

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 240 / 12. KW 2010

Seite 1

Kommentar: Talkshow-Dauergäste - Klappe halten!

(nsb) Dies ist ein Hilferuf. Ich würde ja gerne abschalten, aber ich darf es nicht. Als Mitgestalter in der Medienwelt muss ich hinschauen. Und was ich sehe, erzeugt immer stärkere Übelkeit. Ich kann sie nicht mehr hören. Und noch weniger sehen. Sie sind einfach nur grauenvoll, diese Talker. Es sind ja immer dieselben – bei Will, bei Maischberger, bei Pläßberg & Co. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wissenschaftskommunikation im Wandel

*Fink & Fuchs Public Relations,
Wiesbaden/München: Interview mit Alexander
Gerber, Leiter der Kommunikation des
Fraunhofer-Verbunds, Berlin*

Im einem Land, das seinen Wohlstand zu weiten Teilen dem Erfindungsreichtum seiner Forscher und Ingenieure verdankt und dessen wichtigste

Ressourcen in den Köpfen der Menschen lagern, sollte das Thema Wissenschaftskommunikation eine herausragende Rolle spielen. Doch klassische Medien tun sich nach wie vor schwer damit, das Thema Forschung wirklich ernst zu nehmen. Es gilt ja nicht nur, Forschungsergebnisse zu verbreiten. Vielmehr muss für neue Technologien frühzeitig bei Politik, Wirtschaft und NGOs sowie natürlich in der breiten Bevölkerung Akzeptanz geschaffen werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Profis halten Evaluation für wichtig. Umsetzung zeigt aber große Defizite

In der Bewertung waren sich die Befragten einig: 90 Prozent der Teilnehmer sind der Ansicht, dass Evaluationen in der Kommunikation ein wichtiges Thema sind.

Die Realität löst dies allerdings nicht ein: Bei rund der Hälfte der Befragten lag der Anteil der Kommunikationsprojekte, die in Unternehmen bzw. in Agenturen evaluiert werden, bei deutlich unter 50 Prozent. Jedoch geben fast 20 Prozent der Befragten an, dass mehr als 80 Prozent ihrer Kommunikationsprojekte evaluiert werden. Es stellt sich heraus, dass lediglich bei der Hälfte die Evaluierung auch wirklich Einfluss auf die Steuerung und Optimierung ihrer Kommunikationsarbeit hat. Bei weiteren 30 Prozent ist dies immerhin gelegentlich der Fall. Dies zeigt eine aktuelle Umfrage des PR-Barometers (www.pr-barometer.de), an der sich knapp 300 PR-Profis beteiligt haben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Die Stärke der PR nutzen – zum Beispiel für Werbung

Warum viele alte Kommunikationsmechaniken immer weniger funktionieren und warum es Agenturen mit Gespür für Themen braucht. *Thesen von Mirko Kaminski, CEO von achtung! (GPRA), Hamburg.*

Die Zahl der Kommunikationskanäle explodiert. Und immer mehr Kanäle sind textorientiert – z. B. Word-of-Mouth, Twitter, SMS, Foursquare, E-Mail, Facebook.. Zwar führen die Infos und Nachrichten zuweilen zu Bildern und Grafiken, aber die erste Berührung erfolgt durch das Wort. Die in der Werbung bislang bewährte unmittelbare Kombination aus Headline und Visual wird deshalb hier künftig – auch wenn der Prozess langsam vorstatten geht – immer weniger eine Rolle spielen und funktionieren. [Hier online weiterlesen.](#)

Personalien

BR-Intendant Thomas Gruber scheidet vorzeitig aus, Nachfolger Ulrich Wilhelm?

Thomas Gruber (67), Intendant des Bayerischen Rundfunks, hat heute (25. März 2010) den Rundfunkrat darüber informiert, dass er vom vertraglichen Recht auf vorzeitige Kündigung Gebrauch macht. Er legt sein Amt mit Wirkung zum 31. Januar 2011 nieder. Von ganz wesentlicher Bedeutung sei für ihn gewesen, dass der BR in naher Zukunft vor einer ganzen

Reihe von sehr tief greifenden, grundsätzlichen Weichenstellungen stehe, so Gruber weiter. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (23) (12.KW-2010)

AGENTUREN:

01: Zwei neue Gesichter bei Prime Communications in Zürich (CH): **Catharina Bujnoch** (46) kommt als Redakteurin und Beraterin zum Corporate Communications-Team, wo sie als Projektleiterin verschiedene Unternehmen betreut. Zuvor hat sie als Senior Consultant Corporate Communications in der Swisscom Group gearbeitet. **Martina Peyer** (34) verstärkt ebenfalls das Corporate Communications-Team als Redakteurin und wird als Beraterin für Agentur-Kunden tätig. Zuvor war sie für die interne Kommunikation Corporate & Institutional Banking Schweiz bei der UBS verantwortlich.

02: Zwei Neue bei der Offenbacher Agentur Cosalux: **Michael Hauschild** kommt aus Neuseeland, um als Spezialist für Digital Marketing und Projektmanager Kunden mit strategischer Kommunikationsberatung zu betreuen. Aus dem BBDO- und Proximity-Netzwerk bringt er die entsprechenden Erfahrung in digitaler Markenführung mit. **Wolfgang Kraus** kommt als Projektmanager für Text, Konzeption und Projektkoordination neu zu Cosalux. Zuvor hielt er bei Kunst-Buch Dr. Kalusche als Stellv. Geschäftsführer die Zügel mit in der Hand.




03: **Jan Endler** (34) unterstützt die Agentur Raike Kommunikation (GPRA) in Hamburg im Bereich Immobilien und Finanzen. Er arbeitete als freier Lektor für Wissenschaftsverlage und war mehr als sieben Jahre in der PR-Beratung von Faktor 3 tätig. Bereits seit Ende 2009 ergänzt **Eva-Maria Kruse** (25) das Beratungsteam, nachdem die studierte Medienwirtin ihr Volontariat bei PReventas Hamburg erfolgreich beendet hatte.

04: **Judith Allert** (28) unterstützt das Team der Agentur Bonne Nouvelle in Bonn, sie wird insbesondere die Bereiche Consumer- und Produkt-PR aufbauen und diese mit Sozialkommunikation verknüpfen. Zuvor absolvierte die Geisteswissenschaftlerin ein Volontariat in Bremen und betreute Kunden aus dem Mode- und Lifestyle-Bereich.

05: **Penny Cross** (47) berät ab April 2010 als Director Kunden von College Hill in Frankfurt am Main und baut das Beratungsfeld Kapitalmarkt-kommunikation in Deutschland weiter aus. Die erfahrene Beraterin und studierte Sprachwissenschaftlerin war zuvor als Interims-Managerin und freie Beraterin tätig.

06: **Swantje Becker** (32) verstärkt die Hamburger Agentur ad publica als Account Managerin für den Kunden Technogym. Sie hat zuvor Erfahrungen in anderen Hamburger PR-Agenturen gesammelt, vor ihrer Tätigkeit als PR-Beraterin arbeitete sie bei renommierten Redaktionen.

07: **Claudia Kammerer** (41) kommt neu in das Berater-Team von Möller Horcher PR in Offenbach. Die gelernte Fremdsprachenkorrespondentin arbeitete zuvor unter anderem als freie Redakteurin und bei der Nachrichtenagentur AP (Associated Press).

08: **Manuela Schöpfer** (26) übernimmt die Position der Pressereferentin der Münchner PR-Agentur F&H Porter Novelli. Sie ist seit 2008 als PR-Beraterin bei F&H tätig und arbeitete zuvor für die Agentur ikp PR & Lobbying, dem österreichischen Porter Novelli (Omnicom Group) Netzwerk-Partner. Schöpfer folgt auf **Bianca Veth** (33), die nach über vier Jahren Tätigkeit die Agentur verlässt, um auf Unternehmensseite zu wechseln.

UNTERNEHMEN:

09: **Cornelia Camondo** (31) ist Head of Communications & PR bei RIH Ring International Holding in Wien (AT). Sie war in den letzten elf Jahren in Wien in den Bereichen Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sowie im Verlagswesen tätig, zuletzt bei Silberball, Agentur für integrierte Kommunikation, als Etat Director und Senior Client Service.

10: **Bert Büllmann**, bisher als Director of Publicity and Corporate Communications von Warner Bros Pictures Germany und Warner Home Video Germany, wird am 1. April Executive Director of Marketing, New Releases. In dieser Position ist er

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!

der Nachfolger von **Katja Struwe**, die den Filmkonzern nach acht Jahren verlässt.

11: **Ruprecht Brandis** (52) ist seit 1. Januar Director External Affairs der Deutschen BP und leitet seitdem die Hauptstadt-Repräsentanz des Öl- und Energieunternehmens. Er ist Nachfolger von **Jürgen Cuno**, der zum Jahresende 2009 in den Ruhestand getreten ist. Brandis ist seit Januar 2004 Senior Political Advisor im Berliner BP-Büro und war zuvor Partner einer Rechtsanwaltskanzlei und bis 1998 Leiter des Referates für Industrie- und Energiepolitik im Bundeskanzleramt.

12: **Thomas Mayer** (51), bisher Finanzvorstand bei Solar Millennium in Erlangen wird Vorstandssprecher des Unternehmens, damit verantwortet er die Bereiche Finanzen, Public Relation, Marketing und Personal. Dem neuen Vorstand gehört außerdem **Henner Gladen** (47), zuständig für den Bereich Investor Relations, an. Der bisherige Vorstandssprecher **Utz Claassen**, früherer Chef des Energieversorgers EnBW, war vor gut einer Woche überraschend vom Vorstandsvorsitz zurückgetreten, den er erst Anfang des Jahres übernommen hatte.

13: **Anja zum Hingst** (45), seit 2007 Leiterin Kommunikation im Spiegel-Verlag, verantwortet ab dem 1. April zusätzlich die Werbeabteilung des Hamburger Unternehmens. Sie übernimmt diese Aufgabe von Werbeleiter **Christoph Hellerung** (39), der als Geschäftsführer zu

Harenberg Kommunikation Verlags und Medien wechselt. **Sabine Kreckler** (47) unterstützt die neue Abteilung Kommunikation und Werbung ab 1. April als stellvertretende Leiterin Werbung. Sie war zuletzt Objektleiterin für diverse Titel aus dem Spiegel-Verlag.

14: **Helena Seppelfricke** (30) ist seit Januar Pressesprecherin bei Lego Central Europe und spricht somit in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie übernimmt die Position von **Katharina Sutch**, die zum PR & Communications Director Lego Central Europe befördert wurde und nun die Verantwortung für das siebenköpfige Communications-Team trägt. Seppelfricke ist bereits seit Mai 2007 in der Pressestelle in Grasbrunn bei München tätig, zuvor hat sie u.a. bei Kraft Foods Deutschland und Johnson & Johnson erste PR-Erfahrung gesammelt, bei Edelman bekam sie mehrere Jahre Agenturerfahrung

15: **Patrick Helmes** (42) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei NetCologne in Köln. Der Jurist ist seit dem Jahr 2000 im Unternehmen tätig und leitet seitdem die Stabsstelle Recht und Regulierung, die jetzt um den Aufgabenbereich Unternehmenskommunikation erweitert wurde. **Judith Schmitz** (44) ist ab sofort neue Ansprechpartnerin für die Presse. Sie ist ebenfalls seit dem Jahr 2000 im Unternehmen tätig und bearbeitete bisher die Arbeitsbereiche Sponsoring und Kooperationen sowie die interne Kommunikation. Auch sie behält ihre bisherigen Aufgaben bei.

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!

16: **Romain Meyer** wird neuer Pressesprecher der luxemburgischen Eisenbahngesellschaft CFL. Der Journalist, der bisher stellvertretender Chefredakteur der Zeitschrift "Revue" war, löst **Raymond Schanen** ab, der Generalsekretär der Gesellschaft wird. Meyer war zuvor bereits Pressesprecher des Thermalbads Mondorf und der vormaligen Berufskammer der Privatangestellten.

17: **Stephan Feldhaus** wird am 1. August zum Leiter Group Communications und Mitglied der erweiterten Konzernleitung der Roche Gruppe in Basel (CH) ernannt. Der studierte Theologe besitzt mehr als 15 Jahre Erfahrung im Bereich Kommunikation und war zuletzt bei Siemens tätig, wo er Kommunikationsfunktionen in verschiedenen Geschäftseinheiten und in der Konzernzentrale inne hatte. Er folgt auf **Per-Olof Attinger**, der am 1. Juni Leiter CEO Office und Sekretär der Konzernleitung wird.

18: **Michael Schweitzer** (35) kommt am 6. April 2010 zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Volvo Car Germany nach Köln, um dort die Produkt-Kommunikation und elektronische Medien zu verantworten. Er kommt vom Nissan Center Europe, wo er von 2002 bis 2009 innerhalb der Presseabteilung für die Produkt- und Lifestyle-Kommunikation zuständig war und zuletzt im Bereich Marketing eingesetzt wurde.

MEDIEN:

19: **Elisabeth Noelle-Neumann** (93), die Gründerin des Instituts für Demoskopie in Allensbach, ist tot. Das erste deutsche Meinungsforschungsinstitut hatte sie 1947 zusammen mit ihrem Mann, dem CDU-Abgeordneten und Journalisten Erich Peter Neumann, gegründet. Unter ihrer Leitung wurde zudem der Lehrstuhl für Publizistikwissenschaft an der Universität Mainz zu einem Zentrum empirisch-analytischer Medienforschung.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

20: **Barbara Horvath-Piroska** (38) übernimmt mit 1. April die Leitung des Büros für Kommunikation und Information der Diözese Eisenstadt (AT). Sie folgt auf **Ana Schoretits**, die in Pension gegangen ist. Horvath-Piroska war bisher u.a. in der burgenländischen Landesverwaltung und als freiberufliche Mitarbeiterin bei der Eisenstädter Kirchenzeitung tätig.

21: **Dieter Pool** (56), Leiter Public Relations beim Kinderhilfswerk Unicef Deutschland in Köln wechselt zum 1. April zu Brot für die Welt/Diakonie Katastrophenhilfe nach Stuttgart. Er wird dort die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit leiten. Ein Nachfolger für Pool beim Kinderhilfswerk steht noch nicht fest. politik-kommunikation.de

POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Susanne Gorgs-Mager** (44) ist neue Pressereferentin und Leiterin der Abteilung Bürgerservice und Öffentlichkeitsarbeit im Fachbereich Zentrale Verwaltung und Finanzen der Stadt Schramberg. Sie tritt am 12. April die Nachfolge von **Brigitte Maute** an, die zur Stadt Rottweil wechselte.

23: **Stefanie Winkelkemper** (31) ist seit 15. März stellvertretende Pressesprecherin der Grünen. Damit folgt Winkelkemper auf **Melanie Haas**, die seit 1. Januar Büroleiterin von Grünen-Chefin Claudia Roth ist. politik-kommunikation.de

Etats

Deutsche Post DHL kommuniziert mit neuem Agenturportfolio

Der Logistik-Dienstleister Deutsche Post DHL in Bonn bestätigt die Vergabe von neuen Agentur-Etats:

- In der Finanzkommunikation setzt man künftig auf Hering Schuppener in Düsseldorf, die die Deutsche Post DHL international als Meinungsführer und "Investment of Choice" positionieren sollen.

- Die interne Kommunikation vertraut man G+J Corporate Editors in Hamburg an, mit dem Ziel, den Informationsaustausch mit den Mitarbeitern zielgruppenspezifischer und dialogorientierter auszurichten.

- Die beiden langjährigen Agenturpartner Medienfabrik, eine Bertelsmann-Tochter in Gütersloh und TheBlueBallroom, eine englische Agentur für Textgestaltung in Farnham (GB), bleiben im Bereich Corporate-Publishing bestehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (21) (12.KW-2010)

01: Stil-inside, Herford

was: *PR-Etat*

an: **PresseDesk**, Berlin

02: it-novum, Fulda

was: *Pressearbeit*

an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

03: Initiative "no abuse in internet" (naiin), Berlin

was: *Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PresseDesk**, Berlin

04: McDonald's Deutschland, München

was: *PR-Kampagne für McWraps*

an: **Print Communications Consultants**, Unterhaching/München

05: Singlereisen.de, Offenburg

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

06: The Good Karma Philosophy Kids (tgkp Kids), Berlin

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **sieben&siebzig**, Berlin

07: Barbados Tourism Authority, Frankfurt am Main

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*

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

08: Hormocenta Kosmetik, Hamburg

was: *klassische Produkt- und Marken-PR sowie Kooperationen*

an: be: **public relations**, Hamburg

09: Michalsky Holding, Berlin

was: *Kündigung des PR-Etats, PR wird zukünftig inhouse gemacht*

an: **Press Factory**, Berlin

10: Initiative Chancen für alle, Hamburg

was: *interdisziplinären Kampagne für die Hamburger Schulreform*

an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

11: Kempinski, München

was: *PR-Kampagne für das Kempinski Nile Hotel Garden City Cairo*

an: **Stromberger PR**, München

12: Baicyclon by bagjack, Berlin

was: *klassische PR-Arbeit mit Schwerpunkt Lifestyle- und Fashion-Medien*

an: **Pomplunspanier**, Berlin

13: Infirmarius, Göppingen

was: *Gesamtetat für die umfassende strategische Kommunikationsbetreuung*

an: **Wächter & Wächter. Worldwide Partners**, München

14: Wei-Wasser, Heidelberg

was: *Pressearbeit und PR-Strategie für den bundesweiten Launch der Marke*

an: **position institut für kommunikation**, Köln

15: Sinziger Mineralbrunnen, Sinzig/Eifel
was: *Kommunikation zur Frühjahrspromotion-Kampagne "Sinziger Himmelsmenü"*
an: **K1 Gesellschaft für Kommunikation**, Köln

16: Pernod Ricard Deutschland, Köln
was: *CSR-Kampagne in Strategie, PR und Pressearbeit gegen Alkohol in der Schwangerschaft*
an: **Bonne Nouvelle - Unternehmenskommunikation**, Bonn

17: Regionalmanagement Erzgebirge, Annaberg-Buchholz
was: *strategische Beratung der Öffentlichkeitsarbeit für die externe Unternehmenskommunikation*
an: **4iMedia Strategie & Beratung**, Leipzig

18: Agila Haustierversicherung, Hannover
was: *Kommunikation der Produkte Gesundheitspass, OP-Kosten-Schutz und Tierhalterhaftpflichtversicherung*
an: **Borgmeier Public Relations**, Delmenhorst

19: Initiativkreis-Ruhr, Essen
was: *Kommunikationsidee, Konzeption und Umsetzung der Kommunikations-Strategie für InnovationCity Ruhr*
an: **Medienbüro Thomas Hüser**, Essen

20: Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe (BBK), Bonn
was: *Pressarbeit für eine Medienkampagne, die sich gezielt an Bürgerinnen und Bürger mit Migrationshintergrund richtet*
an: **Sturat Kommunikation**, Köln

21: transavia.com, Amsterdam Schiphol (NL)
was: *Österreich-Etat für klassische PR und Online-PR für die Flugstrecke Innsbruck-Amsterdam*
an: **Re'public Public Relations**, Berlin

Branche

Porter Novelli mit zwei PRWeek Awards 2010 ausgezeichnet, alle Preisträger im Überblick

Porter Novelli, Kommunikationsnetzwerk und Unternehmen der Omnicom Group, wurde mit zwei PRWeek Awards in den Kategorien "Beste Kampagne im öffentlichen Sektor" und "Beste Nutzung von Forschung und Maßnahmen" ausgezeichnet. Deutschlandsitz des Agenturnetzwerkes ist F& H Porter Novelli in München. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Studie: Die Krisen-PR deutscher Verbände

Eine neue Studie der Internationalen Forschungsgruppe Krisenkommunikation an der TU Ilmenau untersucht die Krisen-PR deutscher Verbände. Erfahrungen mit Krisen, die Vorbereitung der Öffentlichkeitsarbeit auf Krisen, die Rolle des Internets in Krisen und die Voraussetzungen für erfolgreiches Management der Krisenkommunikation standen im Mittelpunkt der Studie. Sie ist mit bundesweit 122 Teilnehmern die bislang umfangreichste und repräsentativste Befragung von PR-Verantwortlichen zur Krisenkommunikation in deutschen Verbänden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (6) (12.KW-2010)

01: **Grayling**, die weltweit zweitgrößte unabhängige PR-Agentur, **ist neuer Partner der European Communication Monitor Studie 2010**. Die zum vierten Mal in Folge jährlich durchgeführte Studie beleuchtet entscheidende Aspekte im Bereich

Kommunikationsmanagement. Die Teilnahme in diesem Jahr ist noch bis zum 31. März 2010 möglich (www.communicationmonitor.eu). Initiiert wurde das Forschungsprojekt 2007 gemeinschaftlich von elf Professoren renommierter Hochschulen auf dem Gebiet der Kommunikation und wendet sich an PR-Führungskräfte aus Unternehmen, Agenturen, Organisationen und staatlichen Einrichtungen. Die Online-Befragung wird unter dem Dach von European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA) und European Association of Communication Directors (EACD) durchgeführt.

02: noble kommunikation und Faber TouristikConsulting.de zwitschern zusammen. Ihr Know-How bündeln die auf Kommunikation in der Reisebranche spezialisierte PR-Agentur noble kommunikation, Neu-Isenburg, und der Social Media-Touristik-Experte Michael Faber, Faber TouristikConsulting.de in Frankfurt am Main. Gemeinsam bieten sie den Kunden der Agentur und Neukunden aus der Touristik Beratungs- und Kommunikationsleistungen 2.0, die klassische Öffentlichkeitsarbeit mit den Neuen Medien verbinden.

03: ergo Kommunikation (GPRA), Köln hat das Geschäftsjahr 2009 mit einem zufriedenstellenden Ergebnis abgeschlossen. Trotz Umsatzrückgang schrieb die inhabergeführte Kommunikationsberatung schwarze Zahlen. Das Honorarvolumen sank auf 5,2 Millionen Euro (2008: 6,5 Millionen Euro), der Gesamtumsatz lag bei 6,2 Millionen Euro (2008: 9 Millionen Euro). "In einem schwierigen Umfeld, das von den Folgen der Wirtschaftskrise massiv geprägt war, haben wir uns gut behauptet", sagt Hans Ulrich Helzer, geschäftsführender Gesellschafter von ergo Kommunikation. Für 2010 erwartet ergo wieder ein starkes Wachstum.

04: east end communications in Hamburg verzeichnet wieder erhöhte Nachfrage für Live-Kommunikation. Mit Optimismus ist das

Team um Geschäftsführer Oliver Golz ins neue Jahr gestartet. Der Aufwärtstrend, der sich im letzten Quartal 2009 abzeichnete, hält an. Insgesamt rechnet Oliver Golz auch im zweiten Quartal mit einer steigenden Nachfrage für Live-Kommunikation, innerhalb der Branche aber auch mit immer kürzeren Konzeptions- und Umsetzungsphasen.

05: Als eine der ersten PR-Agenturen bundesweit hat die Aufgesang Public Relations GmbH das VDWA-Siegel erhalten. Sie gehört somit zu den derzeit 52 Werbe- und Kommunikationsagenturen, deren Leistungsspektrum, Beratungsqualität und betriebswirtschaftliche Kennzahlen den strengen VDWA-Richtlinien entsprechen. Das Verzeichnis deutscher Werbeagenturen (VDWA) bietet mit seiner Zertifizierung potenziellen Kunden eine hilfreiche Orientierung bei der Auswahl des passenden Partners.

06: Kundenzufriedenheit durch gezielte und wirkungsvolle Maßnahmen: Bereits zehn Jahre lang ist das die Prämisse der Neusser PR- und Marketing-Expertin Anita Gilges. Mit großem Erfolg beweist die Geschäftsführerin der Kommunikations-Agentur **Blue Moon Communication Consultants** seit der Gründung im Jahr 2000, dass Zuverlässigkeit, Flexibilität gepaart mit kommunikativer Kompetenz auch in kritischen Zeiten gefragt sind. Zu Beginn des Millenniums wurde der „Blaue Mond“ von der Agentur-Chefin in Düsseldorfer Büroräumen ins Leben gerufen. Heute beschäftigt Gilges am Standort Neuss 15 feste Mitarbeiter und koordiniert ein internationales Agenturnetzwerk in 22 Ländern.

Social Media + Web 2.0

PR-Debakel? Greenpeace vs. Nestlé und was die PR-Branche dazu sagt

Derzeit ist die Kommunikationssituation des Lebensmittelkonzerns Nestlé nicht sonderlich

bequem. Auslöser ist ein Videospot der Organisation Greenpeace im Internet. Darin wird der Claim "Have a Break, have a Kit-Kat" so umgewandelt, dass ein pausierender Büromensch in einen Blut spritzenden Affenfinger beisst, anstatt in einen leckeren Schokoriegel. Damit soll Nestlé angeklagt werden, sich durch die Verwendung von Palmöl an der Rodung indonesischer Urwälder und damit am Aussterben der Orang-Utans zu beteiligen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Journalismus 2.0: Echtzeit statt Echtheit?

Soziale Netzwerke sind die neue Aktionsbühne für das Volk. Während der Konsument sich der digitalen Revolution voll und ganz hingibt, sind Qualitätsmedien längst nicht so weit. Sie sehen sich auf der Suche nach profitablen Online-Geschäftsmodellen als Konkurrenz. Dabei sollten sie vielmehr gemeinsam gesellschaftspolitische Verantwortung übernehmen, so der ZDF-Intendant Markus Schächter an den Mainzer Tagen der Fernsehkritik. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BVDW veröffentlicht Social Media-Leitfaden für Unternehmen und Mitarbeiter

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Düsseldorf veröffentlichte am 30. März einen Leitfaden mit zehn Tipps für den geschäftlichen Umgang im Social Web. Die Handlungsempfehlungen der Fachgruppe Social Media im BVDW sprechen Unternehmen sowie beschäftigte Mitarbeiter an und dienen als Grundlage für individuelle Unternehmensrichtlinien. Inhaltlich aufgegriffen werden Themen wie der Umgang in Social Media

mit internen Informationen, öffentlicher Kritik am eigenen Unternehmen und über Kunden, Auftraggeber und Partner sowie das Verhalten in Social Media in kritischen Unternehmenssituationen. Erhältlich ist der BVDW Leitfaden „Social Media Richtlinien – 10 Tipps für Unternehmen und ihre Mitarbeiter“ kostenlos [hier auf der Website](#) des BVDW.

Social Media compact (1) (12.KW-2010)

01: **Das Internet wird intensiv für die Kontaktpflege im Job genutzt.** 61 Prozent der erwerbstätigen Internetnutzer haben im Web bereits neue berufliche Kontakte geknüpft. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM ergeben. Dabei wurden vom Marktforschungsunternehmen ARIS Umfrageforschung 1.000 Personen befragt. „Für den Aufbau und die Pflege von beruflichen Kontakte ist das Internet inzwischen ein bedeutendes Medium“, sagte BITKOM-Präsident August-Wilhelm Scheer. Ähnlich erfolgreich wird das Internet bei der Suche nach neuen Kunden eingesetzt. 55 Prozent der berufstätigen Internetnutzer geben an, dass sie per Internet neue Kunden gewonnen haben. [bitkom.org](#)

Medien

DFJV- und FU-Studie: Verlage nutzen Wirtschaftskrise f. Redaktionsumbau

Seit Jahren leiden Zeitungen und Zeitschriften unter stark rückläufigen Auflagen und Werbeeinnahmen. Insbesondere junge Lesergruppen und mit ihnen die Anzeigenkunden wenden sich von den Printmedien ab. Vor diesem Hintergrund haben viele Verlage die Wirtschaftskrise genutzt, um

weitreichende strategische Maßnahmen zu ergreifen: Anzeigen-, Vertriebs- und Herstellungsabteilungen wurden zentralisiert oder ausgelagert. Entscheidender noch: die betriebswirtschaftlichen Maßnahmen haben die Struktur vieler Redaktionen erfasst. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klappe: Hornbach Spot "Hymne" mit drei Mal Gold und ein Mal Silber

Seit 30 Jahren und zum vierten Mal in Hamburg, zeichnet der Kommunikationsverband die beste kommerzielle Bewegtbild-Kommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz aus. Von den 327 eingereichten Arbeiten, darunter auch 60 Skripte von Nachwuchsteams, votete die Klappe-Jury 76 Arbeiten auf die Shortlist. Mit einer Klappe, und dadurch mit Kreativpunkten, wurden insgesamt 35 Arbeiten (11%) ausgezeichnet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

17. Internationaler Sponsoring Award in Hamburg vergeben

Der Fachverband für Sponsoring FASPO hat am 25. März 2010 die besten Sponsoringprojekte des Jahres 2009 mit dem 17. Internationalen Sponsoring Award ausgezeichnet. Die Preise wurden im Rahmen der Fachtagung Sponsoring Summit in den Räumen der Handelskammer Hamburg vergeben. Der FASPO ist die zentrale Interessenvertretung der Sponsoringbranche in Deutschland, Österreich und der Schweiz, mit Sitz in Hamburg und Winterthur. Die Bewertung erfolgte durch eine neutrale, internationale Fachjury. Bewertet wurden Planung, kreative Umsetzung, Realisation, Leistungs- und Wirkungskontrolle sowie der innovative Ansatz. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zetsche, Ackermann und Winterkorn mit bestem Image bei leitenden Wirtschaftsjournalisten

Dieter Zetsche/Daimler, Josef Ackermann/Deutsche Bank und Martin Winterkorn/VW haben bei Wirtschaftsjournalisten unter den CEOs der DAX30-Gesellschaften und weiterer deutscher Großunternehmen das höchste Ansehen. Dies ist das Ergebnis einer Umfrage des Heroldsberger Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin unter 50 leitenden Wirtschaftsjournalisten im März 2010. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Welle: Aufgabepanung 2010 - 2013 + 1. Evaluationsbericht

Die Deutsche Welle will künftig noch mehr als bisher mit öffentlich-rechtlichen und kommerziellen Medienunternehmen kooperieren. Das sagte der Intendant des deutschen Auslandsrundfunks, Erik Bettermann, am 29. März in Berlin vor Journalisten. Bei der Vorstellung der Aufgabepanung des Senders für die Jahre 2010 bis 2013 lud der Intendant die ARD-Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio, privatwirtschaftliche Medienunternehmen und Institutionen ein, gemeinsam mit der DW ihren Beitrag zu leisten, die Wahrnehmung Deutschlands in der Welt zu verbessern. dw-world.de
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (6) (12.KW-2010)

01: Der Norddeutsche Rundfunk (NDR) hat mit sofortiger Wirkung **Gerd Rapior, Fernsehredakteur im NDR Landesfunkhaus Schleswig-Holstein, vom Dienst suspendiert** und prüft eine fristlose Kündigung. Grund des Vorgehens sind gravierende Verstöße des Mitarbeiters gegen arbeitsrechtliche Bestimmungen und Interessen des

NDR. Dabei handelt es sich um nicht genehmigte Nebentätigkeiten und um sogenannte Medientrainings. Diese Verstöße hat Gerd Rapior gegenüber dem NDR eingeräumt. Den Vorwurf der Bestechlichkeit weist er zurück. abendblatt.de

02: Der Berliner Medienanwalt Christian Schertz hat der Staatsanwaltschaft eine öffentliche Zurschaustellung von Jörg Kachelmann vorgeworfen. "Mir ist kein Fall in der deutschen Pressegeschichte bekannt, wo es die Justiz ermöglicht hat, dass ein bloßer Beschuldigter vor laufenden Kameras in eine grüne Minna weggeschlossen wurde", kritisierte Schertz in einem Gespräch mit der Deutschen Presse-Agentur dpa. "Der Staat hat eine unbedingte Schutzpflicht, auch für den Beschuldigten, dass er nicht ohne Not in einer für ihn unwürdigen Situation abgebildet wird." Das Vorgehen erinnere an den Fall des früheren Postchefs Klaus Zumwinkel, der vor laufenden Kameras festgenommen worden sei, da die Medien zuvor darüber informiert waren, meinte Schertz.

03: Zum "Lead-Magazin des Jahres" wurde der "Spiegel" bestimmt, auf dem zweiten Platz landete die Fußballzeitschrift "11 Freunde", gefolgt vom Modetitel "Vogue". "Der Spiegel ist sympathischer, zeitgemäßer, aufgeräumter und zugänglicher als früher", begründete der Vorsitzende der Lead-Academy, Markus Peichl, die Preisvergabe. Die journalistische Krise, in der er eine Zeit lang gesteckt habe, sei überwunden. "Für die Jury war entscheidend, dass der "Spiegel" unter Georg Mascolo und Mathias Müller von Blumencron nicht mehr so überheblich und besserwisserisch daherkommt", sagte Peichl. "Er hat an Arroganz verloren - und gleichzeitig an Relevanz gewonnen." news.magnus.de

04: Im britischen Sender BBC 1, Format: Panorama, hat am 24. März eine Dokumentation über die „bittere Wahrheit

über Schokolade und Kinderarbeit“ in Afrika gesendet. Das Delikate daran: Das Team hat Kinderarbeit ausgerechnet auf Fairtrade-zertifizierten „Farmen“ gefunden, obschon Fairtrade immer abgestritten hat, dass es das bei ihnen missbräuchliche Kinderarbeit (auch Kindersklavenarbeit) geben könnte und dass ausschließlich Fairtrade in der Lage sei, einen kinderarbeitfreien Kakaoanbau sicherzustellen. Die BBC-Recherchen brachten zumindest andere Realitäten zutage. In einem weiteren Fall wird gezeigt (Elfenbeinküste), dass wieder Kinder beim Kakao-Ernten helfen und nicht zur Schule gehen können (was Fairtrade auch immer ausschloss). Es bleibt auch unklar, wem die Verstöße im Ghana-Fall aufgefallen waren. Immerhin besuchte die BBC diese Bauern ja noch als Fairtrade-zertifiziert. Nachfolgend zwei Links zu BBC. Der erste zeigt die – inhaltlich teils sehr divergierenden – Antworten der Industrie und von Fairtrade. Der zweite Link soll eine Transkription des Beitrags sein, den man als Non-UK-Resident bislang leider nicht im Original abrufen und anschauen kann.

http://news.bbc.co.uk/panorama/hi/front_page/news_id_8584000/8584930.stm +

http://news.bbc.co.uk/panorama/hi/front_page/news_id_8583000/8583499.stm

05: Dreimal Gold und zweimal Silber hat Signum communication, Mannheim bei den Inspire Awards 2009 gewonnen. Spitzenreiter war dabei das Kundenmagazin der Heidelberger Druckmaschinen, bei dem die Mannheimer Agentur für Konzept, Gestaltung und Redaktion verantwortlich ist. Die „Heidelberg Nachrichten“ holten mit 99 von 100 möglichen Punkten eine Goldmedaille und Platz 12 im Gesamtwettbewerb. Auf Platz 13 folgt mit ebenfalls 99 Punkten und Gold der „Commerzbanker“, das Mitarbeitermagazin der Commerzbank. Das dritte Gold und Platz 24 gingen an „blueprint“, das globale Mitarbeitermagazin der Bilfinger Berger. Einmal jährlich vergibt die League of American Communications Professionals (LACP) die Inspire

Awards für die besten Publikationen in der Unternehmenskommunikation.

06: Einen "**Fakten-TÜV**" in allen Medien hat die Journalisten-Vereinigung netzwerk recherche (nr) zum Auftakt ihrer Fachkonferenz "Fact-Checking - Fakten finden, Fehler vermeiden" in Hamburg gefordert: "Ein Fakten-TÜV durch eigenständige Dokumentations- und Recherche-Spezialisten in allen Medien wäre ein Quantensprung für die Steigerung der journalistischen Qualität", sagte der Vorsitzende von netzwerk recherche, Thomas Leif, bei der Eröffnung der zweitägigen internationalen Fachkonferenz. Auf der Konferenz, die netzwerk recherche in Kooperation mit dem Nachrichtenmagazin DER SPIEGEL veranstaltet, vermitteln mehr als 40 Dokumentationsjournalisten, Rechercheure und Medienforscher ihr Wissen über die in Deutschland weitgehend vernachlässigte Faktenkontrolle. presseportal.de

Services + Tipps

PMG Presse-Monitor stellt PDF Clipper vor

Mit dem PDF Clipper stellt die PMG Presse-Monitor GmbH einen neuen Service vor, der es Nutzern elektronischer Pressespiegel ermöglicht, Artikel aus derzeit rund 200 deutschsprachigen Tageszeitungen und Zeitschriften im Original-Layout in ihr Monitoring zu integrieren. Mit diesem neuem Service gehört das ungeliebte Einscannen von Zeitungsartikeln der Vergangenheit an. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gewusst wie – Das 1x1 der Pressearbeit

Leonie Walter und Markus Walter von Walter Visuelle PR haben ihr erstes Buch veröffentlicht. Öffentlichkeitsarbeit ist für viele Mittelständler, kleine Unternehmen und Einzelberater noch ein Buch mit sieben Siegeln. Wie funktioniert das mit der Pressearbeit? Und wie kann man die Möglichkeiten des Social Webs nutzen, um auf das eigene Unternehmen, Personen und Produkte hinzuweisen? Das Buch „Gewusst wie – Das 1x1 der Pressearbeit“ von Leonie und Markus Walter gibt Antworten auf diese und weitere Fragen. Die beiden Autoren sind seit mehr als fünfzehn Jahren in der PR-Branche tätig und geben in ihrem ersten Buch tiefe Einblicke in die Praxis professioneller Kommunikation. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (11) (12.KW-2010)

01: **eReader auf dem Prüfstand: Lesen allein genügt nicht**, TNS Emnid untersucht in seiner Themenreihe die Marktchancen digitaler Lesegeräte. Ende Januar erblickte das iPad von Apple das Licht der Medienwelt und Experten zufolge soll es eine Medien(r)evolution ungeahnten Ausmaßes auslösen. Ist also der Griff zum gedruckten Buch schon bald Vergangenheit? Die TNS Emnid Medienforschung untersuchte Bekanntheit und Nutzungsabsicht sowie Vor- und Nachteile der neuen Technologie des „eReading“ und befragte dazu im vergangenen November und Februar insgesamt 2.749 Personen. tns-emnid.com

02: **Wirksamkeit durch Partnerschaft - Neue Studie zu CSR liefert überraschende Ergebnisse**. Partnerschaften zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen sind keine Seltenheit mehr. Die medienfabrik Gütersloh GmbH und credibility.wegewerk beleuchten in ihrer soeben erschienenen Studie „Situation und Perspektiven von Partnerschaften

zwischen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Unternehmen“ Rahmenbedingungen, Chancen und Potenziale derartiger Kooperationen. Die Ergebnisse bestätigen Bekanntes und überraschen zugleich.

medienfabrik.de

03: Studie der GfK-Marktforschung zum aktuellen Vertrauen der Deutschen in Institutionen, Banken und Versicherungen:

Drohende Staatspleiten, insolvente Traditionsunternehmen, steigende Arbeitslosigkeit, aber auch Millionen-Boni für Banker – die Wirtschaftskrise hinterlässt Spuren auch bei den Kunden. Das Vertrauen in Banken und Versicherungen hat gelitten. Das ist das Ergebnis aus der aktuellen Studie der GfK Marktforschung zum Vertrauen der Deutschen in Institutionen, Banken und Versicherungen.

gfk.com

04: Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für März 2010:

Das GfK-Konsumklima kann im April dieses Jahres seinen Abwärtstrend – zumindest vorläufig – stoppen. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartungen verbessern sich. Dagegen verzeichnet die Anschaffungsneigung geringe Einbußen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach 3,2 Punkten im März für April ebenfalls 3,2 Zähler. gfk.com

05: Soziale Online-Netzwerke werden immer wichtiger: Knapp ein Viertel der Deutschen nutzen sie regelmäßig, bei Jugendlichen liegt der Anteil sogar dreimal so hoch. Der neueste Test der **Stiftung Warentest**, Berlin zeigt jedoch: **Facebook und Co. weisen erhebliche Mängel beim Datenschutz auf.** Und sie machen es Hackern leicht, auf persönliche Daten ihrer Nutzer zuzugreifen. [Hier bei test.de](http://test.de) weiterlesen.

06: Umfrage von fischerAppelt, relations (GPRA) und Kienbaum: Pharma-Kommunikation 2010 - Market Access rückt

zunehmend in den Vordergrund. Der Launch ist die entscheidende Phase im Lebenszyklus eines Medikaments. Doch gerade in den vergangenen Jahren sind die Anforderungen für einen erfolgreichen Market Access stark gestiegen. fischerAppelt, relations und Kienbaum befragten daher Pharma-Experten zu aktuellen politischen Rahmenbedingungen, neuen Vertriebsmodellen und den Folgen für die zukünftige Kommunikation. Hier weiterlesen:

www.presseportal.de/pm/19126/1583631/mail.

07: Das Media-Netzwerk Carat hat sich wieder den weltweiten Werbemarkt angesehen und verspricht: Es geht langsam aufwärts. 2010 sollen die Werbeausgaben weltweit um 2,9 Prozent steigen, 2011 um vier Prozent (2009 fielen der Werbeausgaben weltweit um 9,0%). **Das gilt allerdings nicht für Deutschland: Hierzulande bleibt der Werbemarkt laut Carat weiterhin im Minus** und sinkt 2010 um weitere 2,6, 2011 um 1,2 Prozent. Einziges anderes Land mit prognostiziertem zweijährigen Minus ist Japan (-3,1 und -3,1%).

08: 50 Millionen Deutsche nutzen das Web, 30 Millionen davon haben Profile in Online-Communitys. Unter den 850.000 Menschen, die jedes Jahr in Deutschland sterben, sind immer mehr PC- und Internet-Nutzer. Doch was passiert mit den Daten, wenn ein Hightech-Anwender stirbt? **Der Branchenverband BITKOM rät Angehörigen, den digitalen Nachlass genauso sorgfältig zu beachten wie Schriftstücke aus Papier.** In der digitalen Hinterlassenschaft kann sich aber auch die eine oder andere Überraschung verbergen. BITKOM rät zu einem bewussten und offenen Umgang mit dem Thema. bitkom.org

09: Bald ist Umbruch: Ende April soll das iPad – der neue Tablet-PC von Apple – in Deutschland auf den Markt kommen. „Das wird die mobile Kommunikation auf eine neue Entwicklungsstufe heben“, ist Profilverwerkstatt-Geschäftsführer Ralf Ansorge überzeugt. „Das gilt nicht nur für den

Content, sondern natürlich auch für die Technik.“ Die **Kommunikationsagentur Profilwerkstatt** als Corporate Publishing- und die **Internetagentur 4wd media** als Web-Spezialisten haben deshalb Ende Februar eine **strategische Partnerschaft** rund ums Thema „**mobile Kommunikation**“ verabredet. Erstes Projekt: Die Darmstädter Agenturen entwickeln eine iPad-App für Kundenmagazine speziell im B2B-Segment.

10: Partnerschaften zwischen Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen sind keine Seltenheit mehr. Die medienfabrik Gütersloh GmbH und credibility.wegewerk beleuchten in ihrer soeben erschienenen **Studie „Situation und Perspektiven von Partnerschaften zwischen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Unternehmen“**

Rahmenbedingungen, Chancen und Potenziale derartiger Kooperationen. Die Ergebnisse bestätigen Bekanntes und überraschen zugleich. Interessenten der Studie können diese kostenlos unter Angabe ihrer vollständigen Kontaktdaten unter studie@medienfabrik.de anfordern. Allgemeine Informationen finden Sie unter: www.credibilitywerk.com

11: **Buchtip: Impression Management. Professionelles Marketing in eigener Sache.** Von Thomas Jendrosch. Wiesbaden: Gabler Verlag 2010. 156 Seiten. Broschur. EUR 24,95. ISBN 978-3-8349-2104-8. Impression Management bezeichnet die Kunst der Selbstdarstellung, ein professionelles Verfahren, mit dem der Leser das eigene Rollenbild bewusster definieren und lenken kann. Durch gekonntes Marketing in eigener Sache lassen sich Erfolge im Beruf und im Privatleben spürbar leichter erreichen. Das Buch zeigt unterhaltsam Punkt für Punkt, wie man durch geschicktes Image Design und konsequentes Personal Branding zu mehr persönlichem Ansehen gelangen kann – im Berufsleben, in der medialen

Öffentlichkeit sowie in den immer wichtigeren sozialen Netzwerken des Web 2.0.

Termine + Tagungen

Erfolgreiches Debut Medienbeobachterkongress

Die Zeit war reif für den ersten Medienbeobachterkongress. Denn Orientierung ist gefragt: Im gleichen Maße wie die Medienlandschaft sich radikal verändert, befindet sich auch die Branche der Medienbeobachter in einem rasanten Wandel: von der reinen Print- zur umfassenden Multimedia-Beobachtung. Print, Radio, Fernsehen und Online-Medien werden durch soziale Netze und Web 2.0-Applikationen ergänzt. Folglich wird auch das Angebot der Medienbeobachter breiter – es gibt immer mehr Spezialisten. Und der PR-Fachmann steht vor der Frage: Welche Tools sind wichtig? Welcher Medienbeobachter bietet was? Und was brauche ich überhaupt für meinen Job? Antworten auf diese Fragen erhielten etwa 200 PR-Professionals auf dem 1. Deutschen Medienbeobachterkongress, der am 16. März in Düsseldorf stattfand. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (12.KW-2010)

01: Am 15. April um 14 Uhr findet das nächste, kostenfreie **Business Wire Webinar** statt. Es richtet sich insbesondere an Kommunikatoren aus dem Bereich Marketing, die für die **internationale Produktkommunikation und interaktive Online-Ansprache** ihrer Kunden verantwortlich sind. Anhand praxisbezogener Beispiele veranschaulicht Business Wire, wie Produkte langfristig und visuell anhand der so genannten Smart Marketing Page auf ein höheres Level geführt werden können.

Business Wire geht insbesondere darauf ein, wie sich der Einsatz eines Wire Service und SEO Werkzeugen, das Platzieren von Bildern & Videos sowie Berichte zur Erfolgsmessung erfolgreich miteinander verknüpfen lassen. Anmeldungen über die Business Wire Webseite: www.businesswire.de/portal/site/de/kontakt/

02: Am 9. und 10. Juni findet in Frankfurt am Main der **6. Kommunikationskongress Medizintechnologie** für die PR-Verantwortlichen der Gesundheitswirtschaft durch. Schwerpunktthema: Neue Wege in der Patientenkommunikation durch interaktive Instrumente. Denn die Kommunikation zum und mit dem Patienten wird für die Unternehmen der Gesundheitswirtschaft immer wichtiger. Patienten wollen informiert sein – und werden in diesem Prozess immer aktiver. Info: www.bvmed.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (12.KW-2010)

01: Grundregeln und Tipps für Texte, die wirken, bietet das **AFK-Seminar S4 – Schreibwerkstatt**: überzeugend texten, vom 07. bis 08. Juni in Oberursel bei Frankfurt. Es trainiert treffende Sprache und klare Struktur für E-Mails, Briefe, Memos, Texte für Online-Medien oder Flyer. Die Teilnehmer üben, Kunden, Mitarbeiter, Vorgesetzte oder wichtige Opinionleader passgenau anzusprechen und sie so zum Handeln zu bewegen. Infos: www.afk-online.com

02: Die **scm Berlin** veranstaltet Ende April zwei interessante **Seminare zum Thema Schreibtraining** für PR-Profis – "Journalistisches Schreiben in Unternehmen" (22./23. April) und "Storytelling" (29./30. April). Infos: www.scmonline.de.

03: Semesterstart: **MHMK treibt Internationalisierung voran**. Deutschlands größte private Medienhochschule wächst weiter. Die MHMK (Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation) in München, Stuttgart, Köln, Hamburg und Berlin richtet neue Professuren sowie weitere Studiengänge ein und treibt gleichzeitig die Internationalisierung durch englischsprachige Programme und Kooperationen mit Hochschulen im Ausland voran. Die Zahl der Studierenden liegt mit 100 Erstsemestern bei etwa 1.500. Auch personell wird die MHMK weiter aufstocken und will fünfzehn neue Professuren einrichten. Für Berufstätige, die sich neben dem Job weiter qualifizieren wollen, entwickelt die MHMK ein **berufsbegleitendes Medienmanagement-Studium** mit den Schwerpunkten „Markenkommunikation und Werbung“ sowie „**PR und Kommunikationsmanagement**“. Es richtet sich vorwiegend an Young Professionals in Agenturen, Marketingabteilungen und Werbefirmen. Der Studienstart ist zum Wintersemester 2010/11 vorgesehen.

Das PR-Interview

Interview Nr. 31: Die Reputation des Mandanten schützen

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

Interview mit Jens Nordlohne über Litigation-PR, Öffentlichkeitsarbeit im Umfeld von juristischen Verfahren.



PR-Journal: Herr Nordlohne, was versteht man eigentlich unter Litigation-PR?

Jens Nordlohne: Es geht um Kommunikationsarbeit und

Wahrnehmungsmanagement für einen Mandanten, der aufgrund einer - auch potenziellen - juristischen Auseinandersetzung damit rechnen muss, dass seine Reputation gefährdet wird.

PR-Journal: Was bezweckt diese Form der Öffentlichkeitsarbeit? Gibt es auch Risiken? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Dachpappe und Schlafsäcke

(nsb) - Es vergeht kaum ein Tag, an dem nicht ein Verlag meldet, wie viele Mitarbeiter gehen müssen. Pünktlich zum Frühlingsbeginn wurde bekannt, dass sich die traditions- und ruhmreiche Münchener „Abendzeitung“ von einem Viertel ihrer Redakteure trennen wird. Einen Tag später teilte der Jahreszeiten-Verlag in Hamburg mit, 70 von 420 Vollzeitstellen würden gestrichen. Ob WAZ-Gruppe oder Gruner+Jahr, ob Ippen, Bauer oder Burda - der Rotstift ist überall fleißig am Werk. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gericht: Warum fiel der Imam in Ohnmacht?

(nsb) - Wir wissen es nicht. Die eine Legende berichtet, es sei der Wohlgeschmack gewesen, der dem Vorbeter die Sinne nahm. Die andere besagt, die Ohnmacht sei dem Knoblauchduft geschuldet. Die dritte meint, dem Imam seien vor Entsetzen die Sinne geschwunden, als er gewahr wurde, dass seine Tochter all das wertvolle Öl für die Leckerei des Papas verbraucht hatte, welches eigentlich ihre Mitgift gewesen war. „Imam Bayildi“ ist ein berühmter Zeuge für die

Kunst der osmanischen Küche, schmackhafte kalte Vorspeisen zu bereiten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gericht: La Torta Pasqualina (Ostertorte)

Ohne Eier gibt's kein Ostern! Die alten Kelten und Germanen feierten das Ende des langen Winters mit wildem Mummenschanz - noch heute ähnelt die alemannische „Fasnet“ dem Treiben der Ahnen. Oder sie entfachten zu Ehren von Ostara, der Göttin des keimenden Lebens, große Feuer auf den Höhen und ließen mit Stroh umflochtene Räder brennend zu Tal rollen. Und sie schenkten sich bunt bemalte Eier. Das Christentum erklärte das Ostara-Ei zum Symbol des Lebens schlechthin. Seine Form erinnert an den schwangeren Leib; unter seiner mineralischen Schale entwickelt sich die neue Kreatur. Für die ersten Christen wurde das Ei zum Symbol für die Auferstehung - das Osterfest hatte sein Logo. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Greg Jarboe: YouTube and Video Marketing

Greg Jarboe, YouTube and Video Marketing: An Hour a Day. John Wiley & Sons, Indianapolis 2009. 504 Seiten. Preis: 23,99 Euro. ISBN 978-0-470-45969.0.

Autorin der Rezension: Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach

Am 15. Februar 2010 feierte YouTube seinen fünften Geburtstag und hat sich bis dato als unangefochtener Marktführer unter den Video-Sharing-Portalen im Netz etabliert. Das

Unternehmen baut seine professionellen Angebote für den Marketing- und PR-Gebrauch stetig aus. Doch es scheint, bislang wissen hierzulande nur die großen Musik-, Medien- und Markenunternehmen YouTube gewinnbringend für sich zu nutzen. Wo sind die B2B-, die kleinen und mittelständischen Unternehmen? Und vor allem: Wo sind all deutschen die PR-Experten? Falls es an mangelndem Wissen scheitert, so kann dieses englischsprachige Buch Abhilfe schaffen. In kleinen Häppchen – an hour a day – präsentiert Autor Greg Jarboe alles Wissenswerte rund ums Video-Marketing. Mit zahlreichen Erfolgsbeispielen aus der PR untermauert er seinen Rat an die Marketingleserschaft: „When you are finished reading this book, share it with your PR people. They need to learn how to optimize video too.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

Mehr PR-Personal gesucht - PRJ-Jobbörse meldet 2010 bereits 115 Angebote

Der Personalmarkt scheint ein guter Seismograph für die wirtschaftliche Entwicklung der PR-Branche zu sein. Die PR-Jobbörse des PR-Journals (<http://jobs.pr-journal.de>) verzeichnete in den ersten drei Monaten bereits 115 bezahlte Stellenangebote, diese Zahl wurde im letzten Jahr erst Ende Mai erreicht. Die PRJ-Jobbörse ist die größte ihrer Art mit den meisten Zugriffen im Internet. Seit ihrem Start 2005 wurden 3.849 Stellenanzeigen gebucht und 3,9 Millionen Besucher registriert. 2010 waren es 232.582 Besucher, also täglich im Durchschnitt 4.177. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert Schulz-Bruhdoel schreibt fürs PR-Journal

Wir freuen uns über einen neuen Profi im Redaktionsteam des PR-Journals. Seit Mitte März schreibt "nsb" Norbert Schulz-Bruhdoel für uns. Seine neue Rubrik heißt "Norbert: Gerüchte + Gerichte". Unter "Gerüchte" schreibt er mit scharfer und manchmal auch bissiger Feder über seine Eindrücke vom Mediengeschäft. Er wird aber auch Praxistipps aus seinen beiden hervorragenden Fachbüchern weitergeben. Und unter "Gerichte" gibt es was ganz Neues fürs PRJ: NSB ist begeisterter (und sehr guter) Hobbykoch. Er schreibt seine Rezepte auf und gibt sie an uns alle weiter: wohl bekomms! [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 (41)

Volontariat/Trainee

Die 12 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

häberlein & mauerer sucht für den Standort München einen Senior PR-Consultant (m/w) im Bereich Food

Publik sucht PR-Berater/in, Ludwigshafen

fischerAppelt, relations sucht PR-Berater / Campaigner (m/w) Schwerpunkt Healthcare, Hamburg

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

PR Manager(in), München

Berater/in für Kommunikationsagentur in Berlin gesucht

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

Freelancer

Erfahrene PR-Redakteurin sucht interessante Textprojekte

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 29. März 2010 – 24:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.663 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); Stefan d'Hone (sdh), Hamburg; Patrick Hacker, Leipzig (mail[at]patrick-hacker.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - (für Rubrik: Kelikowskys Kommentar); Ursel Reineke, Heidelberg (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - (für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsbpunktum[at]aol.com) - (für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte).

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).

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.