

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 239 / 11. KW 2010

## Seite 1

### Wie Pharma-PR in die Zeitung kommt: Ein Lehrstück

Es ist davon auszugehen, dass in der PR-Abteilung des Pharmariesen MSD vor gut einer Woche die Korken geknallt haben. Denn wieder einmal hat es funktioniert. Die Veröffentlichung einer offenkundigen PR-Studie, atemberaubend windig in der Methodik und schon von der Fragestellung her alleine darauf abzielend, die Umsatzzahlen der fragwürdigen und potentiell gesundheitsschädlichen Cholesterinsenker Inegy® und Ezetrol® mit dem Wirkstoff Ezetimib zu steigern, hat in der Fach- und Publikumspresse ein weltweites Echo gefunden. Und wie immer hat kein Journalist auch nur im Ansatz Lunte gerochen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### DPRG-Präsident-Nies übernimmt am 1. April neue leitende PR-Funktion

Ulrich Nies (53), derzeitiger und bis 2011 gewählter ehrenamtlicher Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) in Berlin scheidet Ende März aus seiner

bisherigen beruflichen Funktion als Leiter der Einheit „Information Coordination“ bei der BASF SE, Ludwigshafen aus - nach 25 Jahren guter Zusammenarbeit. Er wird am 1. April eine neue leitende PR-Funktion in der Wirtschaft übernehmen - wohin es ihn zieht, ist noch nicht bekannt.

### PR und Ethik / PR-Rat soll aufhören, zu täuschen + BdP müsste Vize Raabe ausschließen

Diese Woche beschließen wir mit einem Randthema, das uns aber unmittelbar in die Mitte der Berufspraxis führt. Zunächst ein paar Fakten: In Deutschland haben sich professionelle Kommunikatoren in verschiedenen Berufsverbänden organisiert. Als da u.a. wären, die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) - ich bin dort Mitglied-, der Bundesverband Deutscher Pressesprecher (BdP) und die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA). Diese Verbände sind - gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (degepol) - Träger des Deutschen Rates für Public Relations, der sich als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Deutschland tätigen PR-Fachleute versteht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media: Hat das klassische Sender-Empfänger-Modell ausgedient?

Jeder kann mittlerweile über soziale Netzwerke in kürzester Zeit und mit wenig Aufwand seine Gedanken mit anderen in der ganzen Welt teilen. Durch die neuen Medien steht der Kommunikationsbranche nach Meinung von



Fachleuten ein fundamentaler Wandel bevor. Denn der Prozess der Meinungsbildung erfolge nicht mehr vornehmlich über klassischen Medien sondern zunehmend über Twitter, Facebook & Co. Damit löse sich auch das herkömmliche Kommunikationsprinzip zwischen Sender und Rezipienten auf (Sender-Empfänger-Modell). Dass diese Sicht der Dinge nicht überall auf ungeteilte Zustimmung stößt, belegen die hier eingefangenen Wortbeiträge. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Personalien compact (18) (11.KW-2010)

#### AGENTUREN:

01: **Sylvia Jacobi** (24) unterstützt seit Anfang März als Junior-Beraterin das Team von möller pr in Köln. Die studierte Literaturwissenschaftlerin hat bereits journalistische Erfahrung in Print und Fernsehen gesammelt.

02: **Frank Siebel** (42) arbeitet jetzt als Account Director bei Citigate Dewe Rogerson in Frankfurt am Main. Er war zuletzt als Leiter interne Kommunikation bei der HSH Nordbank in Hamburg/Kiel. Er gilt als Experte für Change-Kommunikation.

03: **Martin Fricker** ist neuer Geschäftsführer bei Knobel Corporate Communications in

Steinhausen (CH). Seit Mitte 2009 ist die PR-Agentur Teil der Hotz Gruppe und der Firmengründer **Peter P. Knobel** gibt die Führung ab. Fricker war zuletzt Leiter des Fachteams Finanzkommunikation bei Farner PR.

#### UNTERNEHMEN:

04: **Thomas Schalberger** (46) übernimmt die Direktion Marketing und Markenmanagement bei Peugeot Deutschland in Saarbrücken. Neben seiner Funktion als Direktor Presse und Kommunikation übernimmt er diesen Bereich vorerst kommissarisch. Schalberger arbeitet seit 2001 bei Peugeot und war zuvor bei verschiedenen Unternehmen und Agenturen tätig. Sein Vorgänger **Frank Thomas Dietz** hat das Unternehmen verlassen.

05: **Gerhard Gucher**, jahrelang Direktor des Burgenland Tourismus in Eisenstadt (AT), übernimmt am 1. April die neu geschaffene Position des Direktors für Marketing, Vertrieb, Public Relations und Werbung beim Thermenresortbetreiber Vamed in Wien (AT). Gucher kam zuvor von der Österreich Werbung 1998 zum Burgenland Tourismus.

06: **Roland Koriath** wird zum 1. April 2010 bei Eurotax Schwacke in Maintal das neu geschaffene Geschäftsleitungsressort Marketing und Öffentlichkeitsarbeit übernehmen. Er hat eine lange Laufbahn als Fachjournalist vorzuweisen, zuletzt als Chefredakteur der beiden Motor Presse-Medien "Auto Straßenverkehr" und "4Wheel Fun".

07: **Alexander Häntzschel** verantwortet seit 1. März die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des



komm.passion



Medien-Analysen  
mit Qualitätssiegel!

AUSCHNITT  
MEDIENBEOBSACHTUNG

Exzellenzclusters "Asien und Europa im globalen Kontext" an der Universität Heidelberg. Zuvor hat er als freier Journalist aus Südostasien berichtet und als Teamleiter im Bereich Digitale Kommunikation gearbeitet.

08: **Herbert Heitmann** (48) geht am 1. Juni als Executive Vice President External Communication zu Royal Dutch Shell nach Den Haag (NL) - er verantwortet dort die weltweite Kommunikation des Mineralölkonzerns. Er hat dann zwölf Jahre als Kommunikationschef bei SAP in Walldorf hinter sich.

09: **Helena Seppelfricke** (30) macht bei Lego Karriere und wird Pressesprecherin in Grasbrunn bei München. Vorgängerin **Katharina Sutch** wurde zum PR & Communication Director Lego Central Europe befördert.

10: **Kristina Henry** übergibt bei Linguatex Sprachtechnologien in München die Pressebetreuung an **Brigitte Schindler**.

11: **Joachim M. Guentert** (46) steigt als Leiter Unternehmenskommunikation beim Startup kaufDA.de in Berlin ein. Er war sieben Jahre bei eBay als Kommunikationschef in drei Ländern aktiv.

12: **Harald Schultz** (51) leitet seit 15. März das Presseteam der Hannover Messe - als Nachfolger von **Marco Siebert**, der ins Marketing wechselte.

13: **Michael Göntgens** (28) ist jetzt Pressesprecher der Lufthansa Cargo in Frankfurt am Main - er folgt auf **Stefan Hartung** (31) der seit Herbst 2009 für den Bereich Change und Kommunikation der Lufthansa verantwortlich ist.

14: **Désirée Tillack** (33) ist neue Ansprechpartnerin für Presse und Medienkooperationen für JobTV24 und MovingImage24 in Berlin. Sie kommt von Turner Broadcasting System Deutschland.

15: **Kata Gleitsmann** ist jetzt für PR und Marketing bei Filofax Deutschland, Terminkalenderhersteller in Bad Schwalbach zuständig.

#### VERBÄNDE UND INSTITUTE:

16: **Christoph Heckeley**, bisher stellv. Pressesprecher des Erzbistums Köln übernimmt die Leitung der Pressestelle /Schwerpunkt externe Kommunikation. Ein journalistischer Referent wird noch gesucht. Der bisherige Pressesprecher **Stephan Georg Schmidt** konzentriert sich auf seine Zusatzaufgabe als Chefredakteur der Kirchenzeitung des Bistums.

#### POLITIK UND BEHÖRDEN:

17: **Alexander Fischer** (35) wurde als Nachfolger von **Daniel Bartsch** neuer Pressesprecher der Bundespartei Die Linke in Berlin - er war zuvor in deren Bundestagsfraktion tätig.

18: **Sieglinde Schneider**, Inhaberin der PR-

**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!**

Agentur Accente Communication in Wiesbaden wurde zur EU-Botschafterin für Unternehmerinnen ernannt. Aufgabe der Botschafterinnen ist es, Frauen als Vorbild zu dienen und diese zu ermutigen, eine eigene Existenz zu gründen.

## Etats

### wbpr Berlin mit drei neuen Aufträgen

Nach EU-weiter Ausschreibung wurde wbpr Public Relations (GPRA), Büro Berlin mit dem Kommunikationsmanagement und der Pressearbeit für das europäische Projekt Scandra (Scandinavian-Adriatic Corridor for Growth and Innovation) beauftragt. Das ist ein EU-Projekt des Baltic Sea Region Programme 2007-2013 und soll die regionale Raumentwicklung sowie schnelle und effektive Transportverbindungen auf dem europäischen Nord-Süd-Korridor sichern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Etats compact (15) (11.KW-2010)

01: Aperto (Internet Dienstleister), Berlin  
was: *PR-Aktivitäten*  
an: **Bond PR-Agenten**, Berlin

02: MMS-Marcial Management Services, Staufen im Breisgau  
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **Vera Arand Agentur für Presse & Öffentlichkeitsarbeit**, Staufen

03: Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes NRW, Düsseldorf  
was: *Kampagne "Wir machen Gründer groß"*  
an: **CP/Compartner** (GPRA), Essen

04: Ergo Direktversicherungen (ehemals KarstadtQuelle), Nürnberg  
was: *Verbraucherkommunikation via Printmedien*  
an: **djd deutsche journalisten dienste**, Reichenberg

05: Energieversorger Mainova, Frankfurt am Main  
was: *Entwicklung Gesamtkonzept Konzernkommunikation*  
an: **A&B One Kommunikationsagentur** (GPRA), Frankfurt am Main

06: Massivhaushersteller Town & Country, Thüringen  
was: *Pressearbeit + strategische Kommunikationsberatung*  
an: **BrunoMedia Communication**, Köln

07: NaturCert (internationale Zertifizierung für nachhaltigen Tourismus), München  
was: *Vertrieb und Pressearbeit in Deutschland und Österreich*  
an: **hotelbiz consulting**, 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!

08: Verein Forum Trinkwasser, Köln  
*was: Geschäftsstellenarbeit sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*  
an: **morepublic Partner für PR und Medien**, Köln

09: Grundig Intermedia, Nürnberg  
*was: Produkt- und Unternehmenskommunikation und Public Affairs*  
an: **Kaltwasser Kommunikation**, Nürnberg/Berlin

10: Initiative Milch, Bonn  
*was: neue Initiative zur umfassenden Imageverbesserung von Milch und Milchprodukten*  
an: **Haus für Kommunikation**, Bonn

11: 03: Hotel "Bayern am Tegernsee", Tegernsee  
*was: PR für Eröffnung neuer Spa-Räume*  
12: Hotel Corte Valier, Lazise (IT)  
*was: PR-Kampagne*  
an: **Stromberger PR**, München

13: Pillar Datensysteme, San Jose, CA (USA)  
*was: PR für deutschsprachigen Raum*  
an: **GlobalCom PR-Network**, München

14: WeSC (Kopfhörer), Stockholm (SE)  
*was: PR für Deutschland und Österreich sowie Marketing in der Schweiz*  
an: **K-MB Agentur für Markenkommunikation**, Berlin

15: Generaldirektion für Bildung und Kultur der Europäischen Kommission, Brüssel (BE)  
*was: Kommunikation für Studienprogramm "European Union - Study in Europe"*  
an: **Media Consulta**, Berlin

## Branche

### Neue Studie zur Öffentlichkeitsarbeit von Schulen

Die bundesweite Expertenstudie „Schulen im Gespräch“, durchgeführt von der Berliner Kommunikationsagentur plattform-p, Angela Ittel (Arbeitsbereich Pädagogische Psychologie, Institut für Erziehungswissenschaft der TU Berlin) und Lehrer-online, untersucht die Erfahrungen und Herausforderungen von Schulleiterinnen und Schulleitern im Bereich schulischer Öffentlichkeitsarbeit.

Die Anforderungen an die Kommunikation von Schulen mit ihrer mittelbaren und unmittelbaren Öffentlichkeit hat sich in den letzten Jahren sehr verändert: Durch strukturelle und inhaltliche Reformen der Schullandschaft ist der Wettbewerbsdruck zwischen den Schulen in allen Bundesländern deutlich gestiegen. Schulen stehen vor der Herausforderung, sich und ihre Arbeit vermehrt darstellen zu müssen, um genügend Schülerinnen und Schüler anzuwerben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### DPRG: „Tolle Mannschaftsleistung“ als Basis für Erfolg

Mehr Mitglieder und wachsende Beiträge, unterm Strich ein positives Betriebsergebnis und ein auf allen Ebenen aktives Verbandsleben – das waren für DPRG-Präsident Ulrich Nies deutliche Zeichen, dass der Berufsverband für Kommunikationsfachleute in Deutschland das Krisenjahr 2009 gut überstanden hat. Besondere Freude bereitete Nies das positive Wirtschaftsergebnis des DPRG-Vereins von rund 41.000 Euro. Noch im Geschäftsjahr 2008 hatte ein deutliches Minus für wenig Begeisterung bei den Mitgliedern gesorgt. Dies ist eines der Ergebnisse der letzten DPRG-Mitgliederversammlung am 20.

März in Essen. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Branche compact (7) (11.KW-2010)

01: Der Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol), Berlin zeigt sich erfreut über die von der OECD verabschiedeten **Empfehlungen für mehr Transparenz und Integrität im Lobbyismus**. In zehn Punkten listet die OECD zahlreiche Standards und Verfahren auf, die das öffentliche Vertrauen stärken und faire Bedingungen für alle Interessengruppen im Sinne von „Good Governance“ schaffen. Die Empfehlungen der OECD stehen auf [www.oecd.org](http://www.oecd.org) beim Directorate for Public Governance and Territorial Development zum Herunterladen bereit.

02: Am 7. Mai ist Einsendeschluss für den diesjährigen **Econ Award Unternehmenskommunikation**. Der Econ-Verlag und die Wirtschaftszeitung "Handelsblatt", beide in Düsseldorf, suchen auch 2010 die zehn Champions der Unternehmenskommunikation. Weitere Informationen auch zu den zehn Kategorien (incl. PR-Aktivitäten und zum ersten Mal auch Social Media) gibt es hier: [www.jduk.de](http://www.jduk.de).

03: Die **Möller Horcher Public Relations** aus Offenbach am Main, **hat ihr internationales Netzwerk ausgeweitet**. Neben Agenturen in Europa ist jetzt auch eine amerikanische Agentur dem Möller Horcher Netzwerk beigetreten. Die neuen Partneragenturen sind: Elevate Communications aus Boston, Massachusetts; SAB Communications aus Como, Italien; die spanische Agentur Canela Public Relations aus Barcelona und Madrid; und O2PR im britischen Cambridge. Zudem hat Möller Horcher schon länger bestehende erfolgreiche Partnerschaften mit Prestige Public Relations in den

Niederlanden, Aspectus PR in London und mit der französischen Agentur simone droll consulting.

04: Die internationale Kommunikations-Agentur **Waggener Edstrom Worldwide (WE)** erhält den **PR Week Award „PR Innovation des Jahres“ für ihr Twitter- Tool WE twenz™**. Dies ist bereits der fünfte Preis, den das selbst entwickelte WE Twitter-Tool erhält. Entwickelt wurde WE twenz™ speziell für die professionelle Messung und Bewertung von Social Media- Kommunikation, um Trends und Themen nicht nur zu verfolgen, sondern auch frühzeitig zu erkennen und zu steuern. Die webbasierte Anwendung nutzt die Twitter-Suche, um Dialoge und Stimmungen zu relevanten Themen aus der Masse der Tweets hervorzuheben. Bis zu 70 Twitter-Nachrichten werden gleichzeitig ausgewertet und in einem Feed dynamisch aktualisiert.

05: Nachhaltigkeit als Prinzip unternehmerisch verantwortlichen Handelns: Als weltweit erste Kommunikationsagentur mit der Spezialisierung auf die Touristik, Luftfahrt und Hotellerie hat sich **w&p Wilde & Partner Public Relations** erfolgreich einem strengen Nachhaltigkeits-Audit durch die international anerkannte Organisation Green Globe unterzogen. Wilde & Partner - Deutschlands „PR Agentur des Jahres 2008“ – erhielt das international renommierte **„Green Globe Zertifikat“** am 12. März in Berlin am Rande der ITB Berlin, der weltweit bedeutendsten Messe der internationalen Reiseindustrie.

06: Der **Deutsche Werberat** hat in seiner Jahresbilanz insgesamt **255 Beschwerden registriert und sieben öffentliche Rügen verhängt**. Mehr als ein Drittel der Einwände aus der Bevölkerung betrafen Werbemaßnahmen, die als frauenfeindlich wahrgenommen wurden. Hans-Henning Wiegmann, Vorsitzender des Werberats, sagte über den Jahresbericht 2009, dass es zum Teil krasse Grenzüberschreitungen in der kommerziellen Markt-Kommunikation gegeben habe. Dennoch sei es im Vergleich zum Vorjahr

nicht zum Anstieg von beanstandenswerten Aktivitäten gekommen. Im Jahr 2008 verzeichnete das Gremium 264 Beschwerden aus der Bevölkerung. Von den aktuell 255 Beschwerden stimmte der Werberat 69 Protesten zu, davon sieben öffentliche Rügen. In acht Fällen änderten die Unternehmen die kritisierte Werbung. Die restlichen 54 Beschwerden führten dazu, dass die Unternehmen die Werbung einstellten. Info: [www.werberat.de](http://www.werberat.de).

**07: Die GnannCom, München, ist in den Spezialmarkt für Pharmakommunikation gestartet.** Die Agentur des erfahrenen Spezialisten für Gesundheitskommunikation Andreas Gnann (36) sieht sich als Impulsgeber und Mittler zwischen Kunden und Medien. Dabei setzt sie auf journalistische Kompetenz und Zuverlässigkeit. Neben den klassischen Print-Medien fokussiert sich GnannCom auf den wachsenden Bereich der Online-Kommunikation. Gnann war mehrere Jahre als PR-Berater für zahlreiche Kunden aus Pharma und Medizin bei verschiedenen Agenturen tätig. Der promovierte Biologe und Wissenschaftsjournalist bringt alles mit, was für die Kommunikation im Gesundheits- und Biotechbereich nötig ist.

## Social Media + Web 2.0

### Studie: Große Mehrheit der Deutschen ist nicht Teil der digitalen Gesellschaft

Zunehmend verlagern sich Kommunikation, wirtschaftliches Handeln aber auch politische Willensbildung und Willensäußerung in das Internet. Zwar sind laut (N)Onliner Atlas 2009 knapp 70 Prozent der Deutschen online, aber für nur 26 Prozent der Bevölkerung sind die digitalen Medien fester Bestandteil des täglichen Lebens. Dass aber eine große Mehrheit der Deutschen nicht an den durch die digitalen Techniken

eröffnenden Möglichkeiten partizipiert, zeigt erstmals die Studie „Digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich“ der Initiative D21, für die TNS Infratest 1.014 Personen deutschlandweit befragt hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (1) (11.KW-2010)

**01: TNS Emnid-Studie: Tageszeitungen müssen sich auch im Web auf ihr Kerngeschäft konzentrieren, Journalistische Inhalte mehr gefragt als Twitter und Co.** Überraschende Ergebnisse fördert eine jetzt veröffentlichte Studie der TNS Emnid Medienforschung über die Tageszeitung im Web zutage: Nur wenige Zeitungleser, die zugleich Internetnutzer sind, legen Wert auf angebotene interaktive Online-Angebote wie den Microbloggingdienst Twitter, RSS-Feeds oder Web-TV. Vielen sind diese Zusatzservices sogar gänzlich unbekannt. Bei der Studie standen die Wünsche von Zeitunglesern an ein Online-Angebot ihrer eigenen Tageszeitung im Fokus. Dabei galt das Augenmerk der Medienforscher vor allem interaktiven und multimedialen Diensten der lokalen und regionalen Zeitungsseiten. [tns-ernid.com](http://tns-ernid.com)

## Medien

### DJV nennt Regensburger Medienschelte skandalös

Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), Berlin hat die Medienschelte des Regensburger Bischofs Gerhard Ludwig Müller gegen die Berichterstattung über die Missbrauchsfälle in der katholischen Kirche als skandalöse Polemik bezeichnet. Bischof Müller hatte am Samstag in einer Predigt im Regensburger Dom von einer

Medienkampagne gegen die Kirche gesprochen. Es werde, so Müller, "gefaucht und gezischt gegen die Kirche". Das Ziel der Kampagne sei, die Glaubwürdigkeit der Kirche zu erschüttern. Es komme darauf an, "nicht auf all diese Schalmeien wie 1941 hereinzufallen". [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (3) (11.KW-2010)

01: Auf Basis konzeptioneller Vorgaben der BLM (Bayerische Landeszentrale für neue Medien), München hat TNS Infratest in einer repräsentativen Studie das **Gewicht der Medien für die Meinungsbildung** ermittelt. Danach hat das Fernsehen mit einem Anteil von rund 40 Prozent nach wie vor das größte Gewicht, vor den Tageszeitungen mit 25 Prozent, dem Internet mit 15 Prozent, dem Radio mit 15 Prozent sowie den Zeitschriften mit einem Anteil von fünf Prozent. Die Erhebung wurde durchgeführt im Herbst 2009 bei 2.000 Personen in Privathaushalten in Deutschland. Sie ist damit repräsentativ für 67,0 Millionen Bundesbürger ab 14 Jahre. Die ermittelten Gewichte der Medien sind Teil des BLM-Modells zur Bestimmung der Relevanz der Medien in verwandten Märkten in Bezug zum Fernsehen und möglicher Schwellenwerte zur Vermutung von Meinungsmacht, die als Grundlage für die geplante Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags dienen können.

02: Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlichte am 18. März die Reichweiten der Online-Medien. In der aktuellen ma 2009 Online IV werden **Reichweiten und Strukturdaten von insgesamt 644 Online-Angeboten** ausgewiesen. 43,49 Millionen Personen ab 14 Jahren zählen laut der aktuellen ma 2009 Online IV zum weitesten Nutzerkreis des Internets (waren also innerhalb der letzten drei Monate online). Das sind mehr als 67,1

Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre. Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) erhalten die Daten der ma 2009 Online IV auf der Homepage unter [www.agma-mmc.de](http://www.agma-mmc.de). Zeitgleich zur Veröffentlichung der Reichweiten- und Strukturdaten der ma 2009 Online IV erscheinen die „internet facts 2009-IV“ der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF).

03: **NDR-Redakteur erhielt 50.000 Euro von der Damp-Gruppe München.** Der Kieler NDR-Redakteur Gerd R. hat von der Klinik- und Tourismusgruppe Damp Holding in den Jahren 2004 und 2005 nach Informationen des Nachrichtenmagazins "Focus" mehr als 50.000 Euro kassiert. Die NDR-Programmdirektion überprüft derzeit alle Sendungen, an denen R. mitgearbeitet hat. Die Staatsanwaltschaft geht dem Verdacht nach, dass R. dem Unternehmen für die mutmaßliche Schmiergeldzahlung Sendezeit im schleswig-holsteinischen Regionalprogramm angeboten hat. Unter Korruptionsverdacht steht auch Carl Hermann Schleifer, der damalige Firmenchef und ehemalige CDU-Finanzstaatssekretär des Landes. [focus.de](http://focus.de)

## Services + Tipps

### Erfolgsratgeber für Ein- und Aufsteiger in der PR-Branche

Karriereplanung heißt für Ein- und Aufsteiger in der PR-Branche meist Stochern im Nebel: Das Berufsbild ist nach wie vor nicht klar definiert, die Zugangswege sind vielfältig, die Marktanforderungen wandeln sich. Young Professionals fällt es oft schwer, gute Tipps von schlechten zu unterscheiden und sich eine eigene Meinung zu bilden. Der „Karriereguide Public Relations“ des Frankfurter PR Career Centers will hier Abhilfe schaffen. Renommiertere Experten geben darin wertvolle Tipps für die berufliche



Weichenstellung in der PR-Branche. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Umfrage mit Gewinnspiel: Das beste PR-Buch

Das Onlinemedium "PR Professional" hat eine interessante **Umfrage** unter PR-Verantwortlichen gestartet (die das "PR-Journal" hiermit gerne unterstützt): Welches sind die besten PR-Bücher der Branche? Es wurden neun besonders gefragte Werke über Öffentlichkeitsarbeit aufgelistet. Bitte schicken Sie eine Rückmeldung, welches der folgenden Bücher für Sie das beste PR-Buch ist. Falls aus Ihrer Sicht ein anderer Titel genannt werden müsste, lassen Sie es uns wissen. Es werden unter allen Einsendern fünf Exemplare des Werkes verlost, das auf Platz 1 landet. Link zur Umfrage: [www.pr-professional.de/comments\\_content.php?contentid=1135&siteid=321](http://www.pr-professional.de/comments_content.php?contentid=1135&siteid=321).

## EU-Lobbyregister: 60% der EU-Lobbyagenturen sind nicht eingetragen

Fast zwei Jahre, nachdem die Europäische Kommission ein freiwilliges Lobbytransparenzregister gestartet hat, sind 60 Prozent der professionellen Brüsseler Lobbyberatungen nach wie vor nicht dort registriert. Dies deckt eine neue Analyse unseres europäischen Netzwerks „Allianz für Lobbytransparenz und ethische Regeln im Lobbyismus“ auf. Lediglich 112 der 286 uns in der EU bekannten Agenturen und Beratungen sind bisher im Register der Kommission gelistet (39,2%). Ein niederschmetterndes Ergebnis, bedenkt man, dass die EU-Kommission nicht müde wird, die Erfolge ihres freiwilligen Registers über den grünen Klee zu loben. Die Studie ist ein weiterer Beweis dafür, dass der freiwillige Ansatz

des Registers gescheitert ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine + Tagungen

### PR 2.0 Forum - PR 2.0 & das Echtzeit-Web

Das PR 2.0 Forum am 13. April in Düsseldorf diskutiert die Herausforderungen durch das Echtzeit-Web. Im Rahmen von Vorträgen und Workshops werden das Wissen und die Ideen zu effektiven PR 2.0-Initiativen anhand aktueller Unternehmensbeispiele praxisnah diskutiert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Reputation ist mehr als Image

Nicht als „End-of-pipe“-Werkzeug, sondern als Teil der Unternehmensstrategie sieht Ulrich Nies das Reputationsmanagement. Der Präsident der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) sprach als Eröffnungsdredner des „Reputationsgipfels“ der Universität Münster. Der Berufsverband der Kommunikationsfachleute war in diesem Jahr offizieller Partner der Veranstaltung, bei dem weitere namhafte Referenten aus Theorie und Praxis ihre Konzepte und Erfahrungen präsentiert und mit mehr als 70 Teilnehmern diskutiert haben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (6) (11.KW-2010)

01: Das Motto des **22. medienforum.nrw** vom 28. bis 30. Juni in Köln lautet "Was uns lieb und teuer ist". In vier Kongresssträngen wird es aus den unterschiedlichen Perspektiven von TV, Film,

Publishing und Digital um die Fragen gehen: Welche Medien sind den Konsumenten besonders wichtig, und wie können sie finanziert werden? Auf welche Inhalte wollen Nutzer nicht verzichten, und wie kann eine möglichst hohe Qualität gewährleistet werden? Infos:

[www.medienforum.nrw.de](http://www.medienforum.nrw.de).

02: Bitte vormerken: der **7.**

#### **Kommunikationskongress** von BdP

Bundesverband deutscher Pressesprecher und dem Branchen medium "pressesprecher" findet am 23. + 24. September in Berlin statt. Die "Speakersnight" dazu gibt es am 23. September.

[www.kommunikationskongress.de](http://www.kommunikationskongress.de)

03: Der **DPRG-Arbeitskreis Interne Kommunikation** startet am 7. April mit einem **Workshop zu den Trendthemen "Social Media" und "Führungskräftekommunikation"**.

Eliza Manolagas, Managerin für Führungskräftekommunikation bei der ING-DiBa, und Frank Wolf, Managing Consultant bei T-Systems, stehen Rede und Antwort und präsentieren bewährte Beispiele aus der Praxis.

Anmeldungen bitte unbürokratisch an:

[j.kroenung@ing-diba.de](mailto:j.kroenung@ing-diba.de).

04: Beim zweiten **Thementag von AIKA**, der Allianz Inhabergeführter

Kommunikationsagenturen, dreht sich alles um das **Thema "New Business für Kommunikationsagenturen"**:

Wie positioniert man sich über innovative Leistungen? Wie selektiere ich Prospektivkunden bedarfsbezogen? Welche Rolle spielt die innere Einstellung der Agenturinhaber für den Akquise-Erfolg? Wie mache ich die Einkaufsabteilungen zu meinen Verbündeten? Diese und weitere Fragen werden von Experten am 23. April 2010 in Hamburg erörtert. Infos:

[www.aika.de/aika/veranstaltungs-kalender](http://www.aika.de/aika/veranstaltungs-kalender).

05: Unter dem Titel "**Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues**

**Kommunikationszeitalter?"** startet **news aktuell** seine **neue media coffee-Reihe** in fünf deutschen Großstädten. Start ist am 14. April in Hamburg. Danach geht's nach Frankfurt am Main, München, Köln und Berlin. Themen + Fragen: Das tägliche Leben organisieren wir online: Urlaub und Shopping, Information und Kommunikation u.v.m. Offen bleibt: Wer wird in Zukunft über Meinungsmacht verfügen? Ersticken wir im Informations-Overkill? Kann das Internet die komplizierte Welt von Morgen für uns strukturieren? Anmeldung über: [www.mediacoffee.de](http://www.mediacoffee.de).

06: zwei PR-Profis diskutieren über

#### **Anforderungen an eine zeitgemäße PR-Ausbildung:**

Andreas Severin, Gründer und Mitgesellschafter von crossrelations (GPRA), und Martin Zimmermann, zuletzt Leiter Kommunikation Volkswagen Nutzfahrzeuge. "Was braucht man für die PR-Karriere?" Die Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation (**DAMK**) veranstaltet Podiumsdiskussion und Info-Abend am 25. März ab 19 Uhr in der FH Düsseldorf. Info: [www.damk.de](http://www.damk.de).

## Ausbildung + Seminare

### Ausbildung compact (1) (11.KW-2010)

01: **Corporate Publishing ist das Thema eines AFK-Trainings** am 20. und 21. April in Oberursel/Ts.. Die Teilnehmer erfahren, wie sie Mitarbeiter- und Kundenzeitschriften entwickeln und umsetzen oder bestehende CP-Medien optimieren. Sie erstellen Redaktionskonzepte und professionalisieren ihr redaktionelles Können. Infos: [www.afk-online.com](http://www.afk-online.com)

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über... falsche Argumente in der Klima- und Energiediskussion



Guten Tag! Die ersten frühlingshaften Tage werden es nicht verhindern, daß es vielen Klimaforschern und Kämpfern für Erneuerbare Energien kalt über den Rücken laufen wird;

denn sie werden ihre Geldquellen versiegen sehen, weil ihre Argumentation zum großen Teil zusammenbricht.

Die These, das umweltschädliche Erdöl wird bald ausgehen und durch Erneuerbare Energien ersetzt werden muß, war nie zu halten, weil laufend neue Vorkommen entdeckt werden. In den letzten Jahren sind die Erdölreserven, trotz des zusätzlichen Bedarfs vor allem von Schwellenländern, nicht gesunken. Außerdem wird inzwischen im großen Stil Shale-Oil erzeugt, das heißt Öl aus Schiefer, und das wird vor allem in Kanada gewonnen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Pfeffer & Salz & Senf

### „Kampagne“ als Unwort des Jahres

Was einst einen militärischen Feldzug beschrieb, in Köln und Mainz und anderen (Möchtegern-)Hochburgen des Karnevals alljährlich den Frohsinn organisiert, verkommt in diesen Wochen zum Schimpfwort: Das Subjekt „Kampagne“.

Bundesaußenminister Guido W. sieht sich als Opfer einer Kampagne, die Kirche und der „Heilige Vater“ mit seinen Betbrüdern und Betschwestern desgleichen. Zwanziger entkam der angeblichen, Schiedsrichter stecken noch

drin, Pechstein glaubt sich ihr eventuell gerade entkommen. Und welchen Wortes bedienen sich PR-Strategen bei ihrem Versuch, Überlegungen zu systematischer Überzeugungsarbeit eine Überschrift zu geben. Na, Sie wissen schon... [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

### Angebote (41)

#### Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

#### Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

## Agenturen

Erfahrener PR-Berater (m/w) gesucht, Essen

(Junior-) Berater/in klassische & digitale PR (Social Media), Frankfurt

Hamburg – Oldenburg Kommunikation sucht PR-Berater/in

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

## Medien

Redakteur/in gesucht, Leipzig

## Unternehmen

PR-Volontariat – IBM Deutschland Research & Development GmbH, Böblingen bei Stuttgart - Beginn: Mai 2010

Senior Manager Communication Services (m/w) für die B. Braun Melsungen AG

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

Freiberufliche Redakteure/-innen, Bonn

Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit (20 Wochenstunden), Berlin

## Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

---

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 22. März 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.647 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.