

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 238 / 10. KW 2010

Seite 1

Regierungskommunikation: Senden, kaum empfangen

Bereits im Juli 2009 hat die Studie „Regierungskommunikation 2020“ von "politik-digital.de" untersucht, wie die Regierung online mit den Bürgern kommuniziert. Was hat sich seit dem Regierungswechsel getan? "politik-digital.de" hat sich bei den Bundesministerien umgeschaut und mit den Machern der Regierungsseiten geredet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Bitburger Braugruppe mit neuer Kommunikations-Rezeptur

Kerstin Flötner (45), seit dem Jahr 2005 als Leiterin Unternehmenskommunikation für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bitburger Braugruppe zuständig, wird das Unternehmen zum 31. März 2010 auf eigenen Wunsch verlas-

sen. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens und seiner Marken verantwortet ab 1. April 2010 Frank Windau, Group Marketing Direktor der Bitburger Braugruppe. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (13) (10.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Ana Dujic** (32) und **Roland Zielke** (41) sind zu Business Directors der Kommunikationsberatung Johanssen + Kretschmer (J + K) (GPRA) in Berlin befördert worden. Sie übernehmen damit jeweils die Leitung einer Beratungs-Unit im Geschäftsbereich Communications Consulting. Dujic ist seit fünf Jahren bei J + K und verantwortet das Branchenfeld Public Sector. Zielke arbeitet seit 2007 bei J + K, der promovierte Geisteswissenschaftler verantwortet das Kompetenzfeld Public Affairs. Die beiden Units wurden zuvor von **Hauke Brekenfeld** und **Matthias Bischof** geführt, die im Sommer 2009 in die Geschäftsleitung von J + K aufgerückt sind.

02: **Henriette Peucker** wird ab 1. April als Managing Director bei Hering Schuppener Consulting in Frankfurt am Main Unternehmen bei der strategischen Positionierung gegenüber Politik und Gesellschaft mit Schwerpunkt auf Berlin und Brüssel beraten. Sie war bisher Head of European Public Affairs der Deutschen Börse und arbeitete zuvor im Investmentbanking in London sowie als Consultant in Paris und Brüssel.



03: Gleich vier neue Mitarbeiter hat die Agentur ammarkt [St. Gallen (CH)] im neuen Jahr an Bord geholt: **Nicole Berhardsgrütter** unterstützt das Team als neue Art Director, **Jan Walser** ergänzt seit Februar die Grafikabteilung, **Fabian Bucher** stösst als Kundenberater zur Agentur und **Petra Moser** verstärkt ammarkt als neue Junior Beraterin. persoenlich.com

04: **Hartmut Vennen** ist seit 15. März neues Geschäftsführungsmitglied von FD Deutschland in Frankfurt am Main. Er war zuvor Partner bei der Kommunikationsberatung Brunswick.

UNTERNEHMEN:

05: **Björn Peter Emde** (37) kommt als Pressesprecher Europa zum australisch-chinesischen Solarkonzern Suntech Power in München, die Stelle wurde neu geschaffen. Der Deutschamerikaner und gelernte Rechtsanwalt war zuvor bei der Strategieberatung Hering Schuppener Consulting in den Unternehmensbereichen Strategische Positionierung (seit 2007) und Corporate Affairs (seit 2009) beschäftigt.

06: **Lisa Sanders Finas** ist neue Direktorin Investor Relations bei Eutelsat Communications in Paris (FR). Sie verantwortet die Investorenkommunikation einschließlich Finanzanalysten, institutionellen Anlegern sowie Kleinaktionären und folgt auf **Gilles Janvier**, der künftig neue Aufgaben im Bereich Legal Affairs der Gruppe übernimmt. Zuvor war Sanders Finas als Director Investor Relations bei Wavecom (Euronext und Nasdaq) tätig.

07: **Herbert Heitmann**, seit 1998 Leiter der Abteilung Global Communications bei SAP in Walldorf verlässt den Software-Konzern. Er übernimmt zukünftig die Leitung Kommunikation und Marketing eines weltweit tätigen Unternehmens. Bis zur Ernennung eines neuen Leiters der Unternehmenskommunikation übernimmt **Jens Roach** diese Position kommissarisch. Sie leitet in der Unternehmenskommunikation die Abteilung "Market Unit Communications".

08: **Ulrike Eschenbecher**, Mitbegründerin von Porta Mondial in Krefeld und bisher für die strategische Entwicklung im Marketing verantwortlich, leitet den neu eingerichteten Bereich „Presse und Unternehmenskommunikation“. Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit des Immobilien-Franchisers wird der deutschsprachige Raum sein.

09: **Stefan Baron**, Leiter Kommunikation & Soziale Verantwortung der Deutschen Bank, ist "PR-Manager des Jahres 2009" - vergeben vom Branchenmedium "prmagazin". Die Begründung der Jury: Baron steuerte die Deutsche Bank mit einer klugen Positionierung des Instituts und vor allem seines Vorstandschefs Josef Ackermann durch die intensive gesellschaftspolitische Diskussion im Zuge der Finanz- und Wirtschaftskrise. Baron war im Juni 2007 von der "WirtschaftsWoche" zur Deutschen Bank gewechselt.

10: **Sachar Kriwoj** (30) wird ab dem 15. März bei der E-Plus-Gruppe in Düsseldorf den Bereich Digital Public Affairs leiten. Das Mobilfunkunternehmen möchte im Geschäftsleitungsbereich Corporate Affairs eine Unterabteilung für politische Interessenvertretung in der digitalen Welt aufbauen.



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

Kriwoj berichtet in seiner neuen Funktion an **Gun-nar Bender**, Director Corporate Affairs und Mitglied der Geschäftsleitung. politik-kommunikation.de

MEDIEN:

11: **Olaf Kopmann** (33) übernimmt Mitte März die neu geschaffene Position des Leiters des Geschäftsbereichs Corporate Publishing beim Frankfurter Societäts-Verlag. Kopmann kommt von Hoffmann und Campe Corporate Publishing (Ganske-Verlagsgruppe) in Hamburg, wo er seit 2003 in unterschiedlichen Bereichen tätig war, zuletzt in der Position des Leiters Neue Medien und New Business.

12: **Insa Schult** (36) ist in neu geschaffener Position die neue Leiterin Unternehmenskommunikation des Vision Media Verlags in München. Neben der Öffentlichkeitsarbeit für den Verlag soll sie sich auf die Kommunikation der einzelnen Zeitschriften sowie der dazugehörigen Online-Portale konzentrieren. Schult kommt von Agenturseite, wo sie zuvor unter anderem die Geschäftsleitung bei Serviceplan Brand PR verantwortete.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

13: **Stefan Dietrich** (40) übernimmt ab sofort die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Geothermie (GtV) in Berlin.

Der Politikwissenschaftler verfügt über zehn Jahre PR-Erfahrung und leitete vor seinem Wechsel vier Jahre lang die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Solarunternehmens Q-Cells in Bitterfeld-Wolfen.

Etats

Lead-Agentur-Auftrag für Storymaker in China

Die Agentur Storymaker mit Sitz in Tübingen und Peking hat den Auftrag erhalten, den Auftritt von „Deutschland und China – Gemeinsam in Bewegung“ auf der Weltausstellung in Shanghai zu kommunizieren. Die Veranstaltungsserie der Bundesrepublik Deutschland, die das zentrale Thema „Nachhaltige Urbanisierung“ hat, gastierte in den vergangenen drei Jahren in fünf Regionalmetropolen Chinas und präsentiert sich auf der EXPO 2010 im Stadtteil Pudong in unmittelbarer Nachbarschaft des Deutschen Pavillons. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (16) (10.KW-2010)

01: Core Engineering, Lüneburg
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Quinke Networks**, Hamburg

02: Björn Borg und Virtual Nights
was: *Online-Kampagne für die Verlosung von*

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!

Privatparties

an: **Karkalis PR**, Düsseldorf

03: Vidyo, Unterföhring

was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und der Schweiz*

an: **Fleishman-Hillard**, München

04: Ministerium für Kultur und Tourismus der Republik Türkei, Berlin

was: *PR- und Pressearbeit zum Auftritt der Türkei auf der ITB Berlin*

an: **Media Consulta (MC)**, Berlin

05: Schwarze & Schlichte, Oelde

was: *PR-Arbeit für Ron Barcelo und für Produkte der Luxardo Range*

an: **rausch communications & pr**, Hamburg

06: Griemert-Media, Grub

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Messe- und Ausstellungs-PR*

an: **unicat communications**, München

07: Institut für Plastination, Heidelberg

was: *PR-Etat für die Ausstellung "Körperwelten - Eine Herzenssache" in Bremen*

an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

08: B2RUN, München

was: *Online-Kommunikation und klassische PR für die Deutsche Firmenlaufmeisterschaft*

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

09: Ruhr 2010, Essen

was: *Kommunikationsauftrag für das Kulturhauptstadtprojekt „Still-Leben Ruhr Schnellweg“*

an: **TAS Emotional Marketing**, Essen

10: CoLight, Jena

was: *PR-Etat für die zweijährige Laufzeit des Projektes zur Erforschung energiesparsamer Beleuchtungssysteme auf LED-Basis*

an: **Tower PR**, Jena

11: Netstream, Dübendorf (CH)

was: *Medienarbeit mit Schwerpunkt im KMU-Umfeld*

an: **open up**, Zürich (CH)

12: O`Neill Europe, Warmond (NL)

was: *Planung und Umsetzung der PR-Kampagne bestehend aus Unternehmens-, Marken- und Produkt-PR für den deutschen Markt*

an: **Sweet Communication**, München

13: Technogym Wellness & Biomedical, Gambettola (IT)

was: *Kommunikationsetat*

an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

14: S&T System Integration & Technologie Distribution, Wie (A)

was: *Unternehmens- und Produktkommunikation in Deutschland*

an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden /Büro München

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!

15: Berufsverband "Die Führungskräfte", München

was: *Public Affairs und Public Relations*

an: **MärzheuserGutzky**

Kommunikationsberatung, München

16: IDEG Informationsgemeinschaft Deutsches Geflügel, Berlin

was: *Kommunikationskampagne "Deutsches Geflügel: Nachhaltig gut!"*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln/Berlin

Branche

fischerAppelt meldet 25,75 Mio. Euro Honorarumsatz in 2009

Mit einem Honorarumsatz von 25,75 Millionen Euro im Geschäftsjahr 2009 kann sich die Kommunikationsagentur fischerAppelt (GPRA), Hamburg trotz Wirtschaftskrise erfolgreich behaupten. Das Ergebnis entspricht einem leichten Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr (26,8 Mio. Euro). Der Gesamtumsatz stieg von 44,2 auf 45 Millionen Euro. "Im vergangenen Jahr haben wir das Zusammenspiel der verschiedenen Disziplinen in der Agenturgruppe weiter optimiert. Das zeigt unter anderem die gestiegene Anzahl der umgesetzten integrierten Kampagnen", sagt Andreas Fischer-Appelt, Inhaber und Vorstand der fischerAppelt AG. "Trotz des leichten Rückgangs liegen wir mit dem Ergebnis auch im schwierigen Jahr 2009 erneut über der durchschnittlichen Marktentwicklung." Zu den Kunden der Gruppe zählen unter anderem die Bundesagentur für Arbeit, Daimler, die Knappschaft, GlaxoSmithKline und Microsoft. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (10.KW-2010)

01: **Zum 20-jährigen Jubiläum hat sich die Kommunikationsagentur „muehlhaus & moers“ gewandelt:** das Unternehmen heißt jetzt „muehlhausmoers corporate communications (GPRA)“, hat ein neues Corporate Design und einen komplett relaunchten Webauftritt. Die Namensänderung war notwendig, da von den Agenturgründern und Namensgebern nur noch einer im operativen Geschäft tätig ist. Unter neuem Namen stehen die fünf Geschäftsfelder Corporate Publishing, Public Relations, Digital Communication, Corporate Design und Consulting. Die inhabergeführte Agentur hat ihren Hauptsitz weiterhin in Köln, mit zusätzlichen Standorten in Berlin und Wuppertal.

02: Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen **GWA rechnet damit, dass sich die Umsätze der Werbebranche 2010 erholen werden.** Nach einem Umsatzminus von fünf Prozent im Vorjahr prognostiziert er für die Werbe- und Kommunikationsagenturen ein Wachstum von drei Prozent. Auch die Rendite-Entwicklung bei den Mitgliedsagenturen verläuft laut GWA nach einem Einbruch von durchschnittlich fast 27 Prozent 2009 wieder positiv und soll sich am Jahresende bei einem Plus von 16,5 Prozent befinden. Die stärksten Signale 2010 in Marketing-Kommunikation zu investieren erhalten die GWA Agenturen aus der Energie- und Internetwirtschaft sowie von Finanzdienstleistern. Eher schwache Signale kommen aus der Bauindustrie, der Logistik- und der Textilbranche. Für 2010 erwartet nur noch ein Viertel der Agenturen betriebsbedingte Kündigungen. Mehr als die Hälfte will hingegen wieder Personal einstellen.

03: Mit der **Gründung von Automotive PR Germany stärkt pr people sein Netzwerk** für internationale Kommunikation. Die Spezialagentur für Automobil- und Technologie-PR mit Sitz in Köln arbeitet seit rund zehn Jahren mit Automotive PR Ltd. (APR) aus London – einem führenden PR-Spezialisten für die internationale Auto-

mobilindustrie – zusammen. Automotive PR Germany hat nun Zugriff auf ein etabliertes Agentur-Netzwerk in den wichtigsten Automobilnationen: Neben APR Ltd. in London, APR of America in New York und APR China in Shanghai bestehen Netzwerkstandorte in Brasilien und Mexiko. Weitere europäische Agenturen werden sich dem APR-Verbund in Kürze anschließen.

04: Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (**DPRG**), Berlin hat zum 40. Mal den **Deutschen PR-Preis** ausgeschrieben. Die Preisverleihung findet am 17. September im Kurhaus in Wiesbaden statt. In 24 Kategorien können Arbeiten eingereicht werden. Anmeldeschluss ist am 7. Mai. Infos: www.pr-preis.de.

05: Die **Düsseldorfer Agentur Brandzeichen** blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 zurück und freut sich über einen starken Personal-zuwachs. Mit neuen Kunden und Etats aus den Bereichen Beauty & Lifestyle, Automotive & Design, Food & Beverages und Consultancies baut Brand-zeichen sowohl das Agentur-Portfolio als auch die Teamstärke stetig weiter aus. Und ist am 1. März in neue, größere Büroräume in der Düsseldorfer Schiessstrasse umgezogen.

06: Der **Fragebogen** zum diesjährigen "**European Communication Monitor**", der größten Studie zu Zukunftspotenzialen und Status Quo von Kommunikationsmanagement und Public Relations in Europa, **ist jetzt online**. Kommunikations-Entscheider in Unternehmen, Agenturen und anderen Organisationen können sich bis zum 31. März unter www.communicationmonitor.eu beteiligen. Die Erhebung wird von namhaften Universitäten aus elf Ländern unter Leitung von Ansgar Zerfaß (Universität Leipzig) im Rahmen der European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA) gemeinsam mit der European Association of Communication

Directors (EACD) durchgeführt, unterstützt von Cision und Grayling.

07: Professionalisierung der Branche schreitet voran: **ad publica veröffentlicht dritte Studie zum PR-Ehrencodex „Code de Lisbonne“**. Er ist in der Branche bekannter als je zuvor. Es besteht aber immer noch eine deutliche Diskrepanz im Grundverständnis von Public Relations. Das Management von Kommunikationsprozessen wird immer wichtiger. PR ist Toolbox statt nur Tool. Mit 80 Prozent kennt der Großteil der Befragten den „Code de Lisbonne“ (2001: 41,7 Prozent, 2005: 45,5 Prozent). Gründe dafür können in der verstärkten öffentlichen Diskussion dieses Themas liegen, aber auch in den verbesserten Ausbildungswegen der PR. Infos: www.adpublica.com.

Social Media + Web 2.0

Neue österreichische Studie zu Journalismus & Social Media

Die IKP – PR und Lobbying in Wien hat in Kooperation mit der Fachzeitschrift "Der Österreichische Journalist" eine neue Studie zum Verhalten von Journalismus und Social Media veröffentlicht. In der neuen Studie untersuchen die Autoren Günther Brandstetter und Peter Hörschinger, wie sich Journalisten unter anderem Social Media-Plattformen für ihre tägliche Arbeit zu nutzen machen und was dies darüber hinaus für die PR bedeutet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (3) (10.KW-2010)

01: Mit dem wachsenden Stellenwert von Social Media in der Online-Werbung wird auch der Ruf nach **Leistungs- und Qualifizierungswerten für**

Social Media immer lauter. Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) trägt dieser zunehmenden Bedeutung Rechnung: Als unabhängige Instanz für praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung legt die AGOF nun ein erstes Modell und einen entsprechenden Qualifizierungskatalog vor, der Social Media für die Mediaplanung auf Basis der bereits bekannten Leistungswerte auswertbar und planbar macht. agof.de

02: Sascha Lobo liest Politikern die Internet-Leviten: Er ist Deutschlands bekanntester Blogger: Sascha Lobo. Im Interview auf WELT ONLINE erklärt Lobo, was die Politiker im Internet falsch machen, warum er Guttenberg keine Tipps geben möchte und wer die wahren Multiplikatoren im Netz sind. Beim Thema Datenschutz spricht der Blogger eine Warnung aus. welt.de

03: Das Weiße Haus im Twitter-Fieber: Immer mehr Mitglieder der US-Regierung erzählen via Twitter, was im Weißen Haus passiert: Der Präsident schaut Eishockey, Mitarbeiter kehren aus dem Urlaub zurück, und die First Lady kommt vorbei. Eine Pressemitteilung aus dem Weißen Haus? Das war gestern. Heute twittern Regierungssprecher Robert Gibbs und sein Stellvertreter Bill Burton die Neuigkeiten über „Potus“ in alle Welt. „Potus“ ist die Abkürzung für „President of the United States“ (Präsident der Vereinigten Staaten). focus.de

Medien

Adolf-Grimme-Preis 2010: alle Preisträger

Mit einem Adolf-Grimme-Preis werden Fernsehsendungen und -leistungen ausgezeichnet, die für die Programmpraxis

vorbildlich und modellhaft sind. Leitziel der im Adolf-Grimme-Preis institutionalisierten Fernsehkritik ist eine umfassende Auseinandersetzung mit dem Fernsehen, das als zentrales und bedeutsames Medium mit vielfachen gesellschaftlichen Bezügen und Wirkungen verstanden wird. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (10.KW-2010)

01: Hamburg@work sucht beim "Neptun Award 2010" am 26. Mai die innovativsten Crossmedia-Kampagnen des letzten Jahres.

Bewerbungsschluss ist der 15. April 2010. Eine Bühne, fünf Kampagnen, zwanzig Experten und 300 Zuschauer als „härteste Jury der Welt“: Wer es in diesem Jahr bis ins große Finale von Deutschlands einzigem Crossmedia-Wettbewerb schaffen möchte, kann sich ab sofort bis zum 15. April beim fünften Neptun Award von Hamburg@work bewerben. Gesucht werden auch diesmal die ideenreichsten, wirkungsvollsten und wirtschaftlichsten crossmedialen Kampagnen des vergangenen Jahres. neptun-award.de

02: Internet-Nutzung im Alter: Die Bedeutung moderner Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) hat in den letzten Jahren massiv zugenommen. Seit 1997 stieg die mindestens gelegentliche Nutzung des Internets von rund 15 % der Schweizer Bevölkerung auf 77 %. Es zeigt sich aber eine «digitale Spaltung» zwischen jüngeren und älteren Menschen: Insbesondere die Altersgruppe ab 65 Jahren nutzt das Internet wesentlich weniger. Dadurch entsteht die Gefahr, dass alte Menschen von bestimmten Angeboten ausgeschlossen werden oder bleiben. zfg.uzh.ch

03: dpa stellt neues Angebot für den Schulmarkt auf vor. Die Deutsche Presse-Agentur dpa stellt auf der diesjährigen didacta in Köln vom 16. bis 20. März ihr neues Angebot "dpa-Schule" vor. Es richtet sich an Schulbuchverlage,

Institutionen und Ministerien im schulischen und kulturellen Bereich sowie über Kooperationen an Schulen und Lehrer. Außerdem zeigt dpa auf der didacta auch schon etablierte Angebote wie dpa-Nachrichten für Kinder, dpa-RegioData und das dpa-Dossier Bildung und Forschung.

presseportal.de

04: Verdeckte PR? Die Zeitschrift Merian hat pünktlich zum Comeback von Michael Schumacher in der Formel 1 eine Sonderausgabe zum dem publikumswirksamen Thema herausgebracht. Doch im Sonderheft Formel 1 geht es vor allem und einzig und allein um die Marke Mercedes und deren Silberpfeile. Die Ausgabe, die nun für fünf Euro am Kiosk verkauft wird, wirkt wie ein verkapptes Corporate-Publishing-Projekt. Dahinter steckt eine Anzeigen- und Vertriebskooperation zwischen dem Jahreszeiten Verlag und Mercedes.

meedia.de

05: NDR-Medienmagazin ZAPP: Das Feindbild Griechenland in den Medien. Was haben wir Deutschen Ouzo gezechet, alkoholisiert Costa Cordalis Lieder mitgeschmettert, verknäulte Beine nach einem Sirtaki Tanz entwirrt und Mitbürger mit Zaziki Gestank belästigt. Griechenland und die Griechen erfreuten sich großer Beliebtheit. Aber jetzt plötzlich bröckelt diese Sympathie wie die Akropolis in Athen. Seit Griechenlands Finanzdebakel offenbar wurde, ist die Begeisterung für die griechische Lebensfreude in reine Schadenfreude umgeschlagen. Vor allem die Medien ergießen sich in Spott und Häme. ndr.de

06: Das Markt- und Medienforschungsunternehmen Nielsen gab die aktuellen **Onlinenutzerzahlen für den Monat Februar 2010** bekannt. Demnach gingen 44,6 Millionen Deutsche im vergangenen Monat ins Internet, 54,8 Millionen Deutsche haben laut aktuellen Zahlen bereits die technischen Möglichkeiten im Internet zu surfen. Die durchschnitt-

liche Zeit, die ein aktiver Internetnutzer im World Wide Web sowohl von zu Hause aus als auch auf der Arbeit verbringt, beträgt 21 Stunden, 27 Minuten und 02 Sekunden. nielsen-media.de

07: GfK Panel Services analysiert Buchmarkt in Deutschland. Computer hin, Fernseher her – das Lesen von Büchern ist auch im digitalen Zeitalter eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Eine aktuelle Analyse der GfK Panel Services zeigt: Rund 36 Millionen Deutsche kauften im letzten Jahr Bücher. Und nicht nur eines. Im Schnitt erwarb jeder Kunde über das Jahr verteilt 11 Bücher und gab dafür rund 110 Euro aus. Schulbücher und Fachliteratur nicht mitgerechnet. gfk.com

08: Regelmäßig befragt news aktuell Redakteure und freie Journalisten nach ihrer Einschätzung zu den Trends und Entwicklungen in der Medienbranche. Gut 2.000 Medienmacher nahmen im Schnitt an den Befragungen teil. Wie sind die deutschen Verlage und Medienunternehmen für die digitale Zukunft gerüstet? Was sind die größten Herausforderungen für den Journalismus? Welche Chancen sehen Journalisten grundsätzlich für Paid Content Modelle? **Zum aktuellen Medien-Trendmonitor "Journalismus in einem neuen Informationszeitalter":** www.newsaktuell.de/medientrend10.

Services + Tipps

Service compact (2) (10.KW-2010)

01: Pressebilder, Produktpräsentationen, Filme, Podcasts: Die Anzahl der in PR und Marketing verwendeten Mediendaten nimmt ständig zu. Mit dem neuen **AMID PR** bietet der österreichische Spezialist mediamid jetzt ein speziell auf Agenturen, Marketing-Abteilungen und Pressestellen zugeschnittenes **Branchenpaket für das Media Asset Management**. AMID PR ist vollständig webbasiert und damit auch standortunabhängig

verfügbar. Das System unterstützt die einfache Verwaltung und das schnelle Finden von beliebigen Mediendaten wie Bildern, Video-/Audio-Files, Powerpoint-Präsentationen oder PDFs. Die einzelnen Datensätze können dabei mit beliebigen Stichworten klassifiziert werden, so dass auch themenbezogene Suchen möglich sind. Über den Warenkorb können sie dann einzelnen Ansprechpartnern gezielt zum Download zur Verfügung gestellt werden: www.mediamid.com.

02: Das Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus“ beschäftigt seit Jahren eine ganze Branche. Und dennoch stellt sich die Frage: Ist diese Diskussion eine reine Fachdiskussion zwischen Destinationen, Reiseanbietern, Fachmedien und Messeveranstaltern – oder ist „Nachhaltigkeit“ als relevantes Such- und Entscheidungskriterium bereits beim Kunden – den Reisenden in Deutschland – angekommen. Dieser Frage sind der Berliner Spezialist für Social Media Analyse complexium und die Hamburger **Kommunikationsagentur Faktor 3 (GPRA)** auf den Grund gegangen. In der ersten für Deutschland verfügbaren **Social Media-Studie zum Thema „Nachhaltiger Tourismus 2.0“** geht die Analyse auf die digitale Spurensuche im Entscheidungsprozess der Reisenden: von der Informationssuche, über die erste Auswahl bis hin zur finalen Buchung. Infos: www.faktor3.de.

Termine + Tagungen

Reisejournalisten sind die Bergleute des 21. Jahrhunderts

Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Blogs, Tumblr, Xing, LinkedIn – auch auf der diesjährigen **ITB** in Berlin entkommt niemand der boomenden Social Media Welt. Nicht überraschend also, dass die Tourismus-Messe gleich zur passenden Podiumsdiskussion einlud:

„Wie wir uns in Zukunft informieren. Machen Blogs, Facebook & Co. die Touristikpresse überflüssig“, hieß dieser **Media Summit**. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PMG Forum 2010 – Schneller, höher, effizienter...

Qualität in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / Expertendiskussionen zu Kommunikationsqualität / Veranstaltungen in 13 Städten. Die **PMG Presse-Monitor**, Berlin startet mit ihrer erfolgreichen Veranstaltungsreihe **PMG Forum** ins dritte Jahr. Namhafte PR-Strategen aus Unternehmen und Agenturen diskutieren mit Journalisten und Medienwissenschaftlern auf dem Forum Mittel und Wege, die eigene Unternehmenskommunikation zu analysieren, zu konsolidieren und zu steuern. Ein höheres Maß an Qualität und Effizienz in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit steht im Fokus des diesjährigen **PMG Forums**. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (10.KW-2010)

01: Die **DPRG-Landesgruppe Norddeutschland** lädt zusammen mit dem Beratungsunternehmen **MantuaDicker** für den 29. April in die **FH Nordakademie** in Elmshorn ein. Thema des **Forums Interne Kommunikation**: "Web 2.0 in der internen Kommunikation". Infos: www.forum-ik.de.

02: Die nächste Veranstaltung des **PR-Clubs Hamburg** steht unter dem Thema "**Hamburg - Umwelthauptstadt 2011**: Die Strategie der Bewerbung". Am 25. März um 19:30 Uhr im Salon Schmidt erläutert dies **Klaus de Buhr**. Infos: www.pr-club-hamburg.de.

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (1) (10.KW-2010)

01: Das P1 – Rhetorik-/Präsentationstraining der AFK Akademie Führung und Kommunikation, Oberursel/Ts. findet vom 19. bis 21. April in Boppard statt. Die Teilnehmer trainieren den professionellen Auftritt, lernen ihre Rede zu strukturieren und zu inszenieren. Sie üben zielgruppengerechte Sprache, mit ihrer Mimik und Gestik das Gesagte zu unterstreichen und mit rhetorischen Mitteln Aufmerksamkeit zu sichern. Infos: www.afk-online.com.

Das PR-Interview

Interview Nr. 30: Das Buch als Event

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

Interview mit Dr. Edmund Labonté zur Frage, wie man Literatur erlebbar machen kann.

PR-Journal: Die lit.COLOGNE hat sich in nur zehn Jahren zu einer Institution im literarischen Leben entwickelt. Wie kam es dazu?



Edmund Labonté: So etwas wie die lit.COLOGNE gab es noch nicht in Deutschland. Es gab Film-, Theater-, Musikfestivals, aber kein Literatur-festival. Das war unser Ansatz, und wir scheinen darin eine Form gefunden zu haben, die

den Leuten gefällt. Dazu gehört sicher in erster Linie ein spannendes Programm mit vielen Highlights, Neuigkeiten, aber auch ungewöhnlichen, speziell für das Festival konzipierten Events, aber auch ein spannender

Komplex von Schauspielern, Moderatoren, Musikern und anderen Künstlern, mittels derer man auch Bezüge zu anderen Kunstgattungen herstellen kann, wie etwa zur Musik, zum Theater und zum Film. Dazu ein Ambiente, in dem sich alle wohl fühlen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert

Norberts Küchengeheimnisse Nr. 1

Die deutschen Metzger haben Grund zur Klage. Da liefern ihnen die Landwirte muskulöse Prachtexemplare vom Angus- oder Charollais-Rind, aber der Kunde verschmäht davon das meiste. Was geht, sind Steaks aus dem Rücken oder der Keule; und Rouladen. Das war's. Der gewaltige „Rest“ hat eine Chance allenfalls als Hackfleisch oder Gulasch. Wenn er nicht gleich zu Tierfutter verschreddert wird.

Die Marktforschung bestätigt: An der Ladentheke oder im Kühlregal hat nur eine Chance, was rasch zuzubereiten ist. Schmorgerichte sind passé, megaout. Warum eigentlich? Die Gour-metküche setzt in Deutschland zwar nur spärliche Trends, und das mit großer Verzögerung. Aber dort kennt man die Vorzüge des langsamen und milden Garens: butterzartes, saftiges Fleisch, voluminöse Saucen und intensiver Geschmack. Vorausgesetzt, das Rindvieh ist nicht an Altersschwäche gestorben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Meißelbach: Web 2.0 - Demokratie 3.0? - Demokratische Potentiale des Internets

"Web 2.0 - Demokratie 3.0? - Demokratische Potentiale des Internets" von Christoph Meißelbach. Nomos Verlagsgesellschaft / Edition Reinhard Fischer, Baden-Baden, Dezember 2009. 148 Seiten. Preis: 20,00 Euro. ISBN: 978-3-8329-5115-3

Rezension von Julia Wittwer, 02/2010 Leiterin des Pressebüros des Frankfurter Kunstvereins und Absolventin von PR Plus (www.prplus.de)

"Web 2.0 – Demokratie 3.0? – Demokratische Potentiale des Internets" von Christoph Meißelbach untersucht am Beispiel der Bundesrepublik Deutschland, wo und in welchem Umfang das Internet bereits heute für Demokratisierungsprozesse eingesetzt wird, welche Potentiale es birgt und wo seiner Anwendung Grenzen gesetzt sind. Das Modell einer „digitalen Demokratie“ – hier verstanden als „Ergänzung der modernen repräsentativen Demokratie, um Prozesse und Strukturen, die durch die Anwendung des Internets umsetzbar sind“ – steht dabei im Mittelpunkt einer differenzierten Analyse. Diese berücksichtigt neben sozio-logischen und politikwissenschaftlichen auch kommunikations-theoretische Konzepte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 18 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (40)

Volontariat/Trainee

Die 11 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

[PR-Juniorberater Healthcare \(m/w\), Frankfurt a.M.](#)

[Erfahrene/r Journalist/in / Redakteur/in Corporate Publishing in Köln gesucht](#)

[2 PR-Berater Finanzkommunikation und 1 Senior-PA-Berater für Berlin gesucht](#)

[crossrelations sucht PR-Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)

[PR-Junior Berater/in gesucht, Köln](#)

[.lichtl Ethics & Brands sucht PR-Redakteur/in, Frankfurt](#)

[Junior-Berater\(in\) mit Modekompetenz zum nächstmöglichen Zeitpunkt in Hamburg gesucht](#)

[fischerAppelt, relations sucht Junior- / PR-Berater \(m/w\), Schwerpunkt Healthcare, Frankfurt](#)

markenzeichen sucht Senior PR-Berater(in), Frankfurt a.M.

Junior PR-Berater (m/w) | PR-Berater (m/w) | Senior PR-Berater (m/w), Wiesbaden

Euro RSCG ABC Hamburg sucht PR-Beraterin/PR-Berater

Euro RSCG ABC Hamburg sucht PR-Junior-Berater/PR-Junior-Beraterin

Account Manager (w/m) für den Bereich Digital Lifestyle, Frankfurt

Akima Media in München sucht B2B-PR-Manager (m/w) im Bereich IT/Wirtschaft

public link sucht ab sofort einen Junior-Berater (m/w)!

PR Manager(in), München

Junior PR Manager(in), München

Jeschenko Berlin sucht PR-Volontär und Junior PR-Berater (m/w)

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

fischerAppelt, relations sucht Junior-Berater (m/w) für den Standort Berlin

Berater/in für Kommunikationsagentur in Berlin gesucht

PR-Assistenz/Teilzeit für Hamburger Agentur gesucht!

Unternehmen

ARBURG sucht PR-Referenten (m/w) für Unternehmenskommunikation

Freiberufliche Redakteure/-innen, Bonn

Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit (20 Wochenstunden), Berlin

Vertriebsmitarbeiter für PR-Software gesucht, Düsseldorf

Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 15. März 2010 – 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.628 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer , Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Patrick Hacker, Leipzig; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.net), Rengsdorf.

Realisierung der Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation,
Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb
(info[at]k1-agentur.de).

Ständige Kommentatoren:

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frau.scheben[at]gmx.de).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg
Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88
E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail:
mailto:redaktion[at]pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL:
<http://www.pr-journal.de>, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch,
www.pr-journal.com, www.pr-journal.info,
www.pr-journal.net.