

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 251 / 24. KW 2010

Seite 1

Cannes 2010: (Erfüllte) PR-Hoffnungen für Deutschland

Aktuelle Ergänzung: Dreimal Cannes-PR-Gold-Löwen für Deutschland: Zwei Mal für Jung von Matt, Hamburg mit den Kommunikations-PR-Arbeiten für die Hamburger Philharmonie („Concert for the people“) sowie DDB /Johanssen & Kretschmer (GPRA), Berlin, für Entega („Snowmen against global warming“). Faktor 3 (GPRA), Hamburg hat mit seiner Einreichung für Wiesmann („Build a car“) außerdem einen Silbernen Löwen gewonnen. **Gratulation!---** Beim diesjährigen International Advertising Festival in Cannes, das am 20. Juni an der Côte d'Azur eröffnet wurde, haben die PR-Juroren aus aller Welt (Vorsitz: Paul Taaffe, Hill & Knowlton) Deutschland drei Shortlistplatzierungen mehr zugestanden als im Vorjahr, da Deutschland in der Kategorie keinen einzigen Löwen mit nach Hause bringen konnte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media in Redaktionen als Arbeitstool etabliert - Journalisten skeptisch gegenüber Paid Content

Mehr als jeder zweite Journalist setzt mittlerweile bei der redaktionellen Arbeit auf Social Media. Nur ein Viertel sieht gute Chancen für wirtschaftlich erfolgreiche Paid Content Modelle. Die größte Herausforderung für heutige Medienmacher ist die Abkehr der jungen Generation vom Qualitätsjournalismus. Das ergab die Umfrage "Medien-Trendmonitor 2010 - Journalismus in einem neuen Informationszeitalter" der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Knapp 2.700 Journalisten haben sich an der Untersuchung beteiligt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ernst Primosch wird CEO von Hill & Knowlton Deutschland

Ernst Primosch (50), Kommunikations- und Markenexperte und bis vor kurzem Global Corporate Vice President der Henkel Gruppe in Düsseldorf, wird von Hill & Knowlton mit Wirkung vom 1. Juli zum Chief Executive Officer (CEO) in Deutschland berufen. „Wir freuen uns, mit Ernst Primosch einen hervorragenden internationalen Kommunikator und einen Top-Manager aus der Wirtschaft gewonnen zu haben“, so Chairman Detlev Geiger, „seine jahrelange Erfahrung in der Industrie wird ein deutlicher Mehrwert für Hill & Knowlton und ein Gewinn für unsere Kunden sein.“ [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Mehr Wert schaffen – Profilwerkstatt und PR-Studenten präsentieren Studie zu Social Media in der B2B-Kommunikation

Die Frage, ob Social Media überhaupt relevant für die Business-to-Business-Kommunikation sind, war schnell beantwortet. Über die Frage, wann und in welcher Form Social Media eines Tages zum Alltag in der Unternehmenskommunikation gehören werden, ließ sich vortrefflich diskutieren, oder zumindest Expertise austauschen. Im achten Forum für Vordenker der Profilwerkstatt am 15. Juni im Darmstadium. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Glabus übernimmt Porsche-Kommunikation

Wolfgang Glabus (50) übernimmt zum 1. Juli die Leitung der Kommunikation der Porsche Automobil Holding SE in Stuttgart. Er war zuletzt Geschäftsführer der Frankfurter Kommunikationsberatung A&B Financial Dynamics (GPRA). Davor arbeitete Glabus unter anderem als Redakteur der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" und der "Wirtschaftswoche", als Ressortleiter bei "Cicero" sowie als Mitglied der Chefredaktion von "Capital". Bei Porsche folgt Glabus auf Anton Hunger, der bis Sommer 2009 die Öffentlichkeitsarbeit und Presse der Holding leitete. (Quelle: kress)

Personalien compact (10) (24.KW-2010)

01: **Andrea Koepfer** (39) ist die neue Leiterin des Bereichs Corporate Communications beim Teleshopping Marktführer QVC Deutschland in Düsseldorf. In dieser Position verantwortet sie die gesamte externe und interne Kommunikation. Koepfer leitete bislang die Unternehmenskommunikation bei Epson Europe sowie die externe und interne Kommunikation bei Epson Deutschland.

02: **Kathrin Beckert** (27) unterstützt ab sofort die Pressearbeit der G Data Software. Sie übernimmt die Nachfolge von **Claudia Krettl** und entlastet als Pressereferentin zukünftig den G Data Public Relations Manager **Thorsten Urbanski** in der Unternehmenszentrale in Bochum. Zu ihren Aufgaben gehört insbesondere die Pressearbeit für Medienvertreter in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

03: Das **DIPR Deutsches Institut für Public Relations**, Hamburg hat bei den turnusmäßigen Vorstandswahlen das bisherige Führungsteam bestätigt. Vorsitzender bleibt Stephan Abele, Thomas Diehl und Ulf Bauer bleiben Vorstandsmitglieder, neu dabei ist Matthias Schmoock.

04: **Ole Müggenburg** (39) verstärkt ab sofort die Geschäftsführung der Hamburger PR-Agentur Dederichs Reinecke & Partner. Er ist für die Bereiche New Business und Kreation verantwortlich. Neben den beiden Gründern **Oliver Dederichs** und **Thomas Reinecke** ist Müggenburg gemeinsam mit **André Schmidt** (41) das vierte Mitglied der Geschäftsführung. Vor seinem Umzug in das Schanzenviertel leitete Müggenburg unter anderem



komm.passion



GPRA
Gesellschaft
Public Relations Agenturen e.V.

die Kommunikation des Luxusurlaubsanbieters Indigo Lodges.

05: **Martin Zimmermann** (42), ehemaliger Leiter Kommunikation der Marke Volkswagen Nutzfahrzeuge, hat sich in Düsseldorf unter dem Namen MZ.Kommunikation mit einem Beratungsbüro für Unternehmenskommunikation selbstständig gemacht.

06: **Mark Daniels** wechselt von der Kölner Eventagentur facts+fiction zur ortsansässigen Agentur neues handeln. Die Agentur ist spezialisiert auf gesellschaftliche und soziale Themen.

07: APCO Worldwide meldet dreifachen Zugang im deutschen Team: **Robert Ardelt** wird als Director das Berliner Büro verstärken. Er kommt von der internationalen Strategieberatung Booz & Company. **Majastiina Rouhiainen-Neunhäuserer** wird ein Serviceportfolio für Führungskräftekommunikation aufbauen. **Erich Stromeyer** wirkt künftig als Project Associate im Bonner Büro.

08: **Dorothee Hutter** (46), Vizepräsidentin der DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft und Leiterin der GTZ-Unternehmenskommunikation wurde beim diesjährigen PR World Forum in Stockholm in den Vorstand des weltweiten Kommunikations-Dachverbands Global Alliance for Public Relations and Communication Management (GA) gewählt. Sie folgt in diesem Amt **Thorsten Lützler**, der aus beruflichen Gründen aus dem GA-Vorstand ausgeschieden ist.

09: **Regine Kreitz** übernimmt am 1. Juli die Leitung der Abteilung Presse und Kommunikation der Hertie School of Governance in Berlin. Sie kommt von der Bundessteuerberaterkammer und ist geschäftsführendes Präsidiumsmitglied des BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher.

10: **Johann Legner** (49) und **Andreas Schulze** (46) wirken in Berlin als neue Pressesprecher des Bundespräsidentenkandidaten von SPD und Bündnis90/Die Grünen, Joachim Gauck. Zum Team gehören zudem **David Gill** und **Helga Hirsch** als Berater.

- Anzeige -



Überlassen Sie die neuen Social Media PR-Etats nicht den Anderen!

Machen Sie Ihre Mitarbeiter fit für Social Media Kommunikation.

Bei der Social Media Akademie lernen Sie von den erfahrensten Social Media Experten des Landes.

Alles online, ohne lästige Fehltage und Reisekosten. Unsere Tags: innovatives E-Learning, hohe Flexibilität, moderne Online-Vorlesungen, intensives Lernen.

Praxisnah - Learning by doing - von den Besten lernen - das Netzwerk erweitern.

Mehr unter: www.socialmediaakademie.de/

Etats

Grayling übernimmt PR-Betreuung für Nabucco

Nabucco Gas Pipeline International hat Grayling mit der internationalen Public Relations und Public Affairs-Betreuung beauftragt. Grayling soll Nabucco in der Entwicklungsphase der Pipeline in London, Brüssel, Österreich, Ungarn, Rumänien, Bulgarien, Türkei und Aserbaidschan unterstützen und ist insbesondere für internationale Medienarbeit und

Public Affairs sowie lokale Medienarbeit und Umfeldmanagement verantwortlich, meldet die Agentur. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (24.KW-2010)

01: Internetplattform tagungshotel.com

was: *Pressearbeit*

an: **ReComPR**, Mainz

02: Senckenberg-Ausstellung "GigaSaurier - Die Riesen Argentiniens"

was: *Kommunikation, Werbung und PR*

an: **Jung, Hartmann & Freunde**, Frankfurt am Main

03: Bolsius - Die Kerze, Essen

was: *Medienpräsenz in Zielgruppenmedien*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

04: Bausch + Lomb, Berlin

was: *Beratung bei der*

Unternehmenskommunikation

an: **Weber Shandwick** (GPRA), Berlin

05: Haus der Technik, Essen

was: *Presse- und Medienarbeit Deutscher Weiterbildungspreis*

an: **Grayling Deutschland**, Büro Düsseldorf

06: G+J Foodshow, Hamburg

was: *Kommunikation für Events 2010 in*

München, Köln, Stuttgart und Nürnberg

an: **Gourmet Connection**, Frankfurt am Main

07: Gruppe der Landesbausparkassen (LBS), Düsseldorf

was: *endkundenorientierte Kundenkommunikation / Infodienst "Bauen und Wohnen"*

an: **ergo Kommunikation** (GPRA), Köln

08: Pyades Technologies, Alzey

was: *B2B- und B2C-Kommunikation*

09: MLR Mobilien Leasing Regensburg Verwaltungsgesellschaft, Regensburg

was: *externer Kommunikation*

an: **Borgmeier Public Relations**, Hamburg

10: Kinderwagenhersteller Joolz, Amsterdam (NL)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

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

11: Vereinte Nationen (UN), New York, NY (USA)

was: *Organisation Global Forum for Responsible Management Education/Treffen internationaler Topmanager und Direktoren der weltweit besten Business Schools*

an: **Media Consulta**, Berlin

12: Ingenieurkammer Rheinland-Pfalz, Mainz

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Bestfall**, Mainz

13: Kyberg Pharma Vertrieb, Oberhaching

was: *Pressearbeit für Produkt EarPlanes*

an: **Comeo Dialog - Werbung - PR**, München

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

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!

Branche

Shortlist des Deutschen PR-Preises von DPRG + FAZ-Institut

Eine 32-köpfige Jury (Vorsitz: Peter Szyszka, PR-Professor an der Universität Wien) mit Führungskräften aus Kommunikationswirtschaft, -wissenschaft und -verbänden hat am 12. Juni im Bonner 'Posttower' 56 Finalisten für den Internationalen Deutschen PR-Preis nominiert. "Die Finalisten verdienen höchste Anerkennung und Beachtung", würdigt DPRG-Präsident Ulrich Nies die Teilnehmer der Endrunde. "Der Wettbewerb spiegelt den Anspruch an Qualität und Wertschöpfung der Auftraggeber wieder." Der Berliner TV-Journalist Sascha Hingst wird die 40. Preisgala am 17. September im Kurhaus in Wiesbaden moderieren. Das Gala-Programm erscheint Ende Juni. Anmeldungen + Informationen (incl. Shortlist): www.pr-preis.de.

GWA Forum Public Relations konstituierte sich

Das GWA Forum Public Relations hat sich am 15. Juni konstituiert. Bei der Gründungsversammlung am Frankfurter Flughafen waren Ulrike Aretz (cpz Ogilvy Public Relations), Klaus Peter Betz (ecomBETZ PR GmbH) und Jochen Eberle (Eberle Werbeagentur), Karen Breitenbücher (Young & Rubicam), Cornelia Eistentein (Agenta), Wolfgang Kreuter (Euro RSCG ABC),

Astrid von Rudloff (Weber Shandwick), Silke Schrader (WEFRA PR), und Martin Süßmuth (Die Crew) anwesend. Als Initiatorin wird Stefanie Wagner-Fuhs (SapientNitro), GWA Vorstand, die Rolle der Sprecherin des neuen GWA Forums übernehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (24.KW-2010)

01: Praxistipps für die russische PR-Landschaft.

"Handelsblatt.com" bietet mit der Serie „Weltspitze – wie Deutsche international Erfolg haben“ praktische Hilfe: Jeden Montag präsentiert der Internationalisierungsberater und Buchautor Sergey Frank eine Kolumne zu dem Thema, wie Unternehmer im Ausland Geld verdienen können. Heute geht es um die russische PR-Landschaft. Von Sergey Frank und Guntram Kaiser - [hier online weiterlesen](#).

02: Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeitsthemen werden für Unternehmen immer mehr zum Wettbewerbsvorteil.

Unternehmen müssen aber auch mehr denn je ihre Legitimität unter Beweis stellen. Damit wächst auch der Bedarf an entsprechenden Strategien, Instrumenten und Prozessen für die Kommunikation, die dem Grundgedanken der Nachhaltigkeit gerecht werden. messagepool hat Pionierarbeit in Sachen Professionalisierung von Nachhaltigkeitskommunikation geleistet. Das Beratungsunternehmen aus Frankfurt am Main stellt jetzt mit seiner neuen Website eigens entwickelte Angebote wie Anti-

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!

Greenwash-Beratung©, CSR-Management on Demand, CSR-Pressebüro 2.0 sowie state of the art CSR-Berichte vor, die ausschließlich im Dienst von People - Planet – Profit stehen. Firmengründerin Martina Hoffhaus: "Die Diskussion ist eröffnet - u.a. mit einem ersten Webblog ausschließlich zum Thema Nachhaltigkeitskommunikation" oder mit einem neugegründeten Arbeitskreis CSR-Kommunikation in der DPRG. Siehe unter www.message-pool.de oder www.csrcom.wordpress.com.

03: **Kohl PR** (GPRA), Berlin verfügt jetzt auch über **Partneragenturen in Frankreich und Polen**. Die ECMP (European Crisis Management Partnership), das führende europäische Kommunikations- und Krisenkommunikations-Netzwerk inhabergeführter Agenturen, dem Kohl PR seit vielen Jahren angehört, hat in diesen Ländern neue Mitglieder gewonnen: Die PR-Agentur LJ Corporate mit Sitz in Paris und die in Warschau ansässige PR-Beratung Questia.

04: Mit dem "**Best PRactice Award**" für beispielhafte Kommunikationsleistungen hat der Public Relations Verbandes Austria (**PRVA**) die **Wiener Agentur Bauer PR** und ihren Auftraggeber, die List Group of Companies, ausgezeichnet. Die Jury würdigte damit die professionelle Kommunikation mit den Bürgern anlässlich der Errichtung der ersten Wohnsammelgarage beim Karl Marx-Hof in Wien-Heiligenstadt. Bauer PR erhält den "Best PRactice" Award zum dritten Mal in Serie (2008 und 2009).

05: Die ehemaligen "Bild"-Redakteurinnen Anna Hesse und Theresa Hallermann haben in Hamburg die **PR-Agentur hesse und hallermann gegründet**. Künftige Kunden sollen von ihrer langjährigen Journalismuserfahrung profitieren. Arbeitsthemen werden Personality, Produkt- und Event-PR.

Social Media + Web 2.0

Social Media compact (2) (24.KW-2010)

01: **Das Web 2.0 ist im Mittelstand weiterhin nur ein Randthema**. PR-COM, Agentur für strategische Unternehmenskommunikation und PR in München, hat 105 Geschäftsführer und IT-Verantwortliche mittelständischer Unternehmen nach der Nutzung von Social Media im Unternehmen befragt. Dabei ergab sich, dass nur 25 Prozent der Befragten dieses neue Medium selbst nutzen oder zumindest verfolgen. Bemerkenswert: Insbesondere die IT will nur wenig vom Web 2.0 wissen - nur acht Prozent der befragten IT-Verantwortlichen nutzen Social Media. Die Umfrage zeigte außerdem, dass sich die Nutzung von klassischen Print-Medien und von Web 2.0 keineswegs ausschließt: 60 Prozent der bei Social Media aktiven Befragten lesen auch mindestens eine IT-Zeitschrift pro Woche. Quelle: [PR-Com](#).

02: **Social Media – vom Hype zum Must-have**. Warum und wie die sozialen Netzwerke die Kommunikation verändern und wie sie in Analyse, Verbreitung und Monitoring in die Unternehmenskommunikation integriert werden können, das erläutern die Referenten beim **InnovationsForum 10** am 14. Juli. Mit Spannung erwarten Experten im Theaterhaus Stuttgart den Vortrag von Ansgar Zerfaß. Der Geschäftsführende Direktor des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaften an der Universität Leipzig wird erstmals in Deutschland die Ergebnisse des European Communication Monitor 2010 präsentieren. Mehr Informationen zum InnovationsForum 10 gibt es im Internet: www.innovationsforum10.de.

Medien

Medien to go – was unterwegs ankommt

Immer erreichbar, immer auf dem Laufenden sein: Das mobile Web und die neuen internetfähigen Empfangsgeräte machen Mediennutzung nahezu an jedem Ort und zu jeder Zeit möglich. Vor allem die jungen Zielgruppen haben den deutlichen Wunsch nach mehr medialer Unterhaltung und Information auch außer Haus. Das Handy avanciert hierbei zum Empfangsgerät mit dem größten Potential: Knapp 70 Prozent der mobilen Nutzer unter 30 Jahren würden unterwegs gern noch häufiger zum Handy greifen – wenn da nicht (noch) die hohen Kosten wären. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DW-Intendant Bettermann: „Die ‚Generation Klima‘ wagt neues Denken“

Zur Eröffnung des Deutsche Welle Global Media Forum am 21. Juni in Bonn hat der Intendant des deutschen Auslandsrundfunks, Erik Bettermann (66), auf die Rolle der Medien als „Chronisten und Interpreten des Kampfs gegen den Klimawandel“ hingewiesen. „Hier braucht es nach meiner Überzeugung einen Klimawandel in den Köpfen von Journalisten. Denn Berichterstattung muss über die Tagesaktualität weit hinaus reichen. Sie muss Impulse geben, Defizite, vor allem auch Lösungen und Perspektiven aufzeigen. Und Mut machen.“ Gefragt seien „Medienmacher mit Fantasie“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interone-Studie zum Medien- und Konsumverhalten 2010

Interone präsentiert gemeinsam mit Jelden Trend & Transformation Consulting die aktuelle Studie „The Age Of On“. Die Studie untersucht den Einfluss folgender vier Trends auf die Mediennutzung und das Kaufverhalten: Facebook übernimmt die Macht, das Internet wird mobil, Lokalisierungsdienste sind im Kommen und e-commerce als Wachstumsmarkt. Dazu wurde die Mediennutzung und das Konsumverhalten von acht Early Adoptern zwei Wochen lang intensiv untersucht. So konnte mit eigens präparierten iPhones auch das Verhalten an mobilen Endgeräten beobachtet und ausgewertet werden. Im Anschluss wurden die zentralen Ergebnisse der Untersuchung in einer repräsentativen Online-Befragung von 1.000 Personen aus Deutschland im Alter zwischen 20 und 39 Jahren quantitativ überprüft. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (24.KW-2010)

01: Menschen in aller Welt empfinden den globalen Klimawandel mehrheitlich nach wie vor als Bedrohung. Von den Medien erwarten sie mehrheitlich, dass diese die Öffentlichkeit nicht nur informieren, sondern auch über Klimawandel und seine Folgen aufklären. Zugleich ist die Zahl derer, die sich keine Sorgen machen, in den vergangenen zwei Jahren gestiegen: von vier Prozent 2008 auf jetzt neun Prozent. Das sind Ergebnisse einer weltweiten **Studie des Marktforschungsunternehmens Synovate in Kooperation mit der Deutschen Welle**. Die Meinungsforscher haben über 13.000 Menschen in 18 Ländern zu ihren Einschätzungen befragt – bezüglich des Bedrohungspotenzials und der Auswirkungen des Klimawandels und zu ihren Erwartungen an die Medien bei diesem Thema. dw-world.de

- Anzeige -

KOMMUNIKATIONS KONGRESS 2010

INTERNATIONALE FACHTAGUNG FÜR PUBLIC RELATIONS

Der Kommunikationskongress 2010

präsentiert sich in diesem Jahr **am 23. und 24. September in Berlin** bereits zum siebten Mal. Rund 120 profilierte Referenten aus Wirtschaft, Politik und Medien diskutieren den State of the Art der modernen Public Relations. Die 3 Keynote-Speeches, 12 Diskussionen und 20 Best Cases werden erstmalig ergänzt durch ein Workshop-Programm mit 30 interaktiven Formaten. Der thematische Schwerpunkt liegt auf den aktuellen Entwicklungen der Onlinekommunikation. Mehr unter www.kommunikationskongress.de.

Services + Tipps

Umfrage unter deutschen PR-Agenturen zum Themenfeld Personen-PR gestartet

Die Erzielung öffentlicher Aufmerksamkeit erfordert immer mehr Aufwand an Personal und Kapital – nicht nur für Unternehmen. Insbesondere bei Einzelpersonen mit einem hohen Medieninteresse ist in den vergangenen Jahren ein Bedarf an professioneller Beratung entstanden. Eine Untersuchung der FH Hannover unter deutschen PR-Agenturen geht aktuell der Frage nach, wie der deutsche Beratungsmarkt auf den strategischen Bedarf an Dienstleistungen für Personen reagiert und welche Maßnahmen PR-Agenturen ergreifen, um einzelne Persönlichkeiten – Politiker, Künstler, Sportler, Prominente, CEOs etc. – in der Öffentlichkeit zu positionieren. *Hier geht's zur Umfrage für PR-Agenturen:* <http://ww3.unipark.de/uc/MKO/5af3/>.

Die PR wird immer vielfältiger – und anspruchsvoller

Pressemeldung schreiben, an die klassischen Medien senden, auf Abdruck hoffen, fertig. Öffentlichkeitsarbeit kann so einfach sein. Und ungenügend. Denn die Internetgesellschaft und die sozialen Medien erfordern eine neue, vielfältigere Kommunikation. Darüber sprachen wir mit dem PR-Berater und Neu-Buchautor Bernhard Jodeleit von der Agentur fischerAppelt relations (GPRA). In seinem Handbuch "Social Media Relations" beschreibt er die Herausforderungen und Erfolgsrezepte für den PR-Profi von heute. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (3) (24.KW-2010)

01: Telefon-Warteschleifen sollen kostenlos werden. Telefon-Warteschleifen sind ein Ärgernis, nicht nur wegen des meist nervtötenden Gedudels, sondern auch wegen der Kosten, die anfallen, ohne dass der Kunde eine Gegenleistung erhalten hat. Immerhin letzteres könnte sich bald ändern. Dies sieht ein Entwurf zur Novellierung des Telekommunikationsgesetzes (TKG) des Berliner Bundeswirtschaftsministeriums vor.

02: Green Brands Studie 2010 belegt ambivalente Einstellung deutscher Konsumenten zu den Themen Umweltschutz, Nachhaltigkeit und ökologische Produkte: Über ein Drittel der Befragten hält Umweltprobleme für bedenklicher als wirtschaftliche Situation, dennoch sinkt die Bedeutung der Umweltfreundlichkeit von Unternehmen / Macht des Konsumenten in Fragen des Umweltschutzes in Deutschland noch nicht erkannt / Grüne Produkte weiter im Trend / Neuer Sparfokus: Grüne Produkte müssen Umwelt und Portemonnaie schonen / Energiesparen ist Thema der Zukunft. Nur noch 40 Prozent glauben, dass sich der Zustand der Umwelt in die richtige Richtung entwickelt – das sind sieben Prozent weniger als im

Vorjahr. Vor allem die Angst vor dem Klimawandel steigt, er wird in der Mehrheit der Länder als größtes Umweltproblem gesehen. Die Ergebnisse der Studie sind online unter <http://landor.com/go/greenbrands2010germany> abrufbar.

03: iComms: der neue Groove für Online-Marketing und Kommunikation im Netz. Hill & Knowlton, Frankfurt am Main bietet mehrdimensionale Weblösungen. Intelligent, innovativ, interaktiv, integriert, und „ich“-bezogen – mit der neuen Kommunikationsmarke iComms geben Hill & Knowlton Deutschland und KWP Marketing jetzt den Takt für zeitgemäße und nachhaltige Internet-Kommunikation vor. Hill & Knowlton, die älteste und eine der größten Kommunikationsagenturen weltweit, und KWP Marketing, die 2009 neu gegründete Online-Beratungs- und Kreativagentur, haben es sich zum Ziel gesetzt, lösungsorientierte Kommunikation mit richtungsweisenden Online-Services und Umsetzungen anzubieten. Im Mittelpunkt stehen dabei Weiter- und Eigenentwicklung von Online-Kommunikationsinstrumenten, die den Kunden einen direkten und messbaren Wettbewerbsvorteil im Internet sichern. iComms bietet Kunden dadurch eine höhere Effizienz in der Internet-Kommunikation. (www.icomms.de)

Termine + Tagungen

PRSH-Tagung: Ich bin offline, wenn mein Akku alle ist

Am 15. Juni machten sich die PR-Studenten des PRSH und ihre Gäste auf die Suche nach dem Kommunikationsmanager 2.0. Ein hochkarätig besetztes Podium, moderiert von Dominik Ruisinger, Berlin, diskutierte in Hannover über die Herausforderungen für PR-Berater im Social Web.

In einem sind sich die Podiumsgäste einig: Für das Web 2.0 ist Leidenschaft gefragt. „Der Kommunikationsmanager 2.0 sollte wirklich Bock auf das Thema haben“, so der Geschäftsführer von Eyecansee Communications, Hamburg, Daniel Görs über die wichtigste Eigenschaft eines Social Web-Managers. Schließlich verschwindet die Grenze zwischen Beruf und Privatleben in diesem Bereich immer mehr. Wenn Stefan Keuchel – alias „frischkopp“ – twittert, nimmt er das nicht als Arbeit wahr. Nur seine „wife 2.0“ sei davon weniger begeistert, erzählt der Pressesprecher von Google Deutschland in Hamburg. Bei Görs, ehrenamtlicher Leiter des DPRG-Arbeitskreises „Digital Relations/Social Media“, ist das ähnlich: „Ich bin offline, wenn mein Akku alle ist.“ Kurze Zeit später springt er auf und hastet zur Steckdose – sein Handyakku ist alle. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

K2-Gipfel und Forum für Vordenker

Ein Bericht über zwei Tagungen von Stephan Fink, Fink & Fuchs PR, Wiesbaden/München.

Zwei Highlights der letzten Woche: Am Dienstag präsentierte im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Forum für Vordenker“ Thomas Pleil, Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt, die frisch veröffentlichte Studie „Mehr Wert schaffen – Social Media in der B2B-Kommunikation“. Mittwoch und Donnerstag fand mit dem von SCM und PR-Magazin organisierten K2- Gipfel Online-Kommunikation eine inhaltlich sehr spannende Tagung zum Thema Social Media statt. Gute Vorträge von engagierten Referenten und ein interessiertes Publikum, das es mit dem Einstieg in Social Media ernst meint, sorgten für den Erfolg der Veranstaltung. Es geht nicht mehr um Tools, sondern um Kultur & Haltung, Governance, Organisation, Management, Anwendungen und die alles entscheidenden Inhalte. Mich hat der Austausch auf diesen beiden grundverschiedenen, sehr gelungenen

Veranstaltungen einmal mehr weiter gebracht. Danke allen Ideengebern für die anregenden Gespräche. [Hier bei FFPR online weiterlesen.](#)

Das PR-Interview

Interview Nr. 38: Compliance muss zu einem gelebten Bestandteil der Unternehmenskultur werden

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

Interview mit Hartwin Möhrle zum Thema Compliance und Kommunikation

PR-Journal: Worauf müssen Unternehmen beim Aufbau eines Compliance-Systems achten?



Hartwin Möhrle: Zunächst einmal geht es um die Erfüllung der gesetzlichen Vorgaben und die Erstellung eines juristisch einwandfreien Regelwerks. Diese sollte möglichst knapp und unmissverständlich formuliert sein: Jeder

Mitarbeiter muss wissen, was erlaubt ist und die Folgen eines Verstoßes kennen. Ein sauber ausgearbeiteter Compliance-Kanon alleine reicht jedoch nicht aus. Weiche Faktoren wie die bestehenden Business Codices und die Werte-kultur im Unternehmen müssen zwingend mit einbezogen werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

EU-Absage an Lebensmittel-Ampel: Grün, gelb, stopp

Das EU-Parlament hat gegen die Lebensmittel-Ampel votiert - und damit der Industrie einen wichtigen Dienst erwiesen. Klare Angaben zum Fett-, Salz- und Zuckergehalt in Produkten wird es nicht geben: Ein

Sieg der Lobbyisten, ein Armutszeugnis für die Politik. Eine Milliarde Euro ist sehr viel Geld. So viel hat die europäische Lebensmittelindustrie nach eigenen Angaben für den Kampf gegen die Ampelkennzeichnung von Nahrungsmitteln ausgegeben. Das Geld war gut investiert. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Raviolo vom Ochsenchwanz mit Ratatouille und Olivenöl-Pürée

(nsb) **Ein sommerliches Festmenu, 4. Gang.** Der Ochsenchwanz ist den meisten Mitmenschen nur als Ausgangspunkt der berühmten Suppe bekannt. Mit ein wenig Mühe lässt sich aus dem schmackhaften Anhängsel aber deutlich mehr machen – es lohnt sich! Um den Ochsenchwanz so über-raschend zart und saftig anbieten zu können, braucht es schon reichlich Zeiteinsatz – aber die Arbeitsschritte 1 und 2 lassen sich gut am Vortag erledigen, ebenso die Vorbereitung der Gemüse-beilage. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Röhm (Hsg.): Das große Buch vom Geld

Eine Rezension von Mathias Scheben, Andernach
Das Tablebook zum Thema: Finanzkrise, Inflation, Sparpaket: Ohne Geld wäre alles nichts. Uli Röhm (ZDF, Redaktion WISO) hat das alternative Buch zur aktuellen Vertrauenskrise herausgegeben: „Das Große Buch vom Geld“ (Edition Braus, 232 Seiten, Preis: 49,90 Euro, ISBN 978-3-89466-297-4), schön, witzig, hoch informativ, spannend und voller Überraschungen. 25 Autoren beschreiben in munter und reich dekorierten 29 Geschichten sachliche bis skurrile Aspekte dessen, was uns alles gibt und alles nehmen kann: Knete, Kohle, Kröten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Öffentlichkeitsarbeit: Wie Anwaltskanzleien den „PR-Fall“ lösen

von Uwe Mommert, Vorstand der *Landau Media AG*,
Berlin

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Rechtsanwaltskanzleien in Deutschland hat eine beachtliche Entwicklung vorzuweisen. Das wird am Beispiel der Presseveröffentlichungen für die 50 größten Kanzleien deutlich sichtbar. Allein im vergangenen Jahr wurde in rund 2.000 Artikeln der wichtigsten überregionalen Tages-, Wirtschafts-, und Wochenpresse über eine Vielzahl von Kanzleithemen berichtet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (50)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Berater/in Lifestyle, München](#)

[Projektmanager/in für Online-Projekte, Hamburg](#)

[fischerAppelt sucht Junior-/ Berater \(m/w\) mit Schwerpunkt Healthcare](#)

[Online-Redakteur\(in\) Großraum Karlsruhe gesucht](#)

[Trainee für unsere PR-Abteilung in Berlin](#)

[MD Managing Director Challenge for PR & Marketing Communications Agency](#)

[HARVARD sucht Junior PR-Berater/in und PR-Berater/in](#)

[PR-Juniorberater \(Client Executive\) \(m/w\), Frankfurt](#)

[Junior Consultant \(w/m\) Marketing Communications, Hamburg](#)

[Consultant \(w/m\) Marketing Communications, Hamburg](#)

[ECCO Düsseldorf sucht PR-Trainee \(m/w\)](#)

[PR-Berater Fashion - Beauty - Lifestyle \(m/w\), Standort Düsseldorf](#)

[PR Junior-Beraterin/PR Junior-Berater per sofort gesucht, Hamburg](#)

[Hannover! Texter \(m/w\) für PR-Agentur gesucht](#)

[Senior PR-Berater/innen gesucht, München](#)

[häberlein & mauerer sucht Junior PR-Consultant \(m/w\) Bereich Digital Living, Berlin](#)

[Juniorberater/in gesucht, Hamburg](#)

[Flutlicht sucht PR-Berater \(m/w\), Nürnberg](#)

[FD sucht Executives \(m/w\), Frankfurt](#)

[Healthcare-PR Agentur \(Eltville\) sucht PR-Juniorberater](#)

[fischerAppelt sucht Unitleiter PR-Beratung, Frankfurt](#)

[Berater/in für lösungsorientierte Gesundheitskommunikation gesucht, Frankfurt](#)

[PR-Berater \(m/w\) für Global Team bei Edelman in Hamburg gesucht](#)

[EYECANSEE Communications sucht Berater/in Public & Digital Relations in Hamburg](#)

Medien

[Junior Consultant Business Development \(m/w\), Bad Homburg](#)

Unternehmen

[Referent/in Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt](#)

[Manager \(m/w\) Marketing und Public Relations, Ludwigsburg](#)

[Mitarbeiter PR/Kommunikation, Köln](#)

[Studentische Hilfskraft Corporate Communications für Egon Zehnder International, Düsseldorf, gesucht](#)

[Wirtschaftsredakteur/Redakteur \(w/m\) für externe Marketingmaterialien, Frankfurt](#)

[Mitarbeiter/in im Bereich Unternehmenskommunikation, Bremen](#)

Freelancer

[Sie benötigen Unterstützung im Bereich PR?](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 21. Juni 2010 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.845 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 (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