

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 252 / 25. KW 2010

Seite 1

DPRG Honorar- und Trendbarometer 2010: PR-Budgets in Unternehmen steigen

Steigende Umsätze und einen wachsenden Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern prognostizieren die deutschen PR-Agenturen und Einzelberater für das Jahr 2010. Das von dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Skopos, Köln im Auftrag der Deutschen Public Relations Gesellschaft DPRG, Berlin erhobene Honorar- und Trendbarometer zeigt, dass es nach dem Krisenjahr 2009 wieder aufwärts gehen soll. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Umfrage: BP segelt ins Image-Fiasko

Abkehr vom Ölmulti: 53 Prozent der Deutschen boykottieren BP nach der Ölkatastrophe im Golf von Mexiko. Auch die Aral-Kette ist hart getroffen. 44 Prozent der Bundesbürger machen schon heute einen Bogen um die BP-Tochter. Und in Zukunft wird die Zahl der protestierenden Kunden noch weiter zunehmen. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage der Hamburger

Kommunikationsagentur Faktenkontor (www.faktenkontor.de) und dem Marktforscher Toluna unter 1.000 Bundesbürgern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Politik und Kommunikation: It's the politics, stupid

Könnte ein guter Spin-Doctor der Koalition aus der Krise helfen? Ist die Krise der Politik vor allem auch eine PR-Krise? Der Kommunikationsberater Michael H. Spreng meint: Man kann faule Äpfel nicht als frisches Obst verkaufen.

Herr Spreng, nehmen wir den sehr unwahrscheinlichen Fall an, Frau Merkel ruft Sie an und sagt: „Das läuft hier alles schief. Helfen Sie mir! Was müssen wir tun?“ Was wäre Ihre Antwort?

Michael H. Spreng: Dass ich ihr nicht helfen kann, solange sie ihre Politik und ihren Führungsstil nicht ändert. Sie hat kein Verkaufsproblem, sie hat ein Inhaltsproblem.

Das Interview von Stefan Niggemeier mit Michael H. Spreng am 20. Juni in "FAZ.Net" [hier online weiterlesen](#).

14 Thesen zu den Grundlagen einer gemeinsamen Netzpolitik der Zukunft

Bundesinnenminister Thomas de Maiziere (CDU) hat am 22. Juni "14 Thesen zu den Grundlagen einer gemeinsamen Netzpolitik der Zukunft" präsentiert. Die zukunftsgerichteten Thesen sind das Ergebnis seiner netzpolitischen Dialogreihe. De Maizière formuliert damit die Grundlagen für die Rolle des Staates bei der weiteren Ausgestaltung des Internets.



These 1 – Bewusstsein für gemeinsame Werte schärfen

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Wechsel an der Spitze der Bosch Pressestelle

Die Pressestelle des Technologie- und Dienstleistungsunternehmens Bosch in Stuttgart wird künftig von einer Doppelspitze geleitet: Achim Schneider (40) nimmt am 1. Juli seine Tätigkeit auf. Der Diplom-Betriebswirt (BA) arbeitet seit 1995 in der Unternehmens- und Kapitalmarkt-Kommunikation. Zuletzt war er seit 2007 als Leiter Investor Relations beim Antriebs-, System- und Energieanlagen-Spezialisten Tognum, Friedrichshafen, tätig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Frank Klaas verlässt Opel

Frank Klaas, General Director Opel/Vauxhall Communications, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 1. Juli verlassen, um neue berufliche Ziele zu verfolgen. Klaas kam im Jahr 2002 als Direktor Kommunikation zu Opel, 2007 wechselte er für zwei Jahre als General Director Corporate Communications zu General Motors Europe nach Zürich, bevor er 2009 in seiner heutigen Funktion nach Rüsselsheim zurückkam.

Andreas Fritzenkötter gibt neue Aktivitäten bekannt

Andreas Fritzenkötter, zuletzt Kommunikationschef des Bauer Media Group ("TV Movie", "Bravo"), macht sich Gedanken über eine Wiederbelebung des "Hamburger Dialogs". Der Medienkongress fand zuletzt 2009 statt. Eine Nachfolgeveranstaltung gibt es bisher nicht. Fritzenkötter will eine Wiederauflage des Branchentreffs mit der "Nacht der Medien" verbinden, der großen Gala des Presseclubs auf dem Süllberg. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (10) (25.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Juliane Papendorf** (47) macht sich nach mehr als 20 Jahren Berufstätigkeit als angestellte Pressesprecherin und PR-Beraterin selbstständig und wird zukünftig freiberuflich für Kunden aus den Bereichen Medizin, Gesundheit, Wissenschaft und Technik tätig sein. Zuletzt arbeitete die studierte Politologin als Pressesprecherin bei der Medizintechnikfirma Weinmann.

02: **Sabine Bayer** (38) wird neue Geschäftsführerin bei Pioneer PR Berlin. Gleichzeitig eröffnet damit die gleichnamige Leipziger PR-Agentur eine Niederlassung in der Bundeshauptstadt. Bayer verantwortete zuletzt die Pressearbeit und das Marketing des Online-Kleinanzeigenmarkts Kijiji.




03: **Florian Flach** verlässt nach fast zehn Jahren die Münchner PR-Agentur Häberlein & Mauerer, um sich mit einer eigenen Agentur selbstständig zu machen. Die Schwerpunkte von Flach-Communication in Gmund am Tegernsee werden die Themen Sport, Tourismus, Beauty/Fitness/-Wellness sein.

04: **Elisabeth Beringer** (26) wechselt von der Frankfurter Agentur Kleber PR als PR-Junior-Beraterin zur ortsansässigen Agentur Leipziger & Partner (GPRA). Dort betreut sie die Frankfurter Uniklinik sowie weitere Kunden aus der Gesundheitsbranche in der PR- und Öffentlichkeitsarbeit.

05: **Rüdiger Stöckgen** und **Razvan Lazar** bilden das neue Führungsteam der Kommunikationsagentur werk:b communications in Altdorf bei Nürnberg. Stöckgen verantwortet mit der Leitung des Bereichs Beratung die strategische Ausrichtung sowie das operative Geschäft von der Agentur. Der studierte Kommunikationswirt war zuvor als freiberuflicher Marketingberater tätig. Lazar verantwortet als Leiter Kreation künftig die kreative Ausrichtung von werk:b communications. Der studierte Designer war zuvor Geschäftsführer von Brightness Advertising.

06: **Christina Aichert** (28) kommt als Junior-Beraterin zur Fullservice-PR-Agentur Kafka Kommunikation mit Sitz in Seefeld und München und betreut Kunden im Online-Marketing-Bereich. **Antje Herbig** (40) unterstützt die Münchner Agentur ab sofort an als PR-Assistentin.

Darüber hinaus wurde bei Kafka Kommunikation die Beraterseite erweitert: **Janina Rogge** (27) ist als Beraterin in die IT- und IT-Security-Sparte und **Kristina Habermann** (30) ist als Beraterin im Bereich B-to-C-Kommunikation hinzugekommen.

UNTERNEHMEN:

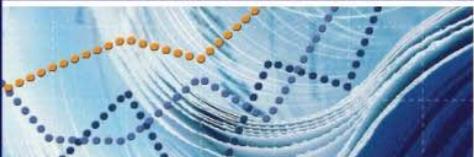
07: **Jürgen Schulze-Ferebee** (46) übernahm bei Carl Zeiss International in Aalen die neugeschaffene Position des Director Corporate Communication - zugleich fungiert er als Pressesprecher. Er kommt vom Roboterhersteller Kuka Roboter.

MEDIEN:

08: **Ralph Kotsch** (49) kehrt im September zur "Berliner Zeitung" zurück und wird stellvertretender Chefredakteur. Der derzeitige rbb-Unternehmenssprecher wird außerdem neuer Lokalchef. Bevor er im April 2007 zum Rundfunk Berlin-Brandenburg wechselte, war Kotsch bei der Berliner Zeitung Leiter der Medienredaktion. Er folgt nun auf **Hartmut Augustin**, der seit Monatsbeginn Chefredakteur der "Mitteldeutschen Zeitung" ist.

09: **Martin Hehemann** und **Patricia Strampfer**, Pressesprecher der österreichischen Fluglinie AUA wurden bei der jährlichen Umfrage des "Österreichischen Journalisten" und des "Industriemagazins" Sieger des Pressesprecher-Rankings. Zweiter ist Porsche-Sprecher **Hermann Becker**.
www.journalist.at

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!

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

10: Die Westdeutsche Akademie für Kommunikation (WAK) in Köln hat drei neue Mitglieder in ihren Vorstand berufen. **Uli Veigel**, CEO der Grey G2 Group Germany, **Herbert Kauth**, Marketingchef der PSD Bank und der Jurist **Joerg Andres**, Advocatax, sind neue Beisitzer in dem Gremium.

Etats**Pleon fährt den neuen Audi A1 vor**

Pleon Event + Sponsoring in Bonn und Krug Mediapool in München haben sich in einem großen Auswahlverfahren um die Kampagne zur deutschen Markteinführung des neuen Audi A1 erfolgreich durchgesetzt: das Agentur-Doppel überzeugte Audi mit einem gemeinsam entwickelten Kreativ-Konzept, das mit vielfältigen Live-Marketing-Maßnahmen die Einführung des Audi A1 medienwirksam vorbereitet und begleitet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mann beißt Hund gewinnt Etat des Bundesbildungsministeriums zur Anbahnung von Kooperationen

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung beauftragt Mann beißt Hund mit der Anbahnung von Fachkooperationen für die geplante Bildungsprämie. Die Hamburger Agentur gewann den Etat mit ihrem Konzept zur Ansprache von Multiplikatoren. „Wir sind seit vielen Jahren im Bildungsbereich unterwegs und kennen die Interessen der unterschiedlichen Akteure genau“, erklärt Nicola Wessinghage, eine der beiden Geschäftsführer von Mann beißt Hund. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschreibung: EU-Kommission sucht Kommunikationsprofis

Die Europäische Kommission sucht für ihre Kommunikationsarbeit in Deutschland Experten zur Unterstützung im Bereich der audiovisuellen Medien. Auftragsgegenstand sind Unterstützung und Beratung bei der Durchführung und Evaluierung der Kommunikationspolitik der Europäischen Kommission im Bereich der audiovisuellen Kommunikation durch qualifizierte Dienstleister und/oder Einzelpersonen. Folgende Themen haben im Jahr 2010 Priorität:

- Wirtschaftlicher Wiederaufschwung,
- Umwelt, Klima und Energie,
- bessere Governance in Europa zum Nutzen der

PMG · Presse-Monitor®**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!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

inneren und äußeren Sicherheit, die sich aus dem Vertrag von Lissabon ergibt.
Einsendeschluss für Angebote ist der 26. Juli 2010. [Alle Unterlagen und Bedingungen für die Ausschreibung Nr. PO/2010-3/BERL](#) finden Sie [hier](#).

Etats compact (10) (25.KW-2010)

01: GAI Datenfunksysteme, Friedrichshafen
was: *Pressearbeit*
an: **Möller Horcher Public Relations (GPRA)**, Offenbach

02: Ben Sherman, Düsseldorf
was: *klassische PR*
an: **häberlein & mauerer**, Berlin

03: Institut für wirtschaftliche Ölheizung (IWO), Hamburg
was: *PR-Aktivitäten*
an: **Ketchum Pleon** (GPRA), Berlin

04: Erfinder Börse Kohler International (EBKI), Helmbrechts
was: *PR und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PresseDesk**, Berlin

05: Agaplesion, Frankfurt am Main
was: *Entwicklung eines einheitlichen Markenauftritts*
an: **Smack Communications**, Berlin

06: Bongrain Deutschland, Wiesbaden
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Käsemarke Géramont*
an: **RPM**, Berlin

07: Panasonic Deutschland, Hamburg
was: *PR zur Markteinführung eines 3D-fähigen Plasma-Fernsehers*
an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

- 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/

08: Cap Rocat, Mallorca (ES)

09: Les Chalets de Philippe, Chamonix (FR)

10: Grand Hotel a Villa Feltrinelli, Gargnano (IT)
was: *Pressearbeit*

an: **Hasselkus//WeberBenAmmar PR**, Bad Soden

Branche

Branche compact (9) (25.KW-2010)

01: Am Abend des 21. Juni sind die Berliner Agenturen DDB und **Johanssen + Kretschmer** (GPRA) gemeinsam mit dem **Goldenen Löwen** in Cannes ausgezeichnet worden. Prämiert wurde die Kommunikation zur großen Schneemann-Demo gegen Klima-Erwärmung („Rettet die Schneemänner!“) für den Energiedienstleister Entega. Der wichtigste Kreativpreis der Welt in der Kategorie PR/Corporate Communications geht damit erstmals nach Deutschland.

02: **Faktor 3** (GPRA), Hamburg **gewinnt** im Rahmen des Internationalen Werbefestivals in Cannes einen **Silbernen Löwen** in der noch jungen Kategorie PR. Ausgezeichnet wurde die Kampagne „Build A Car“, für die Sportwagenmanufaktur Wiesmann. Insgesamt wurden über 24.000 Einreichungen gezählt, 571 in der Kategorie PR, vier der begehrten Löwen gingen erstmalig nach Deutschland. Die PR-Löwen wurden am 21. Juni im Palais des Festivals vergeben.

03: Um Konkurrenzkonflikten zu begegnen, **gründet die PR-Agentur Ketchum Pleon (GPRA) eine Zweitmarke**. Ihr Standort: **München**. Dort soll das Ketchum-Büro, das mit Pleon noch nicht verschmolzen ist, umfirmiert werden. Die US-Agentur **Emanate**, die zur Agentur-Holding Diversified Agency Services (Omnicom) gehört, führt bereits in London ein europäisches Büro und setzt nun in Deutschland seine europäische Expansion fort. Ketchum Pleon gehört über seinen Mehrheitseigner BBDO Deutschland (85 Prozent) ebenfalls zu Omnicom.

04: Beim 57. Internationalen **Werbefestival in Cannes** hat der Präsident der Jury für die Kategorie PR, **Paul Taaffe** (Hill and Knowlton) eine **Namensänderung gefordert**. Die Löwen von Cannes werden nicht mehr nur für Werbung vergeben. Das sollte sich auch im Namen widerspiegeln. Die PR ist erst seit dem letzten Jahr mit Einreichungen für die Löwen dabei. Die Branche muss daher aufwachen und Aufholarbeit leisten. Die PR-Agenturen müssten offensiv vorgehen, um ihre außergewöhnlichen und kreativen Arbeiten bei diesem Festival im besten Lichte zu präsentieren. Eine aktivere Förderung sei nicht nur von den Organisatoren der Löwen von Cannes, sondern von der gesamten PR-Branche zu verlangen.

05: Seit 2001 betreut die international tätige **PR-Agentur PR4You** ihre Kunden im Bereich der Public Relations (PR) und Kommunikation. Jetzt hat die Berliner PR-Agentur ihr **Angebot erwei-**

tert und agiert mit ihrer **neuen Unit Celebrities4Brands** auch als Promi-, Testimonial- und Booking-Agentur. Mit dem neuen Service werden nationale und internationale Prominente für klassische Werbung (Testimonials), Marketingmaßnahmen, PR-Aktionen und PR-Kampagnen, Events (Produktvorstellungen, Galas, Eröffnungen, u.a.), Celebrity Placements und Charity-Aktionen vermittelt.

06: Die **PR-Agentur Hasselkus/WeberBen-Ammar PR mit Sitz in Bad Soden** bei Frankfurt am Main, spezialisiert auf Luxushotels, edle Resorts und spannende Destinationen, kann zum Ende des ersten Halbjahres 2010 entgegen der anhaltenden Krisenstimmung eine positive Bilanz ziehen: So konnten das Traditionshaus der Spitzenklasse Grand Hotel a Villa Feltrinelli in Gargnano, Italien, das neu eröffnete Luxus-Hideaway Cap Rocat auf Mallorca und die extravaganten Ski- und Sommer-Residenzen Les Chalets de Philippe in Chamonix, Frankreich als Neukunden gewonnen werden.

07: Mit der zweitägigen Jurysitzung ging in der vergangenen Woche der mehrwöchige Auswahl- und Bewertungsprozess der Einreichungen für die Econ Awards Unternehmenskommunikation 2010 zu Ende. Auf ihrer Suche nach innovativer Unternehmenskommunikation ist die Jury unter dem Vorsitz von Klaus Rainer Kirchhoff fündig geworden: Von rund 250 Einreichungen schafften es **94 auf die Shortlist**. Die Sieger der **Econ Awards Unternehmenskommunikation 2010** werden am 18. November auf der Preisverleihung in Berlin bekanntgegeben. Alle nominierten Beiträge und die Sieger werden im "Jahrbuch der Unternehmenskommunikation, Band 04" veröffentlicht. Das Buch erscheint im Econ Verlag in Kooperation mit dem "Handelsblatt" und ist ab November im Handel erhältlich. Die komplette Shortlist steht im Pressebereich auf www.jduk.de zum Download bereit.

08: Die **Gewinner des GWA Profi 2010** stehen fest. Bei Verleihung am 24. Juni vergab der

Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA) in Düsseldorf insgesamt sechs Auszeichnungen. Mit dem GWA Profi werden seit 2008 herausragende Ergebnisse der B-to-B-Kommunikation gewürdigt. Dabei steht die umfassende, kreative und langfristig angelegte Kommunikation im Vordergrund. www.gwa.de

09: Die globale **Public Relations-Agentur Lewis PR feiert ihren 15. Geburtstag**: Im Jahre 1995 vom Journalisten Chris Lewis in London gegründet, zählt sie heute mit rund 300 Mitarbeitern, 33 Niederlassungen weltweit und einem ununterbrochenen Wachstum zu den renommiertesten PR Agenturen im High-Tech-Umfeld. Im Rahmen der Feierlichkeiten präsentiert Lewis PR ein neues Corporate Design: Das künftige Erscheinungsbild spiegelt die Erfolgsfaktoren für den 15jährigen Aufwärtstrend wider – den journalistischen Fokus, ein internationales Netzwerk und den Innovationsgeist mit eigenen Produkte und Kundenkampagnen.

Social Media + Web 2.0

Neuer Journalismus. Jetzt.

Elf Selbstverständlichkeiten zur Zukunft einer lädierten Profession. Wer mich kennt, weiß, dass ich gerne über die Zukunft des Journalismus diskutiere – allerdings nicht unbedingt hier in diesem Blog, weil es viel wichtigere Themen auf diesem Erdball gibt und ich den Medien-Meta-Wahn in der deutschsprachigen Blogosphäre lieber den üblichen Verdächtigen überlasse. Dieses Posting hier ist aber eine Ausnahme, weil ich ein paar Selbstverständlichkeiten aufschreiben möchte. Beziehungsweise einige Dinge, die meiner Meinung nach bald selbstverständlich sein sollten, wenn es um die Zukunft der Profession im digitalen Zeitalter geht. Deshalb folgen hier elf Punkte für einen neuen (Online)-Journalismus. *Den Artikel von Johannes Kuhn am 24. Juni in*

seinem Blog "kopfzeiler.org - News, Analysen und der ganze Rest der Welt" [hier online weiterlesen](#).

Mehr passive als aktive Social Networker? Soziale Netzwerke im »Reality Check«

Die Zugriffszahlen auf Facebook, MySpace & Co. sind auf Wachstumskurs - ebenso das Interesse der Fachwelt an Marketing- und Werbemaßnahmen in Social Networks. Viele Marketing- und Kommunikationsspezialisten sind der Meinung, dass moderne Kommunikationsstrategien ohne soziale Netzwerke nicht mehr auskommen. Fittkau & Maaß Consulting, Hamburg untersuchte daher Nutzer und Nutzung von Social Networks aus der Nachfragerperspektive. Über 7.500 deutschsprachige Besucher von sozialen Netzwerken wurden zu diesem Zweck im Rahmen der W3B-Studie im April/Mai 2010 befragt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Web 2.0 in Unternehmen: Social Media will gelernt sein

Das Web 2.0 fordert die Unternehmen kontinuierlich zum Entwickeln neuer Netzwerk- und Kommunikationsstrategien heraus, die aufgrund der Masse an Social Media Netzwerken und ihren jeweiligen Eigenheiten nicht selten eine Herausforderungen, wenn nicht sogar Überforderung darstellen. „Jede Social Media-Plattform hat so ihre Besonderheiten“, sagt der Berater für crossmediales Arbeiten, Markus Dreesen. Daher ist die Fehlerquote im Umgang mit Social Media nicht gerade gering. „Der Klassiker ist, ich fange damit an, habe eine riesen-große Strategie und dann passiert eine Woche lang nichts, dann zwei Wochen lang nichts – dann wird der Kunde sich gelangweilt abwenden. Ein weiterer Fehler ist, wenn man sich der Diskussion nicht stellt. Als man schreibt z.B. etwas auf Facebook

und es gibt eine Reaktion auf die man nicht reagiert. Das macht der Fan zweimal mit und danach heißt es für ihn ‚die reden gar nicht mit mir‘.“

Den Artikel von Maren Göpfert am 28. Juni im Blog "Netathlet - Social Media News" [hier online weiterlesen](#).

Leitfaden zum richtigen Umgang mit Facebook und Co.

„Alle reden davon, aber keiner weiß so richtig, wie es geht.“ Auf diesen Nenner lässt sich der aktuelle Stand der Diskussion um den Einsatz der so genannten sozialen Medien in der Unternehmenskommunikation bringen. Mit dem Buch „Social Media Report“ will das internationale ECCO Agenturnetz ein wenig Licht ins Dunkel bringen. Herausgegeben von den Chefs der deutschsprachigen ECCO-Agenturen Lutz Cleffmann, Anja Feuerabend, Christian Kollmann und Fred Howald, fasst das Werk auf 100 Seiten die wichtigsten Fakten zum Umgang mit Facebook und Co. zusammen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmenseigene Info-Portale erschließen der Öffentlichkeitsarbeit neue Wege

Mediale Herausforderungen und veränderte Kundenbedürfnisse verdienen flexible Antworten. Deshalb verfolgt 2p.jf, das Büro für Public Relations & Publishing in Neckargemünd bei Heidelberg, einen Lösungsansatz, der sowohl ein breites Leistungsspektrum abdecken kann als auch den budgetoptimalen Einstieg erlaubt. Mit dem Angebot, einen maßgeschneiderten „Newsroom“ in bestehende Webseiten von Unternehmen und Organisationen zu integrieren und die Redaktion und den technischen Betrieb zu

übernehmen, verschafft 2p.jf auch kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) Zugang zu einer modernen und effizienten Öffentlichkeitsarbeit. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (3) (25.KW-2010)

01: **Zehn Thesen zur netzpolitischen Diskussion:** Raus aus der Hobby-Ecke. Das zentrale Thema und der zentrale Wert der netzpolitischen Auseinandersetzungen sind Netzneutralität und Datenschutz. Sie bilden die Basis für den sozialen und ökologischen Mehrwert der Digitalisierung, der jetzt gestaltet werden muss. Zehn Thesen, die das Handeln anstoßen sollen. Den Artikel von Malte Spitz am 24. Juni im **Blog "carta"** [hier online weiterlesen](#).

02: Bereits zum 5. Mal veröffentlicht die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse Frankfurt am Main am 24. Juni die **Reichweiten der Online-Medien**. In der aktuellen **ma 2010 Online I** werden Reichweiten und Strukturdaten von insgesamt 655 Online-Angeboten ausgewiesen. 50,73 Millionen Personen ab 14 Jahren (Deutsche und deutschsprachige Ausländer) zählen laut der aktuellen "ma 2010 Online I" zu den Internetnutzern, das sind 72 Prozent. Fast alle von ihnen – genau: 49,68 Millionen – zählen auch zum Weitesten Nutzerkreis des Internets (waren also innerhalb der letzten drei Monate online). Mit einem Anteil von 53,7 Prozent sind die Männer unter den Onlinern stärker vertreten als die Frauen (46,3 Prozent). Infos: www.agma-mmc.de.

03: **80 Prozent der Führungskräfte nutzen soziale Medien.** "Netzökonom" Holger Schmidt am 28. Juni auf **FAZ.Net**: „Du bist auf Facebook? Das ist doch rufschädigend“. Was sich ein hochrangiger Manager der Deutschen Telekom noch Mitte des Jahres 2010 von einem Kollegen anhören musste, ist eine Minderheitenmeinung in deutschen Führungsetagen. Denn 80 Prozent der Führungskräfte sind in den sozialen Medien engagiert, hat eine

Online-Umfrage der Deutschen Telekom, der defacto.x und der Selbst-GmbH unter 477 Führungskräften in Deutschland ergeben.

Dabei räumt er ein, dass diese "zuweilen schmerzhaft waren".

Medien

Medien compact (2) (25.KW-2010)

01: Mehr als 1.500 Teilnehmer aus 95 Ländern haben vom 21. bis 23. Juni im World Conference Center Bonn drei Tage lang über „**Klimawandel und die Medien**“ diskutiert. Zum Abschluss der **internationalen Konferenz** sagte der Fernsehdirektor der Deutschen Welle, Christoph Lanz, Journalisten müssten bei dem komplexen Thema Klimawandel besonders hohe professionelle Maßstäbe anlegen. „Wir müssen gesicherte und verlässliche Informationen zur Verfügung zu stellen. Wir müssen in der Lage sein, in der Flut von Informationen die unterschiedlichen Quellen zu beurteilen.“ Die Medien sollten auf einfache und verständliche Weise nicht nur über die Probleme des Klimawandels informieren, sondern auch Lösungen aufzeigen – „und dabei die Menschen und ihren Alltag in den Mittelpunkt stellen“, so Lanz.

02: Beim **Medienforum NRW** in Köln hat Bertelsmann-Vorstandschef **Hartmut Ostrowski** (52) als Gastredner am 28. Juni eine **Standortbestimmung der Branche** vorgenommen. Im Vorfeld des 175-jährigen Konzern-Jubiläums in dieser Woche war dies eine engagierte Rede zur Lage der Mediennation. Der CEO erklärte, dass die "Medienbranche insgesamt sicherer durch das vergangene Krisenjahr gesteuert ist als viele andere Industrien" und zeigt sich mit Blick auf die Marktlage überzeugt: "Wir haben hervorragende Perspektiven." Er verwies darauf, dass Bertelsmann im ersten Quartal 2010 "eines der besten Quartale der Geschichte hingelegt" habe. Das sei gelungen, "weil wir als Branche innerhalb kurzer Zeit die richtigen Antworten gefunden haben".

Services + Tipps

Unternehmenskommunikation im Controlling angekommen

Der Internationale Controller Verein (ICV), Gauting hat im Rahmen des 35. Congresses der Controller in München am 22. Juni sein „Grundmodell für Kommunikations-Controlling“ veröffentlicht. Erstmals erhalten Controller damit konkrete Handlungsempfehlungen für die strategische und operative Steuerung der Unternehmenskommunikation. Das Statement wurde vom ICV-Fachkreis „Kommunikations-Controlling“ über mehr als drei Jahre hinweg erarbeitet. Mitglieder des DPRG-Arbeitskreises „Wertschöpfung durch Kommunikation“ waren aktiv am Entstehungsprozess beteiligt. Die DPRG begrüßt die neuen Richtlinien als Meilenstein auf dem Weg zu berufsgruppenübergreifend akzeptierten Standards. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (25.KW-2010)

01: Mit einem kreativen Mailing an 1.600 Kontakte aus der **Tourismusbranche** startete **Comeo**, München sein Angebot an Unternehmen, mit Hilfe eines **Strategie-Workshops** herauszufinden, wo die besonderen **Chancen der Destination** liegen, wie sich relevante Zielgruppen identifizieren und Gäste überzeugen lassen. Neue Besucher für die jeweilige Destination gewinnen, die das Produkt positiv erleben und weiterempfehlen ist das Ziel der zu erarbeitenden Strategie. Dabei kommt es neben einer klaren Positionierung auch auf die richtige Methode an, um die gewünschte Botschaft inmitten von vorherrschender Informationsflut und immer

komplexer werdenden Kommunikationskanälen an die gewünschten Zielgruppen zu kommunizieren. Info: www.comeo.de/pr.

02: Die internationale PR-Agentur **Lewis PR**, München hat ein bislang einzigartiges **Social-Media-Werkzeug für das Web 2.0** vorgestellt: Mit **Chatterscope** präsentiert die Agentur eine unentgeltliche Plattform, die die **Stimmung zu Marken und Produkten auf Twitter überwacht und analysiert**. Das Prinzip von Chatterscope: Nach der Erstellung eines kostenlosen Kontos ist der Benutzer in der Lage, so genannte Alerts einzurichten. Sie informieren den Anwender darüber, welche Tweets sich mit seiner Marke beschäftigen und ob diese positiv, neutral oder negativ erwähnt werden. Dabei kann der Benutzer auswählen, ob Benachrichtigungen in stündlichen, täglichen oder wöchentlichen Intervallen erfolgen sollen. Darüber hinaus stellt Chatterscope grafisch dar, wie sich der Ruf einer Marke bei Twitter über einen längeren Zeitraum entwickelt hat. Zudem liefert die Plattform Momentaufnahmen, mit denen Markenverantwortliche auf potenzielle Konfliktsituationen in Echtzeit reagieren können. Chatterscope ist zunächst als Beta-version in englischer Sprache verfügbar. Momentan wird an zusätzlichen Funktionen gearbeitet, die dann in einer Premium-Version angeboten werden. Chatterscope finden Sie unter: www.chatterscope.com.

03: Das Konsumklima ist wieder stabil: der **GfK-Konsumklima-Index** steht im Juni und Juli bei 3,5 Punkten.- Der **Ifo-Geschäftsklima-Index** ist im Juni gegenüber dem Vormonat unerwartet gestiegen: von 101,5 auf 101,8 Punkte.- Der **Verbraucherpreis-Index** steigt lt. Statistischem Bundesamt, Wiesbaden im Juni 2010 um 0,9 Prozent gegenüber dem Vormonat - um 1,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat.

04: Als **erste Ausgabe der denkwerk „Social Media Insights“** publiziert die Kölner Interaktiv-agentur ein White Paper zum **Thema „Moni-**

toring Social Media: Erfolge sichtbar machen – Trends erkennen“. Damit bietet denkwerk Branchen-Experten und Interessierten ein aussagekräftiges Gesamtbild zum Thema Erfolgsmessung im Social Media. Der Fokus liegt dabei auf aktuellen Erkenntnissen, richtungweisenden Trends, relevanten Messinstrumenten sowie dem Reporting und dessen Interpretation. Der 14-seitige Check steht ab jetzt kostenfrei unter blog.denkwerk.com als Download zur Verfügung.

Termine + Tagungen

3. Forum Verbandsmarketing im September in Düsseldorf

Am 6. und 7. September findet in Düsseldorf das 3. Forum Verbandsmarketing statt. Auf der Jahreskonferenz für die Marketing-Verantwortlichen in Verbänden werden neben den klassischen Verbandsmarketingthemen wie Mitgliederbindung und Mitgliedergewinnung auch Vorträge wie: „XING: Neue Wege der Kundenbindung im Web 2.0“, „Service Design – Mit Dienstleistungen überzeugen“ oder „Campaigning – Kampagnen, über die man redet“ geboten. Referenten sind u.a. die Professorin Birgit Mager, University of Applied Sciences in Köln, Hans Langguth, Agentur Zum goldenen Hirschen, Berlin, Stefan Schmidt-Grell, XING, Peter Klotzki, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger. Das „3. Forum Verbandsmarketing“ wird von den Kölner Verbände Seminaren in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) und dem Verbändereport veranstaltet. (www.forum-verbandsmarketing.de)

Termine compact (2) (25.KW-2010)

01: Vom 13. bis 15. Oktober finden in der Bayerischen Landeshauptstadt die **Münchner**

Medientage 2010 statt. Das Thema steht jetzt fest: "Wert(e) der Medien in der digitalen Welt". Wie die Organisatoren mitteilten, stehen insgesamt rund 90 Fachveranstaltungen zur Frage von wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Werten der Medien im digitalen Zeitalter auf dem Programm. Dabei geht es speziell auch um das gewandelte Nutzungsverhalten bei den Printmedien. Infos: www.medientage.de/kongress.html.

02: Das nächste **PR 2.0 Forum** findet am 1. Oktober in Hamburg statt. Infos über Themen, Referenten und Anmeldung: www.pr20forum.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (25.KW-2010)

01: Die **design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und Design, **startet** zum Wintersemester die neuen **Masterstudiengänge Unternehmenskommunikation** und Creative Direction. Im Zentrum des Studiums für angehende Führungskräfte steht das Gestalten und Steuern von medienübergreifenden Kommunikationsprozessen. Damit vervollständigt die Akademie ihr umfassendes Lehrangebot für Fach- und Führungskräfte in Kommunikation, Marketing, Werbung und Design. Master Preview am 2. Juli und 6. August: Das eintägige, kostenlose Probestudium bietet die Möglichkeit, sich einen Überblick über die Masterstudiengänge zu verschaffen und die design akademie berlin kennen zu lernen. Anmeldung unter master@design-akademie-berlin.de. Bewerbungsfrist für den M.A. Unternehmenskommunikation und den M.A. Creative Direction ist der 15. August. Weitere Informationen zu Studium, Beratung und Bewerbung unter www.design-akademie-berlin.de.

02: PR-Ausbildungen werden deutschlandweit stark nachgefragt. Der Bedarf auf dem Arbeits-

markt nach qualifizierten PR-Fachkräften wächst kontinuierlich. Public-Relations – Kommunikation managen – ist diese Fähigkeit lernbar? Wie die „Medien ticken“ und wie Kommunikation funktioniert, vermittelt das **zweisemestrige Zertifikatsprogramm PR-Referent/-in an der Hochschule Pforzheim**. Noch bis zum 15. Juli können sich Interessierte auf einen der 25 Studienplätze bewerben. Weitere Informationen: www.hs-pforzheim.de/pr-referent.

03: **PR-Sekretärinnen, Assistentinnen und Assistenten trainiert die AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 16. bis 20. August in Lam (Bayerischer Wald). Das BA1 – PR für Assistenz und Sekretariat, 1. Teil vermittelt das nötige fachliche PR-Hintergrundwissen für eine professionelle, souveräne und motivierte Assistenz. Trainingsinhalte sind: Kommunikationsbegriffe und -modelle, Umgang mit Journalisten, Gesprächspartner und Informationen richtig vermitteln, Grundlagen zum Umgang mit Text, Presseverteiler, Archiv, Presseclippings, Veranstaltungen vorbereiten, Recherche. Infos: www.afk-online.com.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... die Gesetzestreue in der Politik



Guten Tag! Alle sind gleich, doch manche sind gleicher, wissen wir alle. Das war bereits in den "guten alten Zeiten" so, während der Hitlerzeit und dem kommunistischen Regime in der DDR – und wir erfahren es auch seit Jahren immer wieder in der Bundesrepublik Deutschland. Die Verfolgung von Steuersündern ist ein Beispiel. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Parade der Beeren mit Eis vom Rosa Pfeffer

(nsb) **Ein sommerliches Festmenu, 5. Gang.** Es ist kaum zu erklären, aber für ein Dessert sind die meisten Menschen sofort zu gewinnen – auch wenn der Sättigungspunkt längst erreicht ist. In vielen Menus wird die Geschmackskomponente „süß“ erst jetzt erfüllt; und die muss wohl sein, wenn sich das wohlige Gefühl von satter Zufriedenheit ausbreiten soll. – „Rosa Pfeffer“ ist eine irreführende Bezeichnung. Die scharlachroten Körner haben mit der Pfefferpflanze nichts zu tun, sondern stammen von einem in Südamerika heimischen Sumachgewächs. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Marinkovic: Die Mitarbeiterzeitschrift

Daniel Marinkovic: "Die Mitarbeiterzeitschrift". Verlag: UVK Konstanz, Reihe PR-Praxis, Bd. 19, 1. Auflage. Juli 2009, 199 Seiten. Preis: 24,90 Euro. ISBN: 978-3-86764-126-5

Rezension von Julia Wittwer, Frankfurter Kunstverein, Absolventin von PR Plus, Heidelberg (www.prplus.de)

Die Mitarbeiterzeitschrift zählt zu den wichtigsten und gebräuchlichsten Instrumenten der internen Kommunikation und schließt auch im Zeitalter von Intranet und E-Mail-Verkehr als gedrucktes Medium noch immer eine Informationslücke. Dies erläutert Daniel Marinkovic anschaulich in seiner wissenswerten Publikation „Die Mitarbeiterzeitschrift“. Anhand der diesem Medium zugeschriebenen Funktionen Informieren, Motivieren, Integrieren, Veränderungen kommunizieren,

Image und Dialog, leitet der Autor die strategische Rolle ab, die das PR-Instrument als Bestandteil der integrierten Kommunikation im Medienmix einzunehmen vermag. Dabei beschreibt Marinkovic den Prozess des Verlegens der Mitarbeiterzeitschrift von der strategischen Konzeption über Themenfindung, Zeit- und Projektmanagement bis hin zum Vertrieb. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Informationsüberflutung: Was uns wirklich krank macht

Der permanente Aufmerksamkeitsdruck verändert die Psyche des Menschen. Doch nicht die Technologie ist das Problem, sondern die Kombination von Informations- und Konkurrenzdruck. Wir müssen wieder Herren unserer Zeit werden. *Den Artikel Von Geert Lovink am 22. Juni in "FAZ.Net / Digitales Denken" [hier online weiterlesen](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Essay zur Präsidentenwahl: Die entfremdete Republik

Bei der Präsidentenwahl geht es um mehr als nur um ein Amt oder eine Person. Wie die Väter des Grundgesetzes den Bundespräsidenten wählen wollten, das ließen sie im Detail offen. Und das Bundesrecht eröffnete anfangs einen großen Spielraum. Obwohl die Fraktionen Vorschläge machten, konnte im Prinzip jeder in der Bundesversammlung auf einen Zettel schreiben, wen er für den Besten hielt - ob nominiert oder nicht. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (38)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[PR-\(Junior-\)Berater, Berlin](#)

[PR-Berater/-in, Langenfeld](#)

[PR-Assistent/-in, München](#)

[Nord Event GmbH in Hamburg sucht Senior Eventmanager \(m/w\)](#)

[Senior PR-Berater Health Care \(m/w\) / PR-Berater Health Care \(m/w\) / PR-Trainee Health Care \(m/w\), Hamburg](#)

[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](#)

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

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

[Juniorberater/in gesucht, Hamburg](#)

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

Medien

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

Unternehmen

[Mitarbeiter Unternehmenskommunikation \(m/w\), Horn-Bad Meinberg](#)

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

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

Verbände (Non-Profit)

[Engagierte Sachbearbeiterin für den Bereich Kommunikation / Fundraising gesucht, Schwerte](#)

Freelancer

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 28. Juni 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.866 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.
