agenturgeschäftsführer Wolfgang Raike. Raike Kommunikation ist bereits seit einigen Jahren für international operierende Kunden tätig und hält enge Kontakte zu Kommunikationsagenturen weltweit. Die Agentur ist bekannt für die verlässliche und verständliche Vermittlung besonders komplexer Sachzusammenhänge gegenüber der Öffentlichkeit. Nicht zuletzt deshalb ist die Agentur jetzt auch über die Internetadresse www.intelligente-kommunikation.info erreichbar.

Medien

Die Angst der Unternehmen vor Blogs

Blogger kritisieren gerne Konzerne: Doch wer als Firma sofort mit einer Klage droht, hat das Wesen des Internets nicht verstanden. In Sachen Kommunikation sind viele Unternehmer noch nicht im sozialen Web angekommen. So dürfte der Albtraum von Chefs und Unternehmenssprechern aussehen: Journalisten hängen mit unangenehmen Fragen in der Telefonleitung, Rechtsanwälte

schicken lange Schriftsätze, während im Internet das Image der Firma kräftig leidet.

sueddeutsche.de

Kritik an Kommunikationspolitik der Verlage

Giovanni di Lorenzo, Chefredakteur der Hamburger Wochenzeitung "Die Zeit", kritisiert deutlich, wie einige Verlage im vergangenen Jahr ihre Sparmaßnahmen kommuniziert haben: "Wenn die Zahlen schlecht sind, muss gespart werden. Aber dann sollte man auch ehrlich sein und den Lesern nicht die krudesten Einsparungen als Qualitätssteigerung verkaufen. Das stimmt einfach nicht. Und die Leser sind alles andere als dumm." Dies sagt der Blattmacher im [Interview mit "Horizont"](#).

Kommunikationspanne: Facebook-User wollen H&M boykottieren

Die schwedische Modekette H&M sieht sich heftigen Protesten ausgesetzt, nachdem bekannt wurde, dass nicht verkaufte Ware ihres New Yorker Mega-Stores mutwillig zerstört und weggeworfen wurde. Wie die "New York Times" am Donnerstag berichtete, wurden in der Nähe eines H&M-Geschäfts im Herzen Manhattans Kleidersäcke mit ungebrauchter warmer Winterkleidung gefunden. Diese war jedoch teilweise mit Rasierklingen oder Messern zerschnitten. So fehlten an Handschuhen die Finger, bei Männerjacken war die Wattierung herausgerissen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Journalisten als Gründer: Bereiten Journalistenschulen ihre Absolventen darauf vor?

Die dramatischen Umwälzungen in der amerikanischen Medienlandschaft haben nicht nur Nachteile. Aus Wandel entsteht auch Neues – zum Beispiel "entrepreneurial journalism" (Unternehmer-Journalismus). Journalistenschülern von Jeff Jarvis hat der Wandel jetzt sogar die komplette redaktionelle Verantwortung und Produktion der hyperlokalen NYT-Website "The Local" beschert (s.u.). Doch wie sieht es hierzulande aus? Sind auch deutsche Journalistenschulen Wegbereiter eines "entrepreneurial journalism"? Bereiten auch sie ihre Absolventen auf eine journalistische Zukunft in eigener unternehmerischer Verantwortung vor?

Den Artikel von Ulrike Langer am 11. Januar in ihrem Blog "medial digital" [hier online weiterlesen](#).

Medien compact (6) (01.KW-10)

01: Frankreich I: Paris subventioniert

Internetmedien: Nach der Verlagspresse will die französische Regierung nun die Internetmedien mit 60 Millionen Euro über drei Jahre unterstützen. Ende Januar werde die Regierung davon 20 Millionen bereitstellen, berichtete die Pariser Zeitung "Libération" (Dienstag). 64 Hilfsanträge seien eingereicht worden, darunter von rue89 (249 000 Euro), mediapart (200 000 Euro) und Slate (199 000 Euro). Die französische Presse kann in diesem Jahr mit 900 Millionen Euro Hilfen rechnen. de.news.yahoo.com

02: Frankreich II: Regierungskommission empfiehlt "Google-Steuer":

Wie die Zeitung Libération berichtet, spricht Jacques Toubon, ehemaliger Kulturminister und Mitglied der Kommission, eindeutig von einer "Google-Steuer", da sich das Vorhaben vor allem an der amerikanischen Suchmaschine orientiert, allerdings

sollen auch andere internationale Internet-Portale wie MSN oder Yahoo in die Pläne einbezogen werden. Die Idee besteht darin, die Internet-Werbeinnahmen dieser Portale, die einen Sitz in Europa haben, zu besteuern. heise.de

03: **Derzeit geht der Trend zu einer besonderen Form der Guerilla-Werbung:**

Erfundene Geschichten um vermeintlich echte Personen dienen als Trojanische Pferde, um Botschaften an die Empfänger zu bringen - über die Medien. "Der Verbraucher steht Werbung anders gegenüber, als objektiven Berichten", erklärt der Berliner Medienanwalt Martin Schirmbacher. Ein Grund, warum der Gesetzgeber Schleichwerbung und "nicht kenntlich gemachte kommerzielle Kommunikation" verbietet. spiegel.de

04: **Über die Hälfte der Deutschen (60 Prozent) können nicht auf das Internet verzichten.**

Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Nachrichtenmagazins "Focus". 39 Prozent der Befragten beantworteten die Frage „Könnten Sie auf das Internet verzichten?“ hingegen mit ja. 84 Prozent der 18- bis 24-Jährigen halten demnach das Internet für unverzichtbar, während 68 Prozent der über 64-Jährigen auch ohne die virtuelle Welt auskommen würden. Die Meinungsforschungsinstitute Polis-Sinus und usuma befragten für "Focus" im Dezember 1005 repräsentativ ausgewählte Erwachsene. focus.de

05: **Zu den Gewinnern unter den 25 größten IVW-geprüften Websites gehören AOL, Chip Online, MyVideo und RTL.de.** Am meisten zugelegt haben aber Wetter Online und Wetter.com, die sich um 16,7% bzw. 56,1% verbesserten. Das Winterwetter führte offenbar zu einem sehr starken Informationsinteresse bei den Bürgern. In den vergangenen Jahren lagen die Dezember-Zahlen bei den Wetter-Websites meist noch unter den November-Werten, nicht so im Winter 2009. meedia.de

06: **Mercedes 2.0: Social Media für 571 PS:** Ein Supersportwagen, 177 000 Euro teuer - als Käufer kommen für das neue Flaggschiff von Mercedes wohl nur wenig Autofans in Frage. Aber: „Der SLS AMG spricht nicht nur Käufer an, sondern alle Fans der Marke Mercedes-Benz“, erklärt Anders Sundt Jensen, Leiter Markenkommunikation Mercedes-Benz Cars. Das verdeutlicht auch den Kern des Kommunikationsproblems. wuv.de

Stamm Medien-Newsletter Januar 2010

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003). **Im Dezember 2009 wurden 3.342 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 19.387 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

Service compact (4) (01.KW-10)

01: **Nach neuesten Schätzungen des IfM Bonn waren in Deutschland im Jahr 2009 410.000 Existenzgründungen zu verzeichnen.** Im Vergleich zum Vorjahr ist dies eine Steigerung um 2,7%. Die Zahl der Liquidationen (Marktaustritte) hingegen ist im gleichen Zeitraum um 3,6% auf rund 397.000 gesunken. Der Gründungssaldo als Differenz der Gründungen und Liquidationen wird somit im abgelaufenen Jahr wieder ein positives Vorzeichen aufweisen, spricht die Zahl der Gründungen wird die Zahl der Liquidationen übersteigen. In 2008 war der Gründungssaldo

erstmalig seit Mitte der 1970er Jahre negativ ausgefallen. ifm-bonn.org

02: Sigmund Freud und Joseph Roth vom Urheberrecht befreit. 2010 fing gut an: Mit dem Jahreswechsel wurde nämlich eine ganze Reihe von bis dahin urheberrechtlich geschützten Werken gemeinfrei. Grund dafür ist, dass ihre Autoren 1939 starben und nun über 70 Jahre lang tot sind. Die dafür maßgebliche Frist wird nicht exakt berechnet, sondern läuft jeweils erst mit dem 31. Dezember eines Jahres (2009) ab. Betroffen sind nicht nur Literaten, Komponisten und Künstler, sondern auch Wissenschaftler. heise.de

03: Seit der Lancierung des Schweizer Markenplakats im Juni 09 hat sich auf dem ersten Kartenwerk der Schweizer Marken einiges verändert. Neue Marken wurden aufgenommen und mit den aktualisierten sowie ergänzten Zusatzinformationen zu den Marken, bietet das Markenplakat noch mehr Informationen über die Schweizer Markenlandschaft. Das Schweizer Markenplakat zeigt erstmalig die komplette Schweizer Markenlandschaft. Eingebettet zwischen fiktiven Bergen, Seen und Städten werden öffentlichkeitsrelevante Schweizer Marken dargestellt. markenplakat.ch

04: KPMG-Analyse: Deutsche Unternehmen holen bei Nachhaltigkeitsberichterstattung auf. Die Zahl der Unternehmen in Deutschland, die auf freiwilliger Basis Angaben zu Nachhaltigkeitsthemen machen, steigt. So veröffentlichen bereits 83 Prozent der 100 umsatzstärksten Unternehmen hierzulande Nachhaltigkeitsinformationen. Dabei liegen die DAX 30-Unternehmen hinsichtlich Umfang und Qualität der veröffentlichten Berichte zumindest auf Augenhöhe mit den 250 weltweit größten Unternehmen. kpmg.de

Termine + Tagungen

"Ist der Ruf erst ruiniert, ..." - Reputationsgipfel 2010 an der Uni Münster

Der Jahr-2010-Softwarefehler bei Kreditkarten, die mutmaßlichen Informationspannen im Zuge der Kundenzaffäre, wiederholte Datenschutzverstöße im Lebensmitteleinzelhandel oder Dopingvorwürfe gegen Spitzensportler schädigen den guten Ruf von Unternehmen, Behörden und Personen nachhaltig. Wie sich Kommunikationsverantwortliche und Führungskräfte auf solche Gefahren vorbereiten und Imagekrisen vermeiden können, zeigt der Reputationsgipfel 2010 am 18. März 2010 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Onlinekommunikation - Trends, Strategien und Werkzeuge digitaler Corporate Communications

Das Web 2.0 verändert permanent Inhalte, Methoden und Strategien der Kommunikation: Müssen Unternehmen heute riesige anonyme Netzgemeinden bespielen oder bleibt es beim konstruktiven Dialog mit den digitalen Stakeholdern? In einem hoch dynamischen Kommunikationsfeld gibt die Tagung Onlinekommunikation am 11. und 12. März im Berliner Concorde Hotel Antworten. Auf der Tagung informieren u.a. als Referenten: Peter Kruse, Geschäftsführender Gesellschafter, nextpractice; Thomas Mickleit, Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Microsoft Deutschland sowie Klaus Eck, Blogger und Kommunikationsberater in München. Weitere Referenten und das Programm der Tagung unter www.tagung-onlinekommunikation.de.

Termine compact (3) (01.KW-10)

01: Der **PR Club Hamburg** hat Tim Arnold (Leiter der Landesvertretung von Nordrhein-Westfalen in Berlin und Ex-Sprecher Bertelsmann-Stiftung), Andreas Fritzenkötter (bis Dez. 2009 Leiter Unternehmenskommunikation Bauer Media Group und Ex-Kanzlerberater), Marcus Johst (Societät für strategische Medienberatung) und Michael Morant (Michael J. Morant - Strategische Kommunikation) zum Gespräch geladen, um unter der Moderation des Compliance- und Kommunikationsberaters Frank Sarfeld den **Beruf des „Spin Doctors“** näher zu beleuchten und zu erörtern. Beginn der Veranstaltung ist um 19.30 Uhr im Mercure Hotel Hamburg an der Messe in Hamburg. Die Anmeldung erfolgt über:

www.presseportal.de/otsEinladung/event/866a3b9f0c.

02: Am 22. Januar wird **Klaus Kocks** in Zusammenarbeit mit dem PR-Weiterbildungsinstitut **com+plus** einen Vortrag zum **Thema „Spin-Doctors: Wahrnehmungsmanager für gesellschaftliche Relevanz oder Roßtäuscher der Mediengesellschaft“** halten. Der Vortrag findet um 19.00 Uhr im Hörsaal H4 am Hindenburgplatz der Universität Münster statt. Die politische PR und deren so genannten Spin-Doctors, die für die Parteien und ihre Meinungsführer die Fäden hinter den Kulissen ziehen, wird Thema seines Vortrages sein. Als derzeitiger persönlicher Berater von deutschen Politgrößen wird Klaus Kocks aus seinem großen Erfahrungsschatz sprechen und seine Sicht über politische PR und die Macher dahinter präsentieren. Infos: www.complus-muenster.de.

03: Mitglieder und Gäste der **DPRG-Landesgruppe Norddeutschland**/Fachgruppe PR-Unternehmer sind zur DPRG-Veranstaltung **"Dinner-Talk"** am 03. Februar um 19:30 Uhr in der Hanse Lounge, Neuer Wall 19 in Hamburg

eingeladen. Zum **Thema „Mit konkreten Firmenwerten nachhaltige Werte schaffen“** spricht der Gründer und Vorstand der Landau Media AG, Lothar Landau, Berlin über die Frage, wie einem guten Kopf eine gute Mannschaft folgt und aus guten Firmengrundsätzen ein erfolgreiches Unternehmen wird. Verbindliche Anmeldung bis 22. Januar unter pilsczek@ppr-hamburg.de.

Ausbildung + Seminare

Neue media workshop-Seminarangebote von news aktuell

Mit zwei neuen Seminarangeboten startet die dpa-Tochter news aktuell ins Jahr 2010. In Hamburg finden im Januar die beiden media workshops "Storytelling" mit Referentin Dr. Heike Hendrix und "Change Communication" mit Manfred Schwarz statt. Insgesamt bietet news aktuell in 2010 mehr als 150 Seminare in den Städten Köln, Düsseldorf, Frankfurt, München, Berlin, Hamburg und Zürich an. Die neuen Seminare: "Storytelling" und "Change Communication". Weitere Informationen zum media workshop "Storytelling" am 21. und 22. Januar in Hamburg unter: www.media-workshop.de/workshop/1359. Weitere Informationen zum media workshop "Change Communication" am 28. und 29. Januar in Hamburg unter: www.media-workshop.de/workshop/1462.

Ausbildung compact (2) (01.KW-10)

01: Systematisch die gesamte Bandbreite moderner PR erfahren. Erarbeiten, analysieren, konzipieren, koordinieren, schreiben, planen, vor allem aber: für die Berufspraxis trainieren. Das steht laut **AFK Akademie Führung und Kommunikation** auf dem **Programm des B1- Basistraining PR, 1. Teil: Einführung und Grundlagen** vom 08. bis 12.

Februar 2010 in Alzey. Schwerpunkte des Trainings sind die Wirkweise von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategieentwicklung, Taktikplanung, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Infos: www.afk-online.com

02: Die **Walter Visuelle PR**, Wiesbaden veranstaltet auch 2010 **kostenlose Webinare zum Einsatz von Social Media** in der Unternehmenskommunikation. In den Online-Seminaren erfahren die Teilnehmer, wie sie die neuen Medien des Web-2.0 für einen erfolgreichen Dialog mit Kunden und Interessenten nutzen. Die Webinare informieren über die Grundlagen des Umgangs mit den modernen Anwendungen. Dabei werden die wichtigsten Dienste, wie Blogs, Twitter, XING und YouTube vorgestellt. Zudem wird deren individueller Nutzen für die Online-PR erläutert. Die Teilnehmer bekommen im 1:1-Dialog Grundlageninfos sowie Tipps von den Social-Media-Experten der PR-Agentur. Das Webinar vermittelt so alle Basics für den Start in die Social-Media-Relations. Unternehmen ergibt sich ein schlüssiges Bild, wie sie die neuen Medien effizient in ihre Kommunikationsstrategie einbinden können. Die Termine für das Jahr 2010 stehen unter www.pressearbeit.de/social-media-training.

Das PR-Interview

Interview Nr. 25: Vielen Unternehmen fehlt das Bewusstsein für Social Media

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

Interview mit Alain Blaes zur Frage nach der Bedeutung der Social Media und dem Umgang der deutschen Unternehmen damit.

PR-Journal: *Welchen Einfluss auf die öffentliche Meinung hat Social Media heute?*



Alain Blaes: Social Media hat heute bereits einen außerordentlich großen Einfluss auf die öffentliche Meinung. Man denke an den legendären, weltweiten Auftakt von Twitter: „There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy." Oder an die Aktivitäten der Oppositionsbewegung in Iran auf allen möglichen Plattformen. Man kann sagen: Social Media hat innerhalb kürzester Zeit Geschichte geschrieben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über ... teure Wahlgeschenke und dreiste Manager



Guten Tag! Nein, eine Prognose über die Wirtschaftsentwicklung in Deutschland kann keiner mit gutem Gewissen abgeben; denn am 9. Mai sind Landtagswahlen in Nordrhein-Westfalen. Also wird die Bundesregierung mit Angelika Merkel an der Spitze auf Kosten der Steuerzahler Geschenke verteilen und Versprechungen machen, die der Wirtschaftsentwicklung langfristig schaden. Das haben wir im Bundestagswahlkampf erlebt, in dem einfach mal so fünf Milliarden Euro als Abwrackprämie oder über 100 Milliarden Euro für Banken aus dem Steuersäckel genommen, Mindestlöhne eingeführt und Zahlungen für Kurzarbeiter verlängert wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Vom Reifegrad der Kunden und dem ihrer Berater



Die PR-Branche hat seit vielen Jahren ihre Protagonisten, die sich um die Legitimation der Öffentlichkeitsarbeiter sorgen. Sie versuchen, den Pragmatismus der Quereinsteiger der ersten Stunde, das über die Jahre hinweg hinzu gewachsene Wissen der Praktiker, die Diversifizierung der Arbeitsfelder und die dem ganzen nachgeschobene akademische Aus- und Fortbildung unter einen Hut zu bringen. Sie opfern ihre Zeit für die Organisation von Prüfungsabschlüssen und Prüfungsausschüssen für berufsbegleitende Kurse, schreiben dicke Bücher über Wertetreiber, Wertschöpfung und Evaluation und meinen auch sonst viel Gutes, das der Sache Aller nicht schädlich ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Klenk/Hanke: Corporate Transparency

Volker Klenk, Daniel J. Hanke, Corporate Transparency – Wie Unternehmen im Glashaus-Zeitalter

Wettbewerbsvorteile erzielen. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt 2009. 240 Seiten. Preis: 39,90 Euro. ISBN 978-3-899-81210-7.

Autorin der Rezension: Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach

Ob Datenveruntreuung oder Kinderarbeit – beschuldigte Unternehmen sind im Sinne eines Reputation Managements gut beraten, offen mit diesen

Misständen umzugehen. Denn nicht erst seit Twitter sickern vertuschte Fakten immer wieder zu Tausenden von Rezipienten durch und verursachen einen teils irreparablen Image-Schaden. Die Herausgeber des FAZ-Buchs „Corporate Transparency“ gehen einen Schritt weiter und behaupten, dass Unternehmen durch mehr Transparenz langfristig sogar Wettbewerbsvorteile erlangen. In einem Theorie- und einem Praxisteil beschreiben renommierte Experten unterschiedlicher Branchen und Disziplinen mögliche Strategien, Umsetzungswege sowie den erwartbaren Nutzen von Transparenz. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Presseportale im Internet: kostenlos vs. kostenpflichtig



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

Der dritte Praxisleitfaden erläutert die Vorteile der

Selbstveröffentlichung über

Presseportale und stellt die wichtigsten kostenfreien und kostenpflichtigen Presseportale in einer Übersicht dar. Den Artikel [hier als PDF herunterladen](#).

Das Internet bietet viele neue Wege für die Kommunikation und Veröffentlichung von Informationen. Online-Presseportale bieten eine gute Möglichkeit für eine Verbreitung von Pressemitteilungen. Wer seine Pressemitteilungen über Presseportale veröffentlicht, kann mehr Reichweite erzielen und neue Zielgruppen erschließen. Aber was genau bringen die Portale und welche Portale lohnen sich überhaupt?

Zum [direkten PDF-Download](#) des **1. Beitrages**.
zum [direkten PDF-Download](#) des **2. Beitrages**.

Jobangebote

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

Gesuche

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich
finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich
finden Sie hier:

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

Agenturen

Bachinger Öffentlichkeitsarbeit in Frankfurt sucht PR
Junior Berater/in

be: public relations sucht PR-Berater/in für die Bereiche
Lifestyle & Kosmetik, Hamburg

PR-Juniorberater (m/w) Unternehmens- und B2B-
Kommunikation, Frankfurt

Trainee (m/w) Unternehmens- und B2B-Kommunikation,
Frankfurt

Juniorberater/Projektmanager
"Unternehmenskommunikation/Presse" (w/m), München

Jahrespraktikum bei agentur05, Köln

Volontariat bei agentur05, Köln

Junior-Berater/in gesucht bei agentur05, Köln

Jungredakteur/in gesucht, Wiesbaden

Account Director (w/m), Wiesbaden

Junior Berater/in ab Februar 2010 in München

HOSCHKE & CONSORTEN sucht PR-Assistent (m/w),
Hamburg

Junior Consultant Online Public Relations (m/w),
Düsseldorf

Unternehmen

Projektassistent/in bei der B. Braun Melsungen AG

oekom research sucht Verstärkung für den Bereich
Corporate Communications, München

Mitarbeiter (m/w) Presse, Öffentlichkeitsarbeit und interne
Kommunikation in Eschborn

Referent Unternehmenskommunikation und Marketing
(m/w), Ruhrgebiet

Verbände (Non-Profit)

Online-Campaigner/-in mit Schwerpunkt Social Media,
Berlin

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 11. Januar 2010 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.385 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 (frauke.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.