

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 234 / 06. KW 2010

Seite 1

PR-Branche distanziert sich von dubiosen Praktiken

Die Vorwürfe gegen den PR-Berater Norbert Essing, Westerkappeln haben auch die Public-Relations-Branche aufgeschreckt. Ihr Organ der freiwilligen Selbstkontrolle, der Deutsche PR-Rat, wird sich am 26. Februar damit beschäftigen.

Dies bestätigte der Vorsitzende des PR-Rates, der frühere BMW-Kommunikationschef Richard Gaul. Man habe dazu von Essing und seinem früheren Mandanten, dem Unternehmer und SPD-Politiker Harald Christ, schriftliche Stellungnahmen erbeten. Christ wirft Essing vor, er habe ihn verleumdet sowie zu erpressen und nötigen versucht; er lasse deswegen eine Strafanzeige prüfen. Essing weist die Vorwürfe zurück. Sollten die Vorwürfe zutreffen, würde wohl auch die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) ihr Mitglied Essing ausschließen. Ob der PR-Rat jedoch bereits zu einer abschließenden Beurteilung kommt, gilt als ungewiss. Sollte sich nämlich die Justiz der Vorgänge annehmen, wären dem Gremium zunächst die Hände gebunden.

Den Artikel von Andreas Müller am 15. Februar in der "Stuttgarter Zeitung" [hier online weiterlesen](#).

Interessant auch dieser StZ-Artikel: [Schlechte Schlagzeilen dank PR-Berater](#).

Neue PR-Barometer-Umfrage: Evaluation in der Kommunikation

Die Evaluation von Kommunikationsmaßnahmen und Kampagnen wird in der Regel stiefmütterlich behandelt. Welche Rolle spielt sie in Zeiten knapperer Budgets? Wie hoch ist der Anteil der Kommunikationsprojekte, die evaluiert werden, und welche Evaluationsinstrumente werden eingesetzt? Um die Beantwortung dieser und weiterer Fragen geht es in der 3. Ausgabe der PRJ-Umfrage "PR-Barometer". Unser Fragebogen bleibt bis zum 12. März 2010 online. Über die Ergebnisse informieren wir sie anschließend auf der Umfrageseite und in „Pfeffers PR-Newsletter“. [Hier geht's direkt](#) zum PR-Barometer und den sieben Fragen der 3. Umfrage.

Google, Samsung, Lego und Henkel sind die Best Brands 2010

Die erfolgreichsten Marken in Deutschland sind am 10. Februar im Rahmen einer Gala im "Bayerischen Hof" in München mit den best brands-Awards ausgezeichnet worden. Als „**Beste Produktmarke**“ überzeugte der Spielwarenhersteller **Lego**. Der Elektronikkonzern **Samsung** gewann als „**Beste Wachstumsmarke**“ und **Google** wurde als „**Beste Unternehmensmarke**“ prämiert. In der Sonderkategorie „**Beste Nachhaltigkeitsmarke** bei Entscheidungen“ gewann der Markenartikelhersteller **Henkel**. Das Besondere an der Auszeichnung: Nicht eine Jury entscheidet über die Gewinner, sondern die Verbraucher selbst. Die Ergebnisse wurden in einer Studie der GfK ermittelt. Die Marktforscher aus Nürnberg gehören gemeinsam mit Serviceplan, Markenverband, IQ Media Marketing, Pro Sieben Sat 1 Group sowie der „Wirtschafts-



woche" zu den Initiatoren des deutschen Markenrankings. [Zur GfK-Pressmeldung mit weiteren Informationen zu den Preisträgern.](#)

Personalien

Personalien compact (29) (06.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Gerrit Richter** (36) leitet als Senior-Berater den Bereich Politische Kommunikation am Berliner Standort der Agentur ergo Kommunikation (GPRA). Der Diplom-Volkswirt kommt von Roland Berger Strategy Consultants, wo er für den Bereich Civil Economics arbeitete. Ebenfalls neu bei ergo ist **Christian Kemper** (31), er verstärkt als Redakteur das Team Investmentgesellschaften an den Standorten Köln und Frankfurt am Main. Der Diplom-Kaufmann arbeitete zuletzt für das "Handelsblatt" und davor für "Focus Money".

02: **Tanja Antwerpes** (42), Vorstandsvorsitzende der Kommunikationsagentur antwerpes in Köln, wird ihr Amt zum 1. Mai niederlegen. Seit 1996 hat sie die Agentur mit aufgebaut und im Jahr 2000 übernahm sie die Führung im Vorstand. Als selbstständige Beraterin wird Antwerpes das Agenturteam jedoch weiterhin regelmäßig im Bereich Strategie und Konzeption unterstützen. Die ansonsten unveränderte Führungsriege wird in Zukunft wieder von ihrem Mann **Frank Antwerpes** geleitet.

03: **Frank Bender** (43) leitet zusätzlich zu seinen Aufgaben als PR-Chef die Produktabteilung von position – institut für kommunikation in Köln. Seit Frühjahr 2007 leitet er die Presseabteilung, im Herbst 2008 übernahm er zusätzlich die E-Media-Abteilung für Radio, Fernsehen und Online. Zuvor verantwortete Bender als langjähriger Pressechef von EMI Music Germany die Pressearbeit für verschiedene Stars.

04: **Julia Jerg** (27) ist Standortleiterin der Agentur powerpress medien in München, die Position wurde innerhalb der Agentur neu geschaffen, um Geschäftsführer **Joachim Hladik** (43) zu unterstützen. Die PR-Beraterin ist seit 2009 bei powerpress medien und betreut Schlüsselkunden im Raum München.

05: **Verena Engenhardt**, PR-Beraterin der Stuttgarter PR-Agentur oha communication, hat vier Monate in New York City, NY (USA) verbracht. Bei der Agentur für Corporate Public Relations Spector & Associates betreute sie Kunden im Healthcare- und Technologie-Bereich.

06: **Nadine von Schuckmann** (31) verstärkt als Kundenbetreuerin das Team der Baden-Badener Agentur Lohr-Nehmer PR in den Bereichen Beauty und Lifestyle. Zuvor war sie als Account Managerin bei Sallinger consult&press für die Kosmetikmarken und Modekunden aus dem Luxussegment zuständig.

UNTERNEHMEN:

07: **Christoph Hardt** (49) bisher Leiter des Ressort Unternehmen und Märkte des Handelsblatts, wechselt zu Siemens nach München. Dort

komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!



übernimmt der Journalist am 1. April die weltweite Verantwortung für die interne Kommunikation/Führungskräftekommunikation des Konzerns. Über seine Nachfolge beim "Handelsblatt" wurde noch nicht entschieden, dies soll jedoch zeitnah erfolgen.

08: **Philippe Georgiou** wird Chief Officer Corporate Affairs der Fluggesellschaft Oman Air in Frankfurt am Main, er ist auch deren offizielle Unternehmenssprecher. Seit 1990 arbeite Georgiou für Coca Cola, wo er u.a. die Public Relations-Abteilung für die Region Naher Osten leitete und als Unternehmenssprecher tätig war.

09: **Erdmann Kilian** (37) steuert bei der internationalen Managementberatung Oliver Wyman mit Sitz in Frankfurt am Main als als Manager Corporate Communications die Markenkommunikation und das Marketing im deutschsprachigen Raum. Er kommt von der Agentur KetchumPleon (GPRA), wo er zuletzt als Business Director tätig war.

10: **Marta Koziarska** (28) steigt bei Mrs.Sporty in Berlin als neuer Head of Public Relations & Communications ein. Die studierte Politologin ist Mitglied der European Association of Communication Directors und hat bis Ende Januar 2010 bei Siemens IT Solutions and Services Poland als Head of Communications gearbeitet. Ihre Vorgängerin **Nina Ahrens** (32) wechselte im Januar in die Unternehmenskommunikation von Grundy UFA in Potsdam.

11: **Katrin Arntz** (29) ist in neu geschaffener Position als Director Public Affairs für den alternativen Briefdienstleister TNT Post Holding Deutschland in Ratingen tätig. Sie hat als Beraterin des Den Haager Lobby- und Public-Affairs-Büros Meines & Partners sechs Jahre Auftraggeber in verschiedenen Funktionen politisch beraten.

12: **Sabine Gürtler** (28) ist als Pressereferentin bei der Keyna Group in Görlitz eingestellt worden. Die studierte Germanistin und Politologin war zuvor in der Kommunikationsabteilung eines internationalen Technologieunternehmens tätig.

13: **Susanne Heiß** (34) verantwortet den neu geschaffenen Bereich Public Relations (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) der Lebensversicherer Heidelberger Leben und Clerical Medical in Deutschland. Die geprüfte PR-Beraterin (DPRG) ist seit 2007 im Unternehmen tätig, zuvor war sie verantwortlich für den Bereich Interne Kommunikation und Veranstaltungen des internationalen Versicherungsarms der Lloyds Banking Group.

14: **Friederike Rumschöttel** übernimmt nach einjähriger Babypause ab sofort wieder die Leitung der Presse und Öffentlichkeitsarbeit beim Thiele & Brandstätter Verlag in Wien. Seit Anfang 2007 leitet sie dort die Presseabteilung, zuvor leitete die ausgebildete Politikwissenschaftlerin seit 2004 die Presse und Öffentlichkeitsarbeit für die Verlage Zsolnay und Deuticke. **Kristina Lindenthal** wechselt von der Presse- in die Programmabteilung, **Eva Gruber** hat den Verlag Anfang Februar verlassen.

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!

15: **Boris Bullwinkel** (37) verlässt die Weischer. Mediengruppe in Hamburg auf eigenen Wunsch. Der gelernte Journalist war bei dem Kino- und Out-of-Home-Vermarkter in den vergangenen zehn Jahren in unterschiedlichen Marketingfunktionen tätig, zuletzt als Leiter der Unternehmenskommunikation. Seine Aufgaben übernimmt nun Marketingleiterin **Katja Garff** (41), die bereits seit 1997 gemeinsam mit Bullwinkel für die nationalen Marketing-, Presse- und Vertriebsaktivitäten der Kreativ-Festivals zuständig war.

16: **Guido Knott** (44) ist seit 1. Februar Leiter des Bereichs Wirtschaftspolitik bei Eon. Bislang war er kaufmännischer Vorstand der Eon Hanse. Knott folgt in dieser Position auf **Gert von der Groeben**, der in den Ruhestand gegangen ist. In seiner neuen Funktion wird Knott für Eon die politische Landschaft beobachten sowie die Kontakte zu Verbänden und Politik pflegen. politik-kommunikation.de

17: **Christiane Jansen** (43) ist seit dem 1. Januar Leiterin des Bereichs Unternehmenskommunikation bei der NRW-Bank. Die Stelle wurde neu geschaffen. In dieser Funktion verantwortet Jansen unter anderem Presse und Kommunikation, Vorstandsstab sowie die Parlaments- und Europaangelegenheiten.

MEDIEN:

18: **Bettina Klauser** (37) übernimmt zum 15. Februar die Leitung der Pressestelle des TV-Nachrichtensenders n-tv in Köln. Sie ist seit 2001 als Redakteurin Unternehmenskommunikation bei RTL Television tätig, seit 2007 gehört sie zudem zum Kommunikationsteam der Mediengruppe RTL Deutschland und kommuniziert vor allem medienpolitische und technologische Themen

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

19: Die Vereinigung Berliner Pressesprecher (VBP) hat einen neuen Vorstand gewählt: Alte und neue Vorsitzende ist **Andrea Bishara** (45), Pressesprecherin des Westin Grand Berlin. In der VBP ist sie seit acht Jahren Vorstandsmitglied, von 2006-2008 fungierte sie als Geschäftsführerin. Der neu gewählte Geschäftsführer ist **Eberhard Vogt** (53), Pressesprecher des Bundesverbands mittelständische Wirtschaft (BVMW). Stellvertreter sind **Michaela Mehls**, Dussmann-Gruppe und **Michael Hofer**, Messe Berlin sowie **Susanne Glasmacher**, Robert-Koch-Institut. Sie alle sind für zwei Jahre gewählt und arbeiten ehrenamtlich.

20: **Miguel-Pascal Schaar** (41) hat die Leitung der Abteilung Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in der Dresdner Geschäftsstelle des Kirchentages 2011 übernommen. Der studierte Theologe verantwortete zwischen 1998 und 2001 als Leiter Kommunikation die soziale Neuausrichtung der ARD-Fernsehloterie "Ein Platz an der Sonne". Zuständig für die

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!

regionale Öffentlichkeitsarbeit ist **Franziska Renatus** (29). Die studierte Politikwissenschaftlerin arbeitete für die Kommunikationsagentur wbpr public relations (GPRA) in Potsdam. Bereits seit November 2009 ist sie im Auftrag der Evangelisch-Lutherischen Landeskirche Sachsen für den Kirchentag tätig.

21: **Wilfried Mohren** (51) wird ab sofort beim FC Rot-Weiß Erfurt als freiberuflicher Pressesprecher tätig sein. Der bisherige Medienverantwortliche des Vereins, **Oliver Ruhe** wird sich weiter um die Homepage- und Medienbetreuung kümmern. Mohren war im Sommer 2005 beim MDR als Sportchef entlassen worden. Im Herbst 2009 wurde der Sportjournalist wegen Bestechlichkeit, Vorteilsnahme, Steuerhinterziehung und Betrugs zu zwei Jahren auf Bewährung und einer Geldstrafe verurteilt.

22: **Kathi Ulrich** (30) ist neue Pressesprecherin des Bistums Augsburg und Leiterin der bischöflichen Pressestelle. Sie hat Jura studiert und in der Pressestelle der Diözese Augsburg ihre journalistische Ausbildung gemacht. Die Journalistin hat die Stelle Anfang des Jahres von **Christoph Goldt** (43) übernommen, der seit dem 1. Januar Öffentlichkeitsreferent bei der katholischen Hilfsorganisation "Aktion Hoffnung" in Augsburg ist. Goldt war seit 1999 Pressesprecher des Bistums Augsburg.

23: **Johannes Eissing** (43) wird ab 1. Juli neuer Pressesprecher und Leiter der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit im Erzbischöflichen Ordinariat Bamberg. Er ist derzeit beim Universitätsklinikum Erlangen, wo er seit 2003 die Stabsabteilung Kommunikation leitet. Eissing folgt auf **Elke Pilkenroth** (39) die, als Pressesprecherin zur Katholischen Stadtkirche Nürnberg wechselt, seit 2005 hat die Journalistin die Öffentlichkeitsarbeit des Erzbistums verantwortet.

24: **Andreas Löbbbe** (36) ist seit Mitte Dezember 2009 neuer Pressesprecher des Westfälisch-

Lippischen Sparkassen- und Giroverbandes in Münster. Er ist Nachfolger des Ende Juni verstorbenen, langjährigen Pressesprechers **Wolfgang Hornung**. Der Journalist und Betriebswirt Löbbbe hat zuvor für die Zeitungsgruppe Münsterland / Westfälische Nachrichten als Redakteur des "Tageblatt für den Kreis Steinfurt" in Ochtrup gearbeitet.

25: **Adrian Teetz** (42) ist neuer Vorsitzender des Journalistenzentrums Wirtschaft und Verwaltung in Berlin. Der Dozent und Fachautor aus München folgt auf **Frank Levermann** (67), unter dessen Führung das Fortbildungsinstitut seit 2005 stand. Zum neuen stellvertretenden Vorsitzenden wählt die Mitgliederversammlung **Andreas Listing** (50), Vorsitzender des DJV-Bundesfachausschusses Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

26: **Gerhard Markmann** ist neuer Fachwart für die Öffentlichkeitsarbeit beim Schwarzwaldverein, Ortsgruppe Wildbad.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

27: **Jolanda van de Graaf** (40) wird am 15. März Kommunikationsbeauftragte der Sicherheitsdirektion des Kantons Zürich (CH). Sie folgt auf **Irène Schwitter-Bandli**, die in den Rechtsdienst des Generalsekretariats wechselt. Van der Graaf arbeitete zuvor bei der Schweizer Nachrichtenagentur Sportinformation Zürich als Geschäftsführerin.

28: **Christine Lüders** (56) ist als Leiterin der Antidiskriminierungsstelle des Bundes (ADS) bestätigt worden. Sie war bereits [Anfang November](#) zur Leiterin der Stelle berufen worden, doch hatte eine Mitbewerberin gegen das Verfahren geklagt. Die studierte Pädagogin Lüders war zuletzt Referatsleiterin für Öffentlichkeitsarbeit und Beauftragte für Stiftungen im Kultusministerium in Hessen.

29: **Beatrix Brodkorb** (37) ist die neue Pressesprecherin des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) in Berlin. Die Volljuristin folgte auf **Steffen Moritz**, der mit dem früheren Bundeswirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU) ins Bundesverteidigungsministerium gewechselt ist.

Etats

Germany Trade & Invest sucht eine Kommunikationsagentur

Germany Trade & Invest, die Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing der Bundesrepublik Deutschland, sucht EU-weit eine Kommunikationsagentur, die ein übergreifendes, national und international einsetzbares Unternehmenskommunikationskonzept erarbeiten und betreuen soll. Die Ausschreibung wurde am 10. Februar veröffentlicht, ist im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaft zu finden und endet am 15. März. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

McDonalds stellt Agenturen auf den Prüfstand

Das Pitchkarussell bei McDonald's dreht sich. "Kontakter"-Informationen zufolge sind neben dem PR-Etat gerade auch eine Reihe von klassischen Projekten ausgeschrieben. (siehe: wuv.de) Bereits im Juli 2009 wurde bekannt, dass sich der bisherige Etat-Halter Burson Marsteller in einem Pitch gegen Wettbewerber beweisen soll. Dabei war hauptsächlich vom Corporate Communications-Etat die Rede. Jetzt sieht es wohl so aus, dass auch die Etats für Marken-PR und Public Affairs zur Disposition stehen.

Etats compact (24) (06.KW-2010)

01: Yoom, Hamburg

was: *PR-Beratung*

an: **Hoschke & Consorten Public Relations**, Hamburg

02: Cortal Consors, Nürnberg

was: *Kommunikations-Etat*

an: **Serviceplan**, München

03: CDC Software – Saratoga Systems, Unterföhring bei München

was: *PR-Arbeit in Deutschland*

an: **unicat communications**, München

04: Bauerfeind, Zeulenroda-Triebes

was: *Kommunikation zur Markteinführung von SacroLoc*

an: **3K Agentur für Kommunikation**, Frankfurt am Main

05: Deutsches Obstsorten Konsortium (DOSK), Hollern-Twielenfleth

was: *bundesweite PR-Kampagne für Äpfel aus Deutschland*

an: **Agence à la carte**, Hamburg

06: Humboldt-Universität, Berlin

was: *Organisation und Umsetzung von "Humboldt unterwegs"*

an: **we do communication**, Berlin

07: MS Sport & Media, Köln

was: *Öffentlichkeitsarbeit für das Bergische Radsportfestival 2010*

an: **ArndJaeger.Integrierte Kommunikation**, Düsseldorf

08: Cofman.de, Düsseldorf

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im deutschsprachigen Raum*

an: **piroth.kommunikation**, Pullach bei München

09: Grand City Hotels & Resorts, Berlin
was: *Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **max.PR**, Bad Homburg

10: Felix Burda Stiftung, München
was: *begleitende PR-Maßnahmen für die Kampagne zur Darmkrebsprävention*
an: **fischerAppelt relations** (GPRA), Hamburg

11: Hoffmann Group, München
was: *Beratung, Konzeption und Ausführung der Fach- und Wirtschaftspressearbeit*
an: **Publicis Consultants | Deutschland** (GPRA), München

12: ICT Software Engineering, Karlsruhe
was: *PR-Arbeit und Marketing-Kommunikation mit Schwerpunkt Online-Marketing*
an: **teamtoss hightech marketing**, München

13: Vista Travel, Hamburg
was: *gesamte Unternehmens- und Marken-PR-Kommunikation im deutschsprachigen Raum*
an: **rausch communications & pr**, Hamburg

14: Hacienda Celia Maria, Ecuador
was: *Unternehmens- und Produktkommunikation für die Marken Carmita Bananas und Bio Natural*
an: **Publicis Consultants** (GPRA), Hamburg

15: secunet Security Networks, Essen
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den deutschsprachigen Raum im Rahmen einer langfristigen PR-Strategie*
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, München

16: Soonproject, Nordhorn
was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz für die Schuhmarken Havaianas und Kawasaki Footwear*
an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

17: Theolia Naturenergien
was: *Kommunikation zur Namensumstellung von*

Natenco auf Theolia
18: Groh Verlag, Germering
was: *Beratung und Organisation der Valentinstags-Promotion „Alles Liebe“*
an: **RA&P Marketingkommunikation**, Stuttgart

19: Ferienpark Kreidesee, Cuxhaven
was: *Medienarbeit und politische Kommunikation*
20: Peter Tamm Sen. Stiftung, Internationales Maritimes Museum Hamburg
was: *Kommunikation in allen Fragen des strategischen Tourismusmarketings*
21: A. S. Reiseveranstaltung, Hamburg
was: *Kommunikationsmaßnahmen im Rahmen des Markenauf- und -ausbaus von Sunrise Jugendreisen auf dem deutschen Touristikmarkt*
an: **Raika Kommunikation** (GPRA), Hamburg

22: Le Public Système, Paris (FR)
was: *Pressearbeit für die Marrakesch-Kampagne des marokkanischen Fremdenverkehrsamts in Deutschland*
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

23: Hotel Le Vieux Manoir, Murten (CH)
was: *externe Pressestelle, Medienarbeit*
an: **Esther Beck PR**, Bern (CH)

24: Burckhardt+Partner, Basel (CH)
was: *Aufbau der Medienarbeit und strategische Kommunikationsberatung für die Standorte Basel, Bern, Zürich, Genf und Lausanne*
an: **Stöhlker Unternehmensberatung für Öffentlichkeitsarbeit**, Zollikon-Zürich (CH)

Branche

Finalisten der PR Report Awards 2010 stehen fest

Die 25-köpfige Jury des diesjährigen "PR Report Awards" hat 79 Wettbewerbsbeiträge aus den

verschiedenen Disziplinen des Kommunikationsmanagements für das Finale nominiert. Zuvor hatte sie 336 Einreichungen in 21 Kategorien – von Vertriebsunterstützung bis Organisationswandel – studiert und bewertet. Jetzt läuft der Countdown für den wichtigen Branchenpreis, der in diesem Jahr bereits zum achten Mal vergeben wird. Bis zur **Preisverleihung am 22. April in Berlin** bleiben die Gewinner geheim. Einen Überblick über die Finalisten [finden Sie hier](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ehemalige Schweizer Trimedia-Manager gründen neue Agentur

In der Schweiz gibt es mit YJOO Communications eine neue Kommunikationsagentur. Nachdem führende Köpfe und Teile der Belegschaft die in Grayling umbenannte und [neu strukturierte Agentur Trimedia](#) im letzten Jahr mit dem Wunsch verlassen hatten, unternehmerische Freiheit zu erlangen, haben sie sich im Januar zu einer neuen Einheit unter dem neuen Label formiert. Verschiedene Kunden blieben diesem Team treu und begleiteten es auf dem neuen Agentur-Weg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (3) (06.KW-2010)

01: Die Tourismus-Agentur **Kleber PR Network (KPRN)** und die Kreativ-Agentur **fu communications** verbinden sich zu einer **strategischen Partnerschaft**. Zusammen liefern die beiden in Frankfurt am Main ansässigen Agenturen ganzheitliche Kommunikationslösungen aus PR, Werbung, Online- und Dialogmarketing.

02: Nach 33 Jahren seit Gründung hat sich die PR-Agentur Trostner (GPRA) einen **neuen Namen** gegeben. Gleichzeitig wurde der

Standort von Filderstadt ins benachbarte Stuttgart verlegt. Seit 1. Februar firmiert die Agentur in der Landeshauptstadt – mit neuem Namen und überarbeitetem Logo. So heißt das Unternehmen nicht mehr PR-Agentur Trostner, sondern **Schaal.Trostner Kommunikation GmbH**. Selbstverständnis, Philosophie und die Strukturen bleiben von diesen Veränderungen unberührt. Da es sich um dieselbe Gesellschaft handelt, ändert sich auch nichts an den vertraglichen Beziehungen.

03: **Colt Kommunikasjon in Oslo ist neues Mitglied im internationalen Agenturnetz PRN** (Public Relations Network). Damit ist der Agenturverbund nun in 23 Ländern in Europa, Amerika, Asien und Australien präsent. Der deutsche Vertreter des Networks ist die auf Technologiethemen spezialisierte Agentur **Sympra** (GPRA) in Stuttgart, München und Berlin. Colt Kommunikasjon (www.coltpr.no), gegründet 2006, ist eine der ersten PR-Agenturen in Norwegen, die sich auf strategische digitale Kommunikation und Social Media spezialisiert haben. Ergänzt wird das Portfolio durch klassische PR in den Bereichen Technologie und Politik.

Social Media + Web 2.0

Die „Revolution 2.0“ hat begonnen

Kommunikationsexperte Peter Kruse spricht über das soziale Internet. Facebook, Xing oder Twitter – kaum jemand, der sich der sozialen Welt im Internet verschließen kann. Der Kommunikationsexperte Peter Kruse (Nextpractice) spricht sogar von einer „Revolution 2.0“. Er referierte auf der „wel.com“-Neujahrsmatinee der Kommunikations- und Kreativbranche im Haus Schütting. nwzonline.de

Inspiration zu Social Media für Marketing und Personal

Social Media - die Zeit des Experimentierens ist vorbei. Nun geht es daran, das, was Marken und Unternehmen in den letzten Jahren gelernt und ausprobiert haben, in eine Strategie zu gießen. Achtung! hat dafür ein neues Angebot entwickelt: den „Inspirationstag Social Media“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wozu noch Journalismus? (3. Folge): Vorteil Internet

Online bietet unendliche Möglichkeiten - gerade für Journalisten. Doch vielfach wird in Deutschland noch ein Kampf Papier gegen Internet geführt. Bloß kein Agentur-Einerlei: Niggemeier wirbt für die Chancen im Netz. Und dann war da plötzlich ein Medium, mit dem man alles machen konnte...

In der 3. Folge der Interessanten + wichtigen SZ-Serie schreibt der Blogger und Journalist Stefan Niggemeier am 15. Februar - [hier online weiterlesen](#).

Online-PR - das neue E-Learning-Modul von PR plus

PR plus hat im Februar das E-Learning-Modul „Online-PR“ veröffentlicht. Die webbasierte Lerneinheit ist zum Selbststudium konzipiert, der Einstieg ist zu jedem Zeitpunkt möglich. Inhaltlich deckt das Modul allgemeine Grundlagen und Rahmenbedingungen ebenso ab, wie die neuen Tools und Trends unter dem Stichwort „Social Media“. Kapitel zur Geschichte des Internets helfen, wichtige Begriffe zu klären; die Konzeption einer Website oder Online-Pressearbeit gehören zu den ‚klassischen‘ Instrumenten, die das Modul behandelt. Einen breiten Raum nehmen die

Kapitel zum Social Web ein: Autorin und PR plus-Mitarbeiterin Katja Fürstenau klopft Soziale Netzwerke oder Sharing-Plattformen auf ihren PR-Nutzen hin ab oder stellt Beispiele für Kommunikations-Krisen vor, die sich über die neuen Kanäle schneller als gewohnt verbreiten konnten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Dax-Konzerne erreichen zehn Millionen Menschen in sozialen Medien

"Coca-Cola ersetzt Pressebereich durch Social-Media-Newsroom". Die Schlagzeile, die in der vergangenen Woche über Twitter lief, zeigt den Wandel in den Kommunikationsstrategien vieler Unternehmen, um das - wie Coca-Cola es formuliert - „steigende Bedürfnis von Journalisten, Bloggern und Markenfans“ nach aktuellen Informationen zu bedienen. Unternehmen können über die sozialen Medien jetzt plötzlich direkt mit vielen Menschen in Kontakt treten. „Durch die Vernetzung mit Social-Media-Plattformen wie Twitter und Facebook eröffnet Coca-Cola den Dialog mit Gatekeepern, Multiplikatoren und Markenfans im Web 2.0“, sagt Christian Cordes, Kommunikationsdirektor des Getränkekonzerns. *Den Artikel von Holger Schmidt am 15. Februar in seinem Blog "Netzökonom" auf FAZ.Net [hier online weiterlesen](#).*

Social Media compact (4) (06.KW-2010)

01: **Online-Daten besser schützen - Konferenz zu Sicherheit und Datenschutz im Internet.** Der Schutz der persönlichen Daten im Internet ist eine der „wichtigsten Kernaufgaben von Politik und Wirtschaft“. Das betonten Bundesverbraucherschutzministerin Ilse Aigner und BITKOM-Präsidiumsmitglied Dieter Kempf auf einer

Pressekonferenz in Berlin. Moderne digitale Technologien hätten nur dann eine reale Chance, wenn auch die Interessen der Verbraucher umfassend geschützt seien. bitkom.org

02: Coca-Cola launcht Media Newsroom, neuer Informationsservice für Journalisten, Blogger und Interessierte im Internet: Der neu eröffnete Media Newsroom von Coca-Cola stellt Informationen rund um die Marken und Kampagnen des Unternehmens in vernetzter und übersichtlicher Form zur Verfügung. Der multimediale Service ist intuitiv bedienbar und den technischen Gegebenheiten und Bedürfnissen im Internet angepasst. Der Media Newsroom löst den bisherigen Pressebereich von Coca-Cola ab. newsroom.coca-cola-gmbh.de

03: Wird Foursquare das nächste große Ding im Internet? Das New Yorker Start-up hat sich an die Spitze einer Bewegung gesetzt, die gerade Strategen und Entwickler im Internet umtreibt: ortsbezogene Dienste, die Information und Kommunikation mit dem aktuellen Aufenthaltsort des Nutzers verknüpfen und damit das Internet lokal machen. Zentrale Funktion ist das "Check-in". Damit geben die Nutzer ihren aktuellen Aufenthaltsort an und zeigen ihren Freunden auf Foursquare an, wo sie gerade sind. faz.net

04: Business-Lösung für die Social-Media-PR: Mit der iMedia Lounge hat die Agentur iCrossing einen Social Media Newsroom entwickelt, der Unternehmen die Öffentlichkeitsarbeit auch über Social Media erleichtern soll. Dazu bindet die Software neben klassischen PR-Elementen wie Pressemeldungen oder -bildern auch Social-Media-Elemente wie Microblogging-Dienste, Social Networks, Social Bookmarking Sites und Blogs ein.

Medien

Kinobilanz 2009: 13,1% mehr Besucher und Umsatzanstieg von 22,8%

Für die deutsche Kinowirtschaft und den deutschen Film war 2009 eines der erfolgreichsten Jahre ihrer Geschichte. Insgesamt melden die Kinos einen Anstieg von 129,4 auf 146,3 Mio. Besucher, das entspricht einem Wachstum von 13,1 Prozent. Noch deutlicher wirkte sich im selben Zeitraum die Umsatzentwicklung aus: Mit 976,1 Mio. Euro - nach 794,7 Mio. im Jahr zuvor - stiegen die Einnahmen an der Kinokasse um 22,8 Prozent sogar stärker an als im Rekordjahr 2001 (19,4%). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Overholser: Das Netz ist heute noch kein Ersatz

Pulitzer-Preisträgerin, Professorin, Journalismus-Forscherin : die US-Wissenschaftlerin Geneva Overholser (School of Journalism an der Annenberg School for Communication & Journalism der University of Southern California) über Journalisten als Bauleiter, ungewöhnliche Projekte und die Bedeutung der Hochschulen. (weitere Themen: Journalismus-Projekt - Guantanamo in Second Life / Eine ziemlich beängstigende Zukunft). *Das Interview der Focus-Online-Autoren Leif Kramp und Stephan Weichert am 9. Februar mit Geneva Overholser [hier online weiterlesen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Medien compact (6) (06.KW-2010)

01: Medienunternehmen verbreiten oft nur Propaganda: Der Amerikanische Recherche-Professor Peter Phillips leitete das Project Censored von 1996 bis vor wenigen Wochen. Im

ausführlichen [Interview mit den Ruhrbaronen](#) am Rande eines Vortrags am Institut für Journalistik der Uni Dortmund spricht er über PR-Agenturen, moderne Zensur und spendenfinanzierten Journalismus. Weltweit, sagt Phillips, sei die Wahrheit zunehmend in Gefahr. Journalisten und ihre Geschichten würden immer häufiger beeinflusst.

02: Anzeigengeschäft der Zeitungen 2009: Lichtblicke trotz Krise. Trotz der insgesamt rückläufigen Entwicklung bestätigten die national werbenden Großformen des Handels den Werbeträger Zeitung, was in einer erfreulichen Umfangssteigerung von 1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr Ausdruck fand. Der Rückgang bei den Lokalen Geschäftsanzeigen (-5,2 Prozent) im Jahresverlauf 2009 trägt der allgemeinen Werbezurückhaltung und den zunehmenden Unternehmensinsolvenzen im kleinen Einzelhandel Rechnung, die bei Handelsunternehmen stärker anstiegen als in anderen Branchen.

03: Teure Quittung für ein Spiegel-Interview: Beim **Deutschen Depeschendienst** flatterte die **Kündigung des Axel-Springer-Konzerns** ins Haus, weil der Verlag mit einer "weiteren Qualitätsverschlechterung" der Agentur rechne - und sich zudem von den beiden Eigentümern Martin Vorderwülbecke und Peter Löw provoziert fühlte. Döpfner ärgerte sich offenbar über eine Passage aus einem "Spiegel"-Bericht vom vergangenen Montag ("Zwei gegen alle"). Darin profilierte sich Vorderwülbecke auf Kosten des Springer-Chefs. meedia.de

04: In den Fachjurs der Cannes Lions sitzen in diesem Jahr erneut zahlreiche Medienexperten aus Deutschland: Mit elf Vertretern gehört Deutschland zur zahlenmäßigen Spitze der internationalen Jurybesetzung. Aus der deutschen PR-Branche kommt Volker Martens, CEO der Agentur Faktor3 (GPRA) in Hamburg, in die Jury. 2009 wurde zum ersten Mal ein Cannes-Löwe in der Kategorie Public Relations vergeben. Nach Astrid von Rudloff, CEO der Agentur Weber

Shandwick Deutschland (GPRA), übernimmt Martens 2010 den deutschen Jury-Sitz für PR. Das International Advertising Festival Cannes findet in diesem Jahr vom 20. bis 26. Juni statt.

Alaaf und Helau:

Der **Satiriker Oliver Kalkofe kann Karnevalssendungen im deutschen Fernsehen nicht viel abgewinnen.** "ARD und ZDF zelebrieren Lebensfreude wie auf dem Katasteramt", sagte Kalkofe dem Hamburger Nachrichten-Magazin "Spiegel". Das Programm erfülle vor allem einen Effekt: "Das eingeschlafene Publikum merkt, dass Februar ist. Im Programm geht es sonst so gleichförmig zu, dass Karneval und Weihnachten die einzigen Unterschiede bieten." Karneval im Fernsehen habe nichts mit Humor zu tun und sei für die Menschen "die zu schwach sind, um rauszugehen. Da wird der gute Korn aus dem Schrank geholt und Konfetti auf den Tisch gelegt, und dann geht's los." An Karnevalssendungen mit politischem Anspruch glaubt Kalkofe nicht. spiegel.de

Services + Tipps

Interne Kommunikation und Change-Management: 8 Regeln für den totalen Stillstand in Unternehmen

Peter Kruse zählt in einem kurzen Video die acht wichtigsten Regeln auf, mit denen man effektiv für den vollständigen Stillstand in einem Unternehmen sorgen kann:

1. Sorgen Sie dafür, dass Führungskräfte alles im Griff haben und sich völlig aus allem heraushalten
2. Sorgen Sie für ausreichend Gerüchte
3. Sorgen Sie permanent für Überforderung
4. Machen Sie "Krabbenkörbe"
5. Finden Sie heraus, wer wirklich schuld ist

6. Lassen Sie einmal aufgestellte Regeln in Ruhe
7. Sorgen Sie für schnelles Abnicken aller Beschlüsse
8. Sorgen Sie für maximale Beschlußdynamik bei minimaler Umsetzungsdynamik. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Forthmann im na-Interview: Wie viel BWL braucht die PR?

In konjunkturschwachen Zeiten herrscht in den Unternehmen ein Gerangel um knappe Budgets. Häufig haben die Verantwortlichen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hier das Nachsehen. Warum das so ist und wie PR-Schaffende sich zukünftig besser positionieren können, erfuhren aktuell von Jörg Forthmann, Geschäftsführer der Beratungsgesellschaft Faktenkontor, und Referent des media workshops "BWL für die PR - Von der PR-Kampagne zum Business Case". Das Seminar der dpa-Tochter news aktuell findet am 01. und 02. März in Hamburg statt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preisverleihung der Aktion Plagiarus 2010

Der gefürchtete Negativpreis „Plagiarus“ wurde am 12. Februar 2010 auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ zum 34. Mal verliehen. Im Rahmen einer internationalen Pressekonferenz gab der diesjährige Redner, Frank A. Dassler, General Counsel der adidas Group, die Preisträger des Plagiarus 2010 bekannt. „Ausgezeichnet“ wurden Hersteller und Händler besonders dreister Plagiate. Trophäe des von Prof. Rido Busse initiierten Preises ist ein schwarzer Zwerg mit goldener Nase - als Symbol für die exorbitanten Gewinne, die die Produktpiraten

sprichwörtlich auf Kosten innovativer Unternehmen erwirtschaften. plagiarus.com

So vermeiden Sie Fehlgriffe bei der Stellenbesetzung

Jeder Bewerber um einen Job versucht, sich so gut wie möglich zu verkaufen. Deshalb ist eine professionelle Gestaltung des Auswahlverfahrens wichtig. Dr. Joachim Kolbert gibt Tipps dazu. Er ist Diplom-Psychologe und arbeitet als Personalberater für die Adensam Managementberatung. Ist das wirklich der richtige Kandidat für die vakante Stelle? Das fragen sich Personalverantwortliche oft nach Vorstellungsgesprächen.

Den Artikel von Renate Oettinger, freie Journalistin, am 15. Februar in der "Computerwoche" [hier online weiterlesen](#).

Inhalt des Artikels: 1. So vermeiden Sie Fehlgriffe bei der Stellenbesetzung; 2. Gesprächsleitfaden erstellen; 3. Nicht zu früh zu viele Informationen geben; 4. Was würden Sie tun, wenn ...?; 5. Und zum Schluss: nachbereiten.

Service compact (6) (06.KW-2010)

01: Viele PR-Mitarbeiter fragen sich: „Warum ist meine Presse-Mitteilung wieder nicht abgedruckt worden?“ Hunderte von Presse-Mitteilungen erhält ein Journalist täglich per Mail, Fax oder Brief. Nur wenige werden gelesen und noch weniger veröffentlicht. Experten schätzen, dass 70 Prozent aller Presse-Infos im Papierkorb landen. Die **PR-Fibel von Claudia Hilker zeigt sieben Erfolgstitips für die Presse-Arbeit**, damit die Presse-Mitteilung nicht im Papierkorb, sondern in der Zeitung landet! Sie ist kostenfrei zum Download erhältlich unter: www.hilker-consulting.de/pr-fibel.php.

02: Eine eigene PR-Abteilung können sich kleinere Unternehmen oft nicht leisten. Wie sie es trotzdem

schaffen, in den Medien präsent zu sein, zeigt das **Buch "Schnelleinstieg PR" aus dem Haufe Verlag**. Die Wirtschaftsbuchhandlung Managementbuch.de hat diesen Praxis-Ratgeber nun als "Empfehlung" ausgezeichnet. (René C. Mannhold: „Schnelleinstieg PR“. Neuerscheinung 2009, Broschur, 216 Seiten, mit CD-ROM, 29,80 Euro. Rudolf Haufe Verlag, Niederlassung München. ISBN: 978-3-448-8091-9.)

03: **Der Bruttowerbemarkt in Deutschland ist im Januar 2010 um 4,4 Prozent gegenüber dem gleichen Vorjahresmonat angewachsen.**

Laut Nielsen Media Research investierten die Unternehmen insgesamt 1,56 Milliarden Euro in die Werbung. Den größten Teil vom Kuchen konnten die Fernsehsender erobern. Mit 596 Millionen Euro lag ihr Aufkommen um 16,8 Prozent höher als vor einem Jahr. Die Online-Werbung wuchs um 12,5 Prozent auf 127 Millionen, die Publikumszeitschriften legten um 0,8 Prozent auf 274 Millionen Euro zu. Das Medium Radio büßte 7,5 Prozent auf knapp 87 Millionen ein und die Zeitungen kamen mit minus 4,6 Prozent auf 397 Millionen Euro.

04: **95 Prozent aller verschickten Mails sind Spam:**

Von 100 verschickten Mails sortieren Email-Anbieter bereits 80 als offensichtliche Werbemails aus. Von den verbliebenen 20 Mails sind 15 immer noch unerwünscht und landen meist im Spam-Ordner der Kunden. Das ergab eine Umfrage der europäischen Agentur für Internetsicherheit (Enisa) mit dem Titel „Bekämpfung von Spam in Europa“, auf die der Hightech-Verband BITKOM hinweist. Befragt wurden 92 Mail-Anbieter aus 30 Ländern. Diese Unternehmen betreiben rund 80 Millionen elektronische Postfächer. bitkom.org

05: **Studie: Vertrauen in die Soziale Marktwirtschaft nimmt wieder zu.** Das Vertrauen der deutschen Bevölkerung in die Soziale Marktwirtschaft ist wieder gestiegen. Eine aktuelle [Allensbach-Umfrage im Auftrag der](#)

[Bertelsmann Stiftung](#) zeigt nach langjährigem kontinuierlichen Akzeptanzverlust erstmals eine Trendumkehr. Während im Jahr 2000 noch 55 Prozent eine gute Meinung von der Sozialen Marktwirtschaft hatten, waren es im Frühjahr 2008 nur noch 31 Prozent. Anfang dieses Jahres ist dieser Wert nun wieder auf 38 Prozent gestiegen.

06: **Wahrnehmungsanalyse führt zu optimierter Kunden- und Mitarbeiterkommunikation.** Welche Erwartungen haben die Kunden an ein Unternehmen? Wie kommen dessen Botschaften an? Und wie wirken seine Mitarbeiter auf die wichtigen Zielgruppen? Wer seine Kommunikation gegenüber Markt und Kunden erfolgreich steuern will, braucht klare und aktuelle Antworten auf diese Fragen. Das mehr denn je – haben sich doch die Erwartungen der Kunden gerade in Folge der Krise oft verschoben. Die Stach's Kommunikation & Management in Frankfurt am Main hat mit dem neuen Ansatz einer Wahrnehmungsanalyse ein effizientes Instrument dafür entwickelt. Mit welchen Bausteinen die Wahrnehmungsanalyse arbeitet und wie sie zu einer optimierten Kunden- und Mitarbeiterkommunikation beiträgt, können Sie hier nachlesen: www.stachs.de.

Termine + Tagungen

Termine compact (3) (06.KW-2010)

01: **"Get in Touch with Mobile Media 2010!" Expertenforum am 15. April in Hamburg** mit „Mobile Workshop“ am Folgetag. Medienvertreter u.a. von Hubert Burda Media, Gruner+Jahr, Axel Springer, IDG (USA), heubach media, AdMob, NRC Media, RCS Digital (Italien), Yahoo! und Vodafone werden über die Auswirkungen und Chancen des neuen apple ipads für die Medienbranche referieren und die Zukunftstrends mobiler Dienste aufzeigen. Ziel und Inhalt sind national und international erfolgreiche Beispiele mobiler Anwendungen und

Geschäftsmodelle vorzustellen. Link zu weiteren Informationen. zeitschriften-akademie.de

02: Das Fachmagazin "media spectrum", der Media-Daten Verlag, der Verlag Dieter Zimpel, der Gabler Verlag und die Springer Fachmedien in Kooperation mit der Stadt Wiesbaden veranstalten am 21. April im Kurhaus Wiesbaden den **1. Wiesbadener Mediakongress**. Infos: www.mediakongress.de. Auf Kongress diskutieren Opinionleader aus Unternehmen, Agenturen, Medienhäusern und der Wissenschaft offen und kontrovers über die zukünftige Nutzung von Medien und die Konsequenzen für den Werbemarkt.

- Wie nutzen Konsumenten die Medien wirklich – heute und in absehbarer Zukunft?
- Welche Auswirkungen hat das auf die Kommunikationsstrategie der Unternehmen?
- Wie kann der Werbemarkt den rasanten Veränderungen in der Mediennutzung gerecht werden?

03: Die **e:xpert 1.0** am 2. März in Schwerin soll eine der wichtigsten **Veranstaltungen rund um das Thema Internet** werden. Trends und Bewährtes werden von renommierten Fachleuten, erfahrenen Internet-Profis und wichtigen Marketingexperten auf den Prüfstand gestellt und auf Qualität hin bewertet. Die Macher der e:xpert 1.0 haben sich hohe Ziele gesteckt. Ausrichter der Internetkonferenz ist Mandarin Medien, eine Internetagentur aus Schwerin. Infos: www.expert10.de.

Ausbildung + Seminare

50. Kursstart des PR plus-Fernstudiums im April

Am 26. Februar findet im Rahmen des bundesweiten Fernstudientages im Heidelberger

Seminarzentrum von PR plus der kostenlose Infonachmittag "Student for a Day" zum 18-monatigen Fernstudium statt. Der Heidelberger Ausbilder wird die Interessenten auf sein nächstes Jubiläum einstimmen: am 22. April startet der 50. Kurs in Deutschland. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Leiden eines Pressesprechers. Wilfried Mohren und sein neuer Job

So schnell kann's gehen: Wilfried Mohren, im Herbst 2009 um Haaresbreite dem Knast entgangen, hat einen neuen Job. Ab sofort arbeitet der wegen Bestechlichkeit vorbestrafte frühere MDR-Sportchef als freiberuflicher Pressesprecher für den Fußball-Drittligisten Rot-Weiß Erfurt. Wir (epd) haben exklusiv (und rein fiktiv) das erste Telefonat dokumentiert, das Mohren in seiner neuen Funktion führen musste. epd.de

Pfeffer & Salz & Senf

@luebue: Das ist keine Raketenphysik

Die Social-Media-Kolumne mit @luebue, Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach, Digitale Strategie, [achtung!](#) (GPRA), Hamburg +++

Seit ich Unternehmen und Marken rund um Social Media berate, wird mir immer wieder die Frage gestellt, wer denn am besten geeignet sei, sie in die Social Media zu begleiten: PR, Werbung, die Onlineagentur oder gar die Mediaagentur? Und abgesehen davon, dass es mir immer etwas - hmmm - merkwürdig vorkommt, dass ich eventuell jemanden aus einer anderen Disziplin empfehlen sollte oder ich selbst allzu sehr pro domo argumentieren müsste, bin ich mehr und mehr von der Frage selbst irritiert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Westerwelles Wiedergeburt

In der Debatte über die umstrittenen Äußerung von Bundesaußenminister Guido Westerwelle (die er wohl eher als gewählter FDP-Bundesvorsitzender getätigt hat) zur Diskussion um die Hartz-IV-Sätze hat sich der ehemalige CDU-Generalsekretär Heiner Geißler zu Wort gemeldet. Zu Westerwelles Warnung vor "spätromischer Dekadenz" sagte Geißler der "Welt": "Die spätromische Dekadenz bestand darin, dass die Reichen nach ihren Fressgelagen sich in Eselsmilch gebadet haben und der Kaiser Caligula einen Esel zum Konsul ernannt hat." Insofern stimme Westerwelles Vergleich, sagte Geißler weiter: Vor 100 Tagen sei "ein Esel Bundesaußenminister geworden".

Dieser pointierten Aussage ist eigentlich nichts hinzuzufügen - auch wenn der Esel in diesem Fall das Lieblingspferd Incitatus des großenwahnsinnigen Caligula (Gaius Caesar Augustus Germanicus (am 31. August 12 in Antium; † ermordet am 24. Januar 41 in Rom)) war! -fff-*

Rezensionen

Svenja Hofert: Erfolgreich als freier Journalist

Svenja Hofert: Erfolgreich als freier Journalist. Verlag: UVK, Konstanz 2006 (2. Auflage). 198 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN 978-3-896-69498-0.

Autorin der Rezension: [Ulrike Mellenthin](#),
Mönchengladbach

Mit der Wirtschaftskrise brach für viele Medien das Anzeigengeschäft zusammen und zahlreiche Journalisten – Berufsanfänger wie alte Hasen – wurden plötzlich ungewollt in die Selbständigkeit gedrängt. Doch nicht jeder exzellente Journalist ist auch ein guter Unternehmer und Selbstvermarkter. Was gilt es also zu beachten? Die Autorin Svenja Hofert gibt in ihrem Buch „Erfolgreich als freier Journalist“ zahlreiche praktische Tipps zu Finanzierungshilfen, Positionierung und Marketing, Auftragssuche und Akquisegespräch, Mehrfachverwertung von Beiträgen, Honorarverhandlungen etc.

Zielgruppe sind sowohl „frische“ Selbständige als auch diejenigen, die ihre Vermarktungsstrategie nach einiger Zeit optimieren wollen. Zwar ist das Buch nicht druckfrisch (die letzte, 2. Auflage, erschien 2006), trotzdem hat es gerade jetzt einen hohen Aktualitäts- und Nutzwert. Prädikat: Absolut empfehlenswert! [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Denkanstoss online: PR und Publishing - Make or buy?

Kurzweiliger Online-Check nicht nur für kleine und mittlere Unternehmen. Es geht um die Pool-Position an den Märkten, bei Kunden, potentiellen Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten, Medien, kurz: den Anspruchsgruppen des Unternehmens, den Stakeholdern. Auch mittelständische Unternehmen und Technologieanbieter bedienen sich zunehmend der Public Relations (PR) und des Publishing (alle Arten von Unternehmenspublikationen), um ihre Reputation bei den Stakeholdern zu stärken. Vermeintlich jedenfalls. Denn manchmal werden gut gemeinte Projekte stiefmütterlich gehandhabt, an sich richtige Ansätze intern nicht konsequent verfolgt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (45)

Volontariat/Trainee

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Juniorberater(in) "Energie und Umwelt" in Hamburg gesucht

fischerAppelt sucht Senior-PR-Berater (m/w) Healthcare, Frankfurt

Jungredakteur/in gesucht für Wiesbaden

Teilzeitstelle (halbe Tage) bei PR+Kommunikation in Frankfurt am Main

fischerAppelt sucht PR-Berater / Campaigner (m/w) Schwerpunkt Health Care, Hamburg

Düsseldorfer Agentur sucht KOMMUNIKATIONS-BERATER/IN, denkend, mitfühlend, anpackend

Redakteur/in für Hörfunk-PR gesucht

Account-Manager/in gesucht, Berlin

Junior-Berater/in für unser PR-Team in Frankfurt a.M.

Kreativer PR-Berater (m/w) gesucht, Heidelberg

PR-Redakteur(in) gesucht, Großraum Karlsruhe

PR13 sucht (Junior)PR-Berater/in mit Mut zu mehr, Hamburg

Nord Event GmbH in Hamburg sucht kreativen Online-Redakteur

häberlein & mauerer sucht ab sofort für den Standort München eine/n PR-Consultant (m/w) für den Bereich Home&Living

Wir verstärken unser PR-Team und suchen Sie als Berater(in), Frankfurt

Kohl PR & Partner sucht Berater Public Relations, Berlin

Volontär/in gesucht, Köln

Kommunikation voraus! markenzeichen sucht (Junior) PR-Berater/in Corporate Communications, Frankfurt

SEIFERT PR sucht PR-Assistent/in

Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Nicole Weber communications sucht Senior-PR Berater(in)/Berater(in)/Volontär(in) Beauty/Lifestyle, Hamburg

PR-Volontariat bei Ogilvy Healthworld, Düsseldorf

Online-Berater/in gesucht, Essen

Senior PR-Berater internationale PR (m/w), Berlin

DIE WORTWERKSTATT sucht PR-Texter/in mit Schwerpunkt Automobil/Motorrad, Tübingen

cayenne pr sucht PR-Praktikanten (m/w), Düsseldorf

3K Frankfurt sucht: PR-Berater/in und PR-Seniorberater/in

Düsseldorf: Mediziner / Junior PR-Berater Healthcare (m/w)

Unternehmen

Schüco International sucht Referent Corporate Communications/Public Relations

PR-Referent (m/w) in Teilzeit (20-25 Stunden/Woche; bei Bedarf ausbaufähig), Münster

Verbände (Non-Profit)

[FRÖBEL sucht Mitarbeiter/in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Berlin](#)

[PR Assistenz in Teilzeit ab sofort gesucht, Berlin](#)

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. Februar 2009 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.525 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.