

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 255 / 28. + 29. KW 2010

Seite 1

Die drei Affen und der Vierte Mann von Duisburg

Was sich Mizaru, Kikazaru und Iwazaru gemeinsam mit Shizaru am Sonntag nach 12 Uhr mittags bei ihrer so genannten „Pressekonferenz“ an peinlicher und wütend machender Schweigsamkeit geleistet haben, spricht für sich und gegen sie. Wer kennt sie nicht, die drei Affen, die nichts Schlechtes sehen, nichts Böses hören und nichts Schlimmes sagen. Der oft vergessene vierte Affe bedeckt seinen Unterleib und symbolisiert damit, nichts Schreckliches zu tun. Freilich haben Detlef von Schmeling vom Duisburger Polizeipräsidium, Wolfgang Rabe als Leiter des Krisenstabes, Loveparade-Veranstalter Rainer Schaller und vor allem Oberbürgermeister Adolf Sauerland die Zeichensprache der vier japanischen Affen falsch verstanden: Man soll Gutmensch sein, bedeuten die Vormenschen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Rat mahnt FDP

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat nach eingehender Prüfung eine öffentliche Mahnung gegen die Bundesgeschäftsstelle der FDP ausgesprochen. Diese hatte zugegeben,

dass ein Mitarbeiter der Pressestelle mehrfach unter verschiedenen Pseudonymen Kommentare zu einem FDP-kritischen Blogbeitrag gepostet hat. Die verdeckte PR wurde von FDP-Rechnern aus online gestellt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media in Unternehmen: Wichtig - aber wie professionalisieren?

Siemens Enterprise Communications (SEN) hat im Rahmen einer mit der Yankee Group in den USA durchgeführten Studie neue Erkenntnisse zum Einfluss von sozialen Netzwerken auf das Kommunikationsverhalten von Kunden und Mitarbeitern gewonnen. Die Studie belegt, dass sich die Nutzung der sozialen Netzwerke längst vom privaten auf den geschäftlichen Bereich ausgedehnt hat. So nutzen bereits stattliche 73 Prozent der US-Angestellten soziale Netzwerke, um ihre beruflichen Aufgaben zu erfüllen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ICE mit Schwitzplatzgarantie - die PR-Patzer der Deutschen Bahn

Neben technischen Tücken kämpft die DB Deutsche Bahn mit einem Riesen-Imageverlust. Mit seinem unprofessionellen Krisenmanagement hat sich der Berliner Konzern wieder mal ein Eigentor geschossen. Beginnend mit vergangenem Sonntag, als ein Bahn-Sprecher in die Kamera des ZDF hinein erklärte, dass drei überhitzte Züge mit 40 kollabierten Reisenden bei 1.400 Fernverkehrsverbindungen am Tag eigentlich nicht der Rede wert sind. Nur, dass sich diese Haltung



schon 24 Stunden später nicht mehr mit der Realität deckte: Beim Fahrgastverband Pro Bahn lagen da schon Dutzende Hinweise auf Probleme mit Klimaanlage vor. nn-online.de
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Gruner + Jahr-Sprecher Kurt Otto geht in Ruhestand

Kurt Otto (63) scheidet am 31. Juli nach insgesamt 22 Berufsjahren altersbedingt aus dem Verlagshaus Gruner+Jahr in Hamburg aus. Er wird dem Medienunternehmen in Fragen der Gruner+Jahr-Chronik und -Geschichte weiterhin beratend zur Seite stehen und projektbezogen entsprechende Aufgaben wahrnehmen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Verhandlungen mit DFB-Sprecher Harald Stenger

Harald Stenger bleibt möglicherweise doch Sprecher der Fußball-Nationalmannschaft, deutete Präsident Theo Zwanziger bei der Pressekonferenz des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) in Frankfurt/Main an. "Die Entscheidung über die Fortführung eines auslaufenden Vertrages wird durch das DFB-Präsidium getroffen", sagte Zwanziger zunächst ausweichend und konkretisierte dann: "Wir werden mit Harald Stenger in der nächsten Zeit

nochmal sprechen und eine vernünftige Lösung finden." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Günter Bentele ist neuer Dekan an der Universität Leipzig

An der Universität Leipzig wurden die Dekane neu gewählt. Gewählt wurde für die Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der neue Dekan Günter Bentele (62). Bentele ist seit 1994 Inhaber des Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit/PR am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Zuvor war er von 1989 bis 1994 Professor für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Journalistik an der Otto-Friedrich-Universität in Bamberg.

Personalien compact (42) (28.+29.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Marita Schultz** (33), seit mehr als sechs Jahren bei Schwartz Public Relations in München und derzeit als Account Director Leiterin des B2B-Teams, geht Anfang August in eine Babypause. **Sven Kersten-Reichherzer** (37) übernimmt dann die Teamleitung. Der studierte Diplom-Sozialwissenschaftler war zuvor in der PR-Agentur HBI Helga Bailey in München tätig und erfährt insgesamt über mehr als zwölf Jahre Erfahrung im Bereich Technologie-PR.




02: **Katja Molzahn** (28) verstärkt die PR-Agentur Neuland PR in Leipzig als PR-Assistentin mit den Schwerpunkten Imagefilme und Veranstaltungsmanagement. **Claudia Hering** (35) übernimmt die Standortleitung im Berliner Hauptstadtbüro der Agentur. Die Seniorberaterin war fast neun Jahre bei wbpr Potsdam (GPRA) tätig, fünf davon als Beraterin und Teamleiterin Corporate Communications. **Julian Wörner** (31) ist als Juniorberater ebenfalls neu im Team, er kommt von Johanssen + Kretschmer (GPRA) in Berlin.

03: **Maike Kant** (42) kommt als Senior Consultant zu Yamaoka PR in Hamburg. Zuvor war sie als Teamleiterin bei fischerAppelt Kommunikation (GPRA) in Hamburg tätig. **Daniela Wernstedt** (30) wird neue Office- und Event-Managerin. Die studierte Romanistin organisierte bereits für verschiedene Eventagenturen Veranstaltungen im In- und Ausland. **Julia Rauscher** (25), unterstützt ab sofort das Lifestyle-Team. Zuvor schloss sie erfolgreich ihr Studium der Medienwissenschaft und der Geschlechterforschung an der Universität Basel ab.

04: **Ann-Sophie Altmeier** (30) ist neue Managerin PR/Marketing Communications der Omnicom Media Group Germany in Düsseldorf. Die studierte Medienwissenschaftlerin war zuvor seit 2007 Teamleiterin im Bereich Brand und Corporate Communications bei der Düsseldorfer Agentur CrossPR. Sie folgt auf **Marc Sickfeld**, der sich nun vollständig seiner Position als

Director der OMG 4CE Fuse widmen wird, die er bereits im November vergangenen Jahres angetreten hat.

05: **Anne Malin** (37) verstärkt den Frankfurter Standort von fischerAppelt, relations (GPRA) und übernimmt dort die Leitung des Health & Brands-Teams. Die PR-Expertin war zuletzt als Director Brand Marketing bei Burson-Marsteller tätig, als Seniorberaterin und Teamleiterin zeichnete sie dort für verschiedene Etats verantwortlich. **Matthias Mezele** (31) erweitert am Hamburger Standort die Healthcare-Unit. Zuvor war er rund zehn Jahre bei Astra Zeneca tätig, zuletzt als Sprecher Corporate Communications.

06: **Mustafa Ucar** (37) ist neuer PR-Berater bei der Frankfurter PR- und Kommunikationsagentur conjoin communication. Der gelernte Journalist war vorher Ressortleiter "Entertainment" bei den Magazinen FHM und Maxim.

07: **Sarah Paulun** verstärkt pioneer pr in Leipzig als Junior PR-Beraterin für die Bereiche Fachkommunikation, E-Commerce sowie Konferenz- und Veranstaltungsmanagement. Sie studierte Kommunikationswissenschaft und politische Wissenschaft und arbeitete zuvor im Bereich audiovisuelle Medien unter anderem bei den Sendern WDR und MDR.

08: **Ina Fürholzer**, Leiterin des Healthcare-Bereich bei Ketchum Pleon (GPRA) in München, verlässt die Agentur Ende August mit unbekanntem Ziel. Sie ist seit 2005 bei Pleon, über Ihre Nachfolge gibt es

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!

noch keine Informationen.

09: **Raphael Bühler** (35) wurde bei Grayling Schweiz in Zürich (CH) zum Senior Consultant befördert, nachdem er seit 2005 in der Agentur als Berater tätig war, insgesamt verfügt er über bald zehn Jahre Agenturerfahrung. Bühler kommt aus dem Musikbusiness, wo er unter anderem bei Sony Music tätig war.

10: **Petra Wittmann** (33) ist als Social Media-Kommunikationsspezialistin neu bei Primus Communications in Zürich (CH) Zuvor war die studierte Betriebswirtin bei einer Werbeagentur tätig und absolvierte zeitgleich das Master-Studium PR & integrierte Kommunikation an der Donau-Universität Krems.

11: **Andi Lipp** (30) übernimmt bei Kern Gottbrath Kommunikation KGK die Betreuung verschiedener Kunden. Der Sportwissenschaftler gehört bereits seit März 2010 zum Team der Agentur und übernahm zunächst als Trainee die Vertretung von **Joachim Stark** während dessen Makalu-Expedition. Lipp folgt auf **Benedikt Tröster**, der KGK verlässt und ins oberschwäbische Tettnang zur Firma Vaude wechselt.

12: **Christoph Kruse** (25) ist ab sofort als Account Executive bei HBI Helga Bailey in München tätig. Zuvor schrieb der studierte Theaterwissenschaftler für die "Kölnische Rundschau", Kenntnisse in der Kommunikationsbranche gewann er zudem bei den PR-Agenturen SSP und der Jeschenko

MedienAgentur Köln.

13: **Kim Hoang** ist bei Weber Shandwick in London neue Leiterin der Digital Practice in Europa. Früher Head of Digital bei McCann Erickson, arbeitete Hoang bis vor kurzem als European Head of Digital and Information Systems bei CMGRP UK, zu der auch Weber Shandwick gehört.

UNTERNEHMEN:

14: **Susanne Wegerhoff**, seit 1. Februar "**Vice President Opel Kommunikation**" in Rüsselsheim übernimmt die Aufgaben von Frank Klaas, der bisher "**General Director Opel/Vauxhall Communications**" war und das Unternehmen verlassen hat.

15: **Nina Schröer** ist neue Managerin des Bereichs European PR und eMarketing bei Britax Römer in Ulm. Sie war zuvor Practice Leader Technology bei der Agentur F&H Porter Novelli in München

16: **Frank Heffter** (43) wird am 1. September neuer Corporate Investor Relations Director von Celesio in Stuttgart. Bis zu diesem Zeitpunkt wird die Abteilung intern geführt. Seit 2007 leitet der Diplom-Wirtschaftsingenieur den Bereich Investor Relations von OC Oerlikon in Pfäffikon (CH).

17: **Esther Gerster** ist neue Leiterin der Konzernkommunikation & Media/IR beim Milchverarbeiter Emmi in Luzern (CH). Sie war zuvor in leitenden Funktionen in der Rückversicherungsindustrie (Swiss Re und Converium), bei Credit Suisse und beim

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!

Krankenversicherer SWICA tätig.

18: **Eszter Viragh** (37) ist neue Managerin Brand Communications bei Bristol-Myers Squibb in München und verantwortet damit die Kommunikation in den Bereichen Herz-Kreislauf- und Stoffwechsel-Erkrankungen, Immunologie, Onkologie und Virologie. Sie verfügt über eine zehnjährige Erfahrung in der Gesundheitskommunikation und leitete zuvor als Business Director die Healthcare Practice von Ketchum Pleon (GPRA) in München.

19: **Klaus-Dieter Schumacher** (54) übernimmt am 1. Oktober bei Nordzucker in Braunschweig die konzernweite Leitung des neuen Bereichs Economics, Public Affairs und Corporate Communication. Zuvor war er als Leiter der Volkswirtschaftlichen Abteilung bei Toepfer International in Hamburg beschäftigt. Unterstützt wird Schumacher von **Christian Kionka** als Senior Vice President Public Affairs.

20: **Gerd Henghuber** (39) verantwortet seit dem 1. Juli bei Munich Re in München im Bereich Media Relations das strategische Thema Klimawandel. Der ausgebildete Journalist hatte zuletzt die Unternehmenskommunikation von Knorr-Bremse geleitet. Ebenfalls neu im Team ist **Eva-Maria Gose-Fehlich** (35), die als Pressesprecherin die Themen Personal, Corporate Responsibility und Kunst&Architektur verantwortet. Sie war zuvor Senior-PR-Beraterin bei relatio PR in München.

21: **Dieter Weirich** (65) übernimmt zum 1. August die Leitung der Konzernkommunikation des hessischen Energiedienstleisters HSE in Darmstadt. Der gelernte Journalist, der zuvor Kommunikationschef des Frankfurter Flughafenbetreibers Fraport war, löst **Jürgen Hein-Benz** (50) ab, der künftig das neu strukturierte Regionalmanagement verantwortet, das ebenfalls im Zuständigkeitsbereich des Vorstandsvorsitzenden liegt. Weirich war vor

seinem Fraport Engagement von 1989 bis 2001 Intendant der Deutschen Welle in Köln.

22: **Sven-David Müller** (40) ist Chefredakteur und PR-Leiter bei NanoRepro in Marburg. Zuvor war er Pressesprecher des Universitätsklinikums Aachen. Müller ist seit 15 Jahren als Medizinjournalist und Gesundheitspublizist tätig und tritt im Bereich Investor Relations die Nachfolge von **Christofer Radic** an.

23: **Christian Witt** (36), Leiter der Unternehmenskommunikation, verlässt den Flughafen Düsseldorf, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen. Er ist seit 2008 für die Pressearbeit und das Beschwerdemanagement von Deutschlands drittgrößtem Airport verantwortlich. Ein Nachfolger steht bislang nicht fest

24: **Andreas Alsen** (36) verantwortet die Unternehmenskommunikation und stellvertretend die Vertriebsleitung bei Lignum Edelholz Investitionen in Berlin. Der Jurist und PR-Experte war zuletzt als selbständiger Kommunikationsberater für Finanzdienstleister und Stiftungen in Hamburg tätig. Alsens folgt auf **Nikolaus Nowak**, der bereits im Januar zur schweizerischen Firma Sharewood gewechselt ist.

25: **Linda Konter** (27) ist neue Social Media Content-Managerin bei BitDefender in Holzwickede, sie ist verantwortlich für die Konzeptionierung und Durchführung einer Social-Media-Strategie. Die Diplom-Medienökonomin kam 2008 als Community-Managerin zum Unicum Verlag nach Bochum und wurde 2009 Leiterin des Bereichs Online.

26: **Katrin Bergmann** (35) ist neue Senior PR-Managerin und stellvertretende Pressesprecherin in der Abteilung PR & Kommunikation der McDonald's Kinderhilfe Stiftung in München. Seit 2007 betreut sie McDonald's Deutschland und die Kinderhilfe-Stiftung als PR-Beraterin der Agentur Print Communications Consultants in München

27: **Roland Koriath** (44), Leiter Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei Eurotax-Schwacke in Maintal, verlässt aus persönlichen Gründen das Unternehmen mit sofortiger Wirkung. Zuvor war er langjähriger Chefredakteur der Fachzeitschriften "AUTOSTraßenverkehr" und "4Wheel Fun". Koriath leitete den Bereich erst seit April, die Leitung wird zunächst kommissarisch von **Michael Bergmann** und **Moravid Talaei** übernommen

28: **Pia G. Guggenbühl** (31) ist neue Leiterin Kommunikation und Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung von hotelleriesuisse in Bern (CH). Zuvor war sie als PR-Beraterin mit Spezialisierung Public Affairs bei Burson-Marsteller in Zürich tätig. Guggenbühl übernimmt die Kommunikationsleitung von **Nora Fehr**, die als Beraterin zu Dr. Schenker Kommunikation gewechselt ist.

29: **Birgit Grigoriou** (45) ist Associated Partner (ACP) von Convento mit Sitz in Neuss und wird vorwiegend im Raum Berlin und Hamburg aktiv sein. Die gelernte Kommunikationsberaterin verfügt über 25 Jahre Berufserfahrung als Beraterin in Werbe- und PR-Agenturen und war zuletzt sieben Jahre lang Leiterin Unternehmenskommunikation bei dem Dienstleister für Medienbeobachtung und Medienanalyse Ausschnitt in Berlin.

30: **Frank Keidel** (42) wird neuer Senior Communications Manager für die interne und externe Kommunikation beim Versicherungsunternehmen Zürich Schweiz. Noch bis Ende Juli ist er als Mediensprecher beim Schweizerischen Versicherungsverband SVV tätig. Vor dem SVV arbeitete der frühere "Cash"-Journalist für Swiss Life. persoenlich.com

31: **Ronald Brüggmann** (46) ist seit dem 1. Juli Manager Communications in der Marine & Petroleum Power Division bei Caterpillar Motoren in Kiel. Damit ist Brüggmann unter anderem für die

interne Kommunikation innerhalb der Division, sowie die Koordination der internen und externen Kommunikation der drei Bereiche Caterpillar Marine Power Systems, Global Petroleum in Houston, und Caterpillar Motoren zuständig. Die Position wurde neu geschaffen. pressesprecher.com

MEDIEN:

32: **Jonas Schmieder** (29), Head of Digital Business und zusätzlich verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit der Mediengruppe Klambt, wurde in die Geschäftsleitung am Standort Hamburg berufen.

33: **Thomas Forner** (37) verstärkt die Geschäftsführung der European Professional Publishing Group (EPPG) in München. Zusammen mit **Ferdinand von Wrede** führt der Medienmanager zukünftig die Geschäfte der EPPG in einer Doppelspitze. Der Diplomkaufmann und ehemalige Bertelsmann- und Springer-Mann Forner war zuletzt Geschäftsführer Finanzen des Auktionssenders 1-2-3-tv.

VERBÄNDE UND INSTITUTE:

34: **Emanuel Hugl** (40) wird neuer verantwortet beim DEL-Club EHC München ab 26. Juli den Bereich Medien- und Öffentlichkeitsarbeit. Der Diplom-Kommunikationswirt folgt auf **Carsten Zehm**, der den Verein auf eigenen Wunsch verlassen hat. Hugl war von 1997 bis 2009 für die TV-Sender DSF (heute SPORT1) und Premiere (heute Sky) tätig, wo er zuletzt für die Bereiche Eishockey und Fußball kommunikationsverantwortlich war. Seit 2010 arbeitet er als selbständiger Kommunikations- und PR-Berater in München.

35: **Patrick Lentz** (33) wurde zum Professor für Marketingmanagement mit Schwerpunkt Markt-, Medien- und Eventforschung der Fachhochschule

des Mittelstands (FHM) in Bielefeld berufen. Bereits seit 2005 ist er als Dozent in den betriebswirtschaftlichen Kernfächern an der FHM. Neben seiner Professur an der FHM ist Lentz seit 2004 als selbständiger Marketingberater tätig.

36: **Isabelle von Roth** (33) ist neue Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Bundessteuerberaterkammer in Berlin. Zuvor leitete sie bei dem Finanzdienstleister MCG Management Capital Group die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

37: **Kristy-Barbara Lange** ist neue Leiterin Kommunikation des Branchenverbandes der industriellen Hersteller, Verarbeiter und Anwender von Biokunststoffen European Bioplastics in Berlin. Zuvor arbeitete sie seit 2007 bei der Kommunikationsagentur Hill & Knowlton in Berlin.

38: **Mandy Schoßig** ist seit dem 21. Juni Leiterin Kommunikation bei der Forschungs- und Beratungseinrichtung Öko-Institut. Damit verantwortet sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für alle Standorte des Instituts. In dieser Funktion folgt Schoßig auf **Christiane Rathmann**, die die Forschungsanstalt verlassen hat.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

39: **Mirko Streiber** (43) hat die Leitung der Hamburger Polizeipressestelle übernommen. Er folgt auf **Ralf Meyer** (50), der stellvertretender Chef des Landeskriminalamts wird und die Pressestelle zuvor gut sechs Jahre geleitet hat. Streiber ist seit 1983 bei der Hamburger Polizei, zuletzt war er stellvertretender Leiter der LKA-Abteilung für Spezialeinsätze und Ermittlungsunterstützung.

40: **Christoph Zörb** (42) wird ab 1. August Kommunikationsdirektor der rheinland-pfälzische

CDU-Spitzenkandidatin Julia Klöckner für die Landtagswahl 2011. Der gelernte Redakteur ist derzeit Pressesprecher von Hessens Noch-Umweltministerin Silke Lautenschläger (CDU). Zuvor war er in dieser Funktion für den damaligen hessischen Wirtschaftsminister Alois Rhiel (CDU) tätig.

NEKROLOG:

41: **Dieter Schwarzenau** (72), ehemalige Leiter und Moderator des ZDF-Kulturmagazins "aspekte" ist verstorben. Zuletzt war er bis zu seinem Ausscheiden im Jahr 1998 Leiter der Hauptabteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressechef des Mainzer Senders.

42: **Jürgen Scholz** (81), Gründer des unabhängigen deutschen Agenturverbundes Scholz & Friends, ist am 7. Juli verstorben. 1981 gründete er in Hamburg die Agentur, verkaufte sie 1986 und wechselte überraschend in den Aufsichtsrat des grössten Wettbewerbers Jung von Matt. Vor Scholz & Friends hatte der gelernte Kreative aus Essen bereits die deutsche Agenturgruppe BBDO als Zweig des gleichnamigen globalen US-Networks gegründet. W&V Online zeigt einige seiner [besten Arbeiten](#).

Etats

Etats compact (44) (28.+29.KW-2010)

01: Suite101, Berlin
was: *PR-Etat*
an: **cocodibu**, München

02: Bundesverband der Medientrainer in Deutschland (BMTD), Erpel
was: *komplette Verbands-PR*
an: **agentur05**, Köln

03: TwoTickets.de, Berlin
was: *Online Relations und Corporate-PR*
an: **markengold PR**, Berlin

04: Audi, Ingolstadt
was: *Unternehmensgeschäftsbericht 2010*
an: **G+J Corporate Editors**, Hamburg

05: Filmförderungsanstalt (FFA), Berlin
was: *Kampagne für den Kurzfilm als Vorfilm*
an: **we do**, Berlin

06: O`lala, Bad Blankenburg
was: *Unternehmens- und Produktkommunikation*
an: **becker döring communication**, Offenbach

07: Zinio, Frankfurt am Main
was: *PR-Kampagne für die Zinio iPad Application*
an: **Hotwire**, Frankfurt am Main

08: Common Wadden Sea Secretariat,
Wilhelmshaven
was: *internationale Kommunikation für das
Wattenmeer*
an: **Publicis**, Hamburg

09: Landesbank Berlin Investment (LBB-Invest),
Berlin
was: *Öffentlichkeitsarbeit und
Unternehmenskommunikation*
an: **HBS International**, Frankfurt

10: Canada Goose, Düsseldorf
was: *PR- und Kommunikationsarbeit für den
deutschen Markt*
an: **Articus & Stewens**, München

11: Ipro Dresden Planungs- und
Ingenieuraktiengesellschaft, Dresden
was: *Teilerstellung des Kundenmagazins
"Projekte & Akteure"*
an: **4iMEDIA Corporate Publishing**, Leipzig

12: Huber Packaging, Öhringen
was: *Kommunikationskonzept für eine neue*

Getränkeverpackung
an: **RTS Rieger Team**, Leinfelden-Echterdingen

13: New Yorker, Braunschweig
was: *Einrichtung von Newsrooms für alle
Kommunikationsbereiche*
an: **Zucker.Kommunikation**, Berlin

14: Software4G, St. Leon-Rot
was: *Kommunikation zum Markteintritt der neuen
PC-Lösung BEN*
an: **Walter Visuelle PR**, Wiesbaden

15: Plex Systems, München
was: *Markteinführung von Plex Online im
deutschsprachigen Markt*
an: **teamtosse hightech marketing**, München

16: Amnesty International, Bonn
was: *Kommunikations-Kampagne "Mehr
Verantwortung bei der Polizei"*
an: **Kornberger und Partner, kp works**, Berlin

17: Hessisches Ministerium für Wissenschaft und
Kunst, Wiesbaden
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des
UNESCO Welterbes Grube Messel*
an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

18: Tourismusverband Sächsische Schweiz, Pirna
was: *Öffentlichkeitsarbeit für die Destination
"Sächsisch-Böhmische Schweiz"*
an: **Thiel Public Relations**, Dresden

19: Kassenärztliche Vereinigung Rheinland-Pfalz
(KV RLP), Mainz
was: *Erstellung verschiedener
Unternehmenspublikationen und Sonderaufträge*
an: **4iMedia Corporate Publishing**, Leipzig

20: Deutscher Genossenschafts-Verlag, Wiesbaden
was: *Entwicklung des Unternehmermagazins "Auf
Kurs" der Volksbanken und Raiffeisenbanken*
an: **Die Profilwerkstatt**, Darmstadt

- 21: Janz IT, Paderborn
was: Publikums- und Fachpressearbeit, sowie Kommunikation zur Neupositionierung und Umfirmierung
an: **Laub & Partner**, Hamburg
- 22: Fonchili, Berlin
was: Steigerung der Markenbekanntheit und Präsenz von Fotorollo24.de in relevanten B2B- und B2C-Medien
an: **piäbo medienmanagement**, Berlin
- 23: wetter.com, Singen
was: PR-Aktivitäten zum Relaunch von reise.com und weitere PR-Betreuung in Deutschland, Österreich und der Schweiz
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, (GPRA), München
- 24: Presse- und Informationsamt (PIA), Frankfurt am Main
was: Durchführung von Presse- und Öffentlichkeitsmaßnahmen sowie Veranstaltungen der FIFA Frauen-WM 2011
an: **Media Consulta (MC)**, Köln
- 25: Rotary International, Hamburg
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland für die Anti-Polio-Kampagne sowie der Humanity In Motion 2010 Kampagne
an: **Plus PR Agentur für Public Relations**, Köln
- 26: Norwegisches Generalkonsulat, Hamburg
- 27: Zukunftswerkstatt Buchholz im Landkreis Harburg, Buchholz/Winsen
was: Projektaufträge für Pressearbeit
an: **Muth Kommunikation, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit**, Hamburg
- 28: Toshiba Medical Systems Deutschland, Neuss
was: Produkt-Kommunikation für den Bereich bildgebende Systeme
- 29: Fotolia, Berlin
Pressearbeit in Fach- und Publikumsmedien und Corporate Communications in der DACH-Region sowie Kommunikation rund um die Events der was: Fotolia-Akademie
an: **markenzeichen**, Frankfurt am Main
- 30: ZKW Group, Wieselburg (AT)
was: Pressearbeit
an: **Press'n'Relations Austria**, Wien (AT)
- 31: Fonds zur Förderung der wissenschaftlichen Forschung (FWF), Wien (AT)
was: Wissenschaftskommunikation
an: **PR&D - Public Relations für Forschung & Bildung**, Wien (AT)
- 32: Ceratizit, Mamer (LU)
was: vertriebsunterstützende Fachpressearbeit
an: **ofischer communication**, Bonn
- 33: Stadlbauer Marketing & Vertrieb, Salzburg (AT)
was: Kommunikation der neuen Produktlinie Carrera RC
an: **swordfish pr**, München
- 34: Swiss Airline, Basel (CH)
was: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in europäischen Märkten
an: **Burson-Marsteller**, Frankfurt am Main
- 35: Millform, Zürich (CH)
was: PR-Etat für Gbanga Famiglia in Deutschland und Österreich
an: **Tonka Performance PR**, Berlin
- 36: Thuisbezorgd, Enschede (NL)
was: Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR fürieferservice.de undieferservice.at
an: **PR4you**, Berlin
- 37: Bacardi-Martini Schweiz, Zürich (CH)
was: Kommunikation, Medienarbeit und Organisation von Medienevents für die Marke Jack Daniel's in der Schweiz
an: **Grayling Schweiz**, Zürich (CH)

38: Argotec, Oberentfelden (CH)
was: *Fachartikel-Marketing, regelmässige Medienarbeit, Kundenkommunikation sowie diverse weitere PR- und Marketing-Massnahmen*
an: **Präsenz und Effizienz in Printmedien (PEP)**, Gunzwil (CH)

39: Lugubris, Wien (AT)
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
40: Einklang3, Nürnberg
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Online-Shop*
an: **PresseDesk**, Berlin

41: Credit Life International, Venlo (NL)
was: *internationale PR-Arbeit*
42: Ferro Duo, Duisburg
was: *Pressearbeit für die neu gegründete Tochter Ferro Duo Chemicals*
an: **Blue Moon Communication Consultants**, Neuss

43: Alfred Day, Zürich (CH)
was: *Produkt- und Markenkommunikation*
44: EuroKaution, Zürich (CH)
was: *PR-Massnahmen und strategische Beratung*
an: **Cecchetto & Hertig**, Urdorf (CH)

Branche

Web 2.0: Die Inflation der Billig-Kommunikation

Mit Smartphone und Handycam Filmchen drehen und ins Netz stellen – das kann heute jeder. Auch PR-Leute haben die Möglichkeiten, die audiovisuelle Medien bieten, erkannt. Der Trend: Billigproduktion mit zweifelhafter Qualität. Dabei geraten Unternehmen und Marken ins falsche Licht. Das schadet der Reputation.

Von Perry Reisewitz, gefunden auf unternehmer.de

Grayling präsentiert die Ergebnisse der ECM Studie für Deutschland

Die Agentur Grayling hat im Rahmen eines Webinars die Ergebnisse des European Communication Monitors 2010 für Deutschland präsentiert. Die Teilnehmer des Online-Seminars wurden durch die beiden Referenten Ansgar Zerfaß, Universität Leipzig, und Stefan Kombüchen, Grayling Deutschland, über die besonderen Entwicklungen in der deutschen PR informiert. Dabei konnten sie sich auf die Aussagen von etwa 150 deutschen PR-Experten berufen, die an der europaweiten Studie teilgenommen haben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mehrheit der Verbände befürwortet Lobbyregister

Die Politikberaterin Ulrike Propach aus Berlin und Jens Fuderholz, Geschäftsführer der Fürther PR-Agentur TBN Public Relations, haben ermittelt, dass die Mehrheit der Verbände ein Lobbyregister befürworten. Vor allem aufgrund offener Fragen zum Umgang mit Parteispenden hat die Debatte um Transparenz und Lobbying jüngst neue Dynamik erhalten. Erst vor wenigen Tagen hat sowohl die Fraktion von Bündnis 90/Die Grünen als auch die der Linken einen Antrag in den Deutschen Bundestag eingebracht, in dem ein verbindliches Register für Lobbyisten gefordert wird. Propach und Fuderholz stellen klar, dass auch die Verbände mehrheitlich ein solches Vorhaben unterstützen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BP PR-Gau: Manipuliert Bilder und peinliches Brettspiel

Kaum hat BP das Ölleck im Golf von Mexiko ansatzweise unter Kontrolle, da blamiert sich der Konzern mit einer deftigen PR-Panne: Um das eigene Krisenmanagement zu schönen, wurden Bilder aus einem Kontrollzentrum manipuliert. BP kommt aus den Negativschlagzeilen nicht heraus: Hatte es bislang vor allem Kritik gehagelt an der Unfähigkeit, das Ölleck im Golf von Mexiko zu schließen, so sieht sich der Konzern jetzt auch noch dem Vorwurf der Medienmanipulation ausgesetzt. Das Unternehmen hatte manipulierte Fotos veröffentlicht, die offenbar große Geschäftstätigkeit im Kampf gegen die Ölpest demonstrieren sollten. handelsblatt.com
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die "Ich bin dann mal weg"-Strategie

Immer mehr Rücktritte in immer kürzeren Zeitabständen - was wie der Beginn einer neuen deutschen Aufgebermentalität wirkt, ist in Wahrheit die Arbeit gewiefter Public Relation. Das Konzept der Abgangs-PR verfolgt zwei Ziele: Erstens, den Abgang so dramatisch wie möglich zu inszenieren, um damit zweitens der Person eine neue, bisher nicht erreichte Zielgruppe zu erschließen. Ole von Beust, Roland Koch und Horst Köhler verfolgten in etwa dieselbe Taktik: Als sie zurücktraten, nannten sie zunächst keine schlüssigen Gründe für ihren geplanten Rücktritt und schürten damit die Spekulationsberichterstattung der Presse. ftd.de

LACP Vision Award: Die Top 100 der Geschäftsberichte

Die League of American Communications Professionals (LACP) hat das Ranking der 100 besten Unternehmensberichte heraus gegeben. Der LACP Vision Award ist eine renommierte Auszeichnung in der internationalen Finanzberichterstattung. Insgesamt wurden von der LACP mehr als 4.000 Einsendungen aus über 20 Ländern geprüft und bewertet. Besonders erfreulich ist die hohe Einstufung deutscher Einreichungen:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (13) (28.+29.KW 2010)

01: Die Agentur Hering Schuppener, Düsseldorf/Frankfurt am Main, belegt beim **Mergermarket M&A Ranking PR-Agenturen Deutschland** erneut den ersten Platz, sowohl nach Anzahl als auch nach Volumen der Transaktionen. Bezogen auf den Zeitraum 1. Januar bis 30. Juni 2010 betreute die Finanzkommunikationsberatung zwölf Transaktionen mit einem Gesamtvolumen in Höhe von über sieben Milliarden Euro (9,39 Milliarden US-Dollar).

02: Die Kölner PR-Agentur Oliver Schrott Kommunikation (OSK) setzt ihre Internationalisierungsstrategie weiter fort. Mit der **Gründung des Tochterunternehmens "OSK Public Relations Consulting (Beijing)" in der chinesischen Hauptstadt Peking** engagiert sich die Agentur nach dem US-Büro in New York bereits mit einem zweiten Standort im Ausland. In der amerikanischen Wirtschafts- und Medien-Metropole ist OSK seit Anfang 2008 vertreten..

03: Die Worldcom Public Relations Group, weltweites Netzwerk unabhängiger PR-Agenturen, hat die **Ergebnisse einer internationalen Studie** bekannt gegeben. Über

siebzig von 104 Partneragenturen weltweit haben sich an der Umfrage beteiligt. Hauptergebnis ist die Aussage, dass die Bereiche Social Media und Research in der PR signifikant zunehmen werden, Services in Bezug auf klassische Medienarbeit und Werbegeschäft dagegen abnehmen werden. pressebox.de

04: Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung sind wesentliche Faktoren des unternehmerischen Erfolgs. Wichtigstes Medium hierfür ist der **Nachhaltigkeits- oder CSR-Bericht**. Um Unternehmen den Einstieg in die Berichtspraxis zu erleichtern, hat crossrelations (GPRA), Düsseldorf einen Leitfaden zum Corporate Responsibility Reporting zusammengestellt. Darin wird nicht nur ein Überblick über Chancen und Risiken der Berichterstattung gegeben. Weitere Informationen und Kontakt: crossrelations.de

05: fischerAppelt, relations (GRA) wurde von deutschen Wirtschaftsjournalisten zum dritten Mal in Folge zur **PR-Agentur mit der besten Pressearbeit** gekürt. So das Ergebnis einer Studie der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation. Neben fischerAppelt wurden dieses Jahr in der Unternehmenskategorie BMW und Volkswagen sowie auf Verbandsseite der ADAC und VDA ausgezeichnet. Der Preis wird im Rahmen der Jahrestagung der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation am 27. Juli in Frankfurt am Main verliehen. Alle Ergebnisse in der Zusammenfassung: cylex.de

06: Die **Hamburger Agentur Pluspool**, spezialisiert auf Pharma-PR, begibt sich mit Haut und Haaren in die Hände von TBWA. Die gelernte Journalistin Karin Reichl hat ihre Agentur mit bisher sechs festen Mitarbeitern an das Omnicom-Netzwerk verkauft und firmiert jetzt als Geschäftsführerin von TBWA Hamburg. Gleichzeitig leitet sie die neue 45-köpfige Unit

TBWA Plus, in der die Kunden der beiden Partner gebündelt sind. new-business.de

07: **McDonald's bricht in Europa und insbesondere in der Schweiz radikal mit dem Logo**. Seit Monaten ist das Unternehmen daran, das Erscheinungsbild von rot auf grün zu ändern. Der goldene Bogen prangt bereits bei mehr als zehn Restaurants neu vor dunkelgrünem Hintergrund. Warum tut das ein so starker Brand wie McDonald's? Will sich die Marke grün waschen? "persoenlich.com" sprach mit Marketing-Chef Thomas Truttman über die ungewöhnliche Farbstrategie. persoenlich.com

08: **Das PR-Wiki** wird im Studiengang Online-Journalismus der Hochschule Darmstadt eingesetzt. Vor allem Studenten mit Schwerpunkt Public Relations nutzen das Wiki, um eigene Erfahrungen mit Wikis zu machen und um einen Wissensspeicher zu PR-Themen aufzubauen. Die meisten der veröffentlichten Artikel entstehen im Rahmen von Lehrveranstaltungen, einige Seiten dienen als Themensammlung oder offener Workspace. pr-wiki.de

09: Unternehmen, Berater und Trainer stehen dem **Nutzen von Fachartikeln als PR-Instrument** oft skeptisch gegenüber. Weil sie nicht wissen, mit welcher Strategie sie an die Aufgabe herangehen sollen. Für eine nachhaltige Fachartikel-PR, die potenzielle Kunden überzeugt, empfiehlt sich deshalb eine Strategie, die aus drei Phasen besteht: Themenplatzierung – flexible Mehrfachverwertung – Info-Kampagne. perspektive-mittelstand.de

10: Drei Mitglieder der German Speakers Association wurden in Orlando/Florida zum **"Certified Speaking Professional" (CSP) zertifiziert**. Im Rahmen einer festlichen Zeremonie überreichte Phil van Hooser, Präsident der NSA, die Ehrenmedaillen an den GSA-Präsidenten Lothar Seiwert, den Gedächtnistrainer Markus

Hofmann und den Kopf der Go! Akademie,
Andreas Buhr. germanspeakers.org

**11: Bei dem vom Land Bayern
ausgeschriebenen MediaAward 2010** setzte
sich die PR-Agentur Rieder Kommunikation aus
Saarbrücken gegen 40 Mitbewerber durch und
gewann den 3. Preis in der Kategorie
"Kommunikationskonzept". Für ein strategisches,
sehr systematisches und kreatives
Kommunikations- und PR-Konzept", so die Jury.
Am 16. Juli wurde der MediaAward 2010 in
München verliehen, Isabell Rieder bekam den
Preis bei der feierlichen Preisverleihung
überreicht. media-award.de

**12: Vom schwierigen Verhältnis zwischen
Journalisten und Pressesprechern.** ZDF-
Moderator Steffen Seibert wird neuer
Regierungssprecher und damit Nachfolger von
Ulrich Wilhelm, der wiederum als Intendant zum
Bayerischen Rundfunk wechselt. Doch wie gut
kann so ein Rollentausch zwischen Journalismus
und Polit-PR funktionieren? (...) Zwischen beiden
Berufsfeldern herrscht ein ausgeprägter
"Drehtüreffekt" - viele Journalisten arbeiten
mehrere Jahre als Sprecher einer Institution,
eines Unternehmens oder einer Partei, um
danach wieder in ihren alten Beruf
zurückzukehren. dradio.de

**13: Die Westdeutsche Akademie für
Kommunikation WAK** verleiht zum 32. Mal die **Dr.
Kurt Neven DuMont-Medaille für
herausragende kommunikative Leistungen** an
Personen und Institutionen. Empfänger der
Auszeichnung ist Rotary International für ihr
unvergleichbares Kommunikationskonzept
PolioPlus zur Ausrottung von Polio weltweit. Die
Verleihung findet am 30. November im
Börsensaal der IHK zu Köln statt. wak.de

Social Media + Web 2.0

Deutschlands beliebteste Websites 2010

Die Sieger des OnlineStar 2010/Publikumspreis
stehen fest. Insgesamt gaben die User aus
Deutschland, Österreich und der Schweiz im Laufe
der Wahl über 130.000 Stimmen ab. Der OnlineStar
Publikumspreis wurde dieses Jahr bereits zum
zwölften Mal von der Verlagsgruppe Ebner Ulm
(Titel u.a. com!, Internet World Business, Page)
vergeben. Jeweils ein OnlineStar in Gold ging an:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Coca-Cola Konzern tritt in die Social-Media-Falle

Das Schlimmste, was jeder
endverbraucherorientierten Marke heute in Sachen
Marketing passieren kann, ist ein Dienstleister mit
mangelhaftem Internet-Wissen aber dem Gefühl,
total hipcoolarschmäßiggeil zu sein, dazu ein
Schüsschen Political Correctness gepaart mit dem
Auftauchen einer erzürnten Person die in der Lage
ist, sich Gehör zu verschaffen. Und darauf folgend
der Einstieg klassischer Medien. Genau das ist
Coca-Cola UK hier passiert. Mit dem Ergebnis,
dass der Konzern nun zwischen die Fronten
geraten ist. indiskreionehrensache.de

Blogs beeinflussen 50 Prozent der Kaufentscheidungen

Weblogs sind eine der wichtigsten
Orientierungshilfen beim Kauf von Consumer
Electronics-Produkten. Der Einfluss von Gadget-
Blogs und Foren auf die Kaufentscheidung steigt.
Laut den Ergebnissen einer von der

Kommunikationsberatung Octane PR durchgeführten Umfrage, die das Kaufentscheidungsverhalten im Internet beleuchtet, informieren sich bereits knapp 50 Prozent der befragten Konsumenten vor dem Kauf eines Consumer Electronic-Produktes in Blogs und Foren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (6) (28.+29.KW-2010)

01: Mehr Übersicht über Social-Media-Aktivitäten eines Unternehmens bietet der neue, einfach einzurichtende Social-Media-Newsroom von Walter Visuelle PR und der avenit. Die Wiesbadener PR-Agentur und der Offenburger Internet-Dienstleister haben gemeinsam eine Lösung geschaffen, die Kanäle wie Twitter, Facebook, Blogs, YouTube und Co. bündelt. Der Content, der originär über verschiedene Plattformen verstreut ist, wird so auf einer einzigen Seite dargestellt. [presselounge.de](#)

02: Das Web im Focus, Profi-Tools für das Social Media Monitoring: Inzwischen gibt es viele verschiedene Social-Media Monitoring Tools auf dem internationalen Markt. Diese Tools unterscheiden sich teilweise deutlich. Daher ist es sinnvoll, bevor man sich für ein Tool entscheidet, eine grobe "Google Research" durchzuführen, um so einschätzen zu können, welche Zielgruppen, Regionen, Sprachen oder Märkte durch das Social Monitoring Tool abgedeckt werden sollen. [echtzeitschrift.info](#)

03: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlicht zehn Tipps für den Einstieg ins Social Media Marketing. Der Leitfaden der Fachgruppe Social Media im BVDW spricht unter anderem Unternehmen an, die bisher noch keine Kampagnen im Social Web

umgesetzt haben, beziehungsweise ihre ersten Aktivitäten überprüfen möchten. Auch für Agenturen und Selbständige bietet der Ratgeber hilfreiche Tipps. Erhältlich ist der Leitfaden kostenlos auf der [BVDW-Website](#).

04: Empfehlungen in Social Media beeinflussen das Kaufverhalten von Nutzern und die Bedeutung von klassischen Peer-to-Peer Empfehlungen nimmt ab. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der internationalen PR-Agentur Hotwire über soziale Netzwerke und die dort empfohlenen Produkte. Die Studie wurde in fünf europäischen Ländern durchgeführt. Neben länderspezifischen Unterschieden zeigt die Studie auf, dass es große Unterschiede zwischen den Online-Gewohnheiten von Frauen und Männern gibt. [hotwirepr.de](#)

05: Die Studie "Das mobile Internet" von Fittkau & Maaß Consulting, Hamburg zeigt, dass allein zwei Drittel (66%) aller Smartphone-Besitzer Apps, Ovis & Co. nutzen - und zwar vorwiegend die kostenfreien (von 69%). Mobile Navigationsservices sind dabei aus Nutzersicht die allerwichtigste Anwendung, aber auch Spiele, Nachrichten und Wetterinformationsdienste haben es den Smartphone-Usern angetan.

06: Laut einer aktuellen Studie des globalen PR-Netzwerks Eurocom Worldwide und Schwartz Public Relations, München sollen bei rund 45 Prozent der befragten Unternehmen die **Budgets für Social Media-Aktivitäten steigen**. Europaweit wurden mehrere hundert Führungskräfte in Technologieunternehmen nach ihrer Einschätzung zu Themen wie Corporate Blog, Social Networks, Recruitment im Social Web und dem Mehrwert von Social Media befragt. [schwartzpr.de](#)

Medien

PMG Zitate-Ranking: Spiegel im zweiten Quartal 2010 wichtige Quelle für Journalisten

PMG Presse-Monitor veröffentlicht auch in 2010 das umfassendste Zitate-Ranking in der deutschen Medienlandschaft. Der Spiegel ist im zweiten Quartal 2010 von allen untersuchten Zeitungen, Zeitschriften, Onlinemedien sowie TV- und Radiosendern das meistzitierte Medium. Die Bild-Zeitung ist im Ressort Boulevard / Vermischtes führend. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Dachverband Media Forum Europe (MFE) gegründet

Das Forum Corporate Publishing (FCP), der Fachverband Medienproduktions (f:mp.) und die Corporate TV Association (CTVA) haben am 21. Juli in der Münchner Residenz den gemeinsamen Dachverband für medienübergreifende Dienstleistungen der Unternehmenskommunikation "Media Forum Europe" (MFE) gegründet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (28.+29.KW-2010)

01: **Es ist Zeit für eine Ablösung der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.** Seit Anbeginn des Privatfernsehens rechnet eine Branche ihre Erfolge in der Vergleichsgröße der 14- bis 49-jährigen Zuschauer ab. Eine Zielgruppen-Definition, die oft und scharf kritisiert wurde. Ist es vielleicht Zeit für eine Revolution? Das wird nicht von heute auf morgen stattfinden. Aber selten war die

Bereitschaft aller Marktteilnehmer größer. Und es wird Zeit, denn weder die Altersgrenze bei 49 Jahren noch die Bezeichnung "werberelevant" macht Sinn. [dwdl.de](#)

02: **Magazin-IVW:** Das Magazin Landlust, der Print-Überflieger der vergangenen Jahre, liegt mit 705.430 verkauften Heften nun auch über der 700.000er-Marke - und ein Ende des Aufstiegs ist nicht in Sicht. Schlechte Nachrichten hingegen bei den großen wöchentlichen Magazinen: So verlor Der Spiegel 4,3% gegenüber dem Vorjahresquartal, der stern liegt 8,3% unter diesem Vergleichswert und der Focus sogar 12,3%. Auch in den meisten anderen Segmenten überwiegen die Verlierer. [meedia.de](#)

03: **Zeitungs-IVW:** Keins der sieben Blätter, deren Zahlen eine Woche vor der offiziellen Veröffentlichung bereits vorliegen, konnte die Werte aus dem Vorjahresquartal halten. Besonders deutlich verloren dabei das Springer-Duo Welt / Welt kompakt, das nur gemeinsam ausgewiesen wird und die tageszeitung. 4,4% bzw. 5,2% der verkauften Auflage ging abhanden. Bild, die meistverkaufte Zeitung des Landes, verzeichnet diesmal einen Rückgang von 3,7%. [meedia.de](#)

04: **Gemischte IVW-Bilanz im Frühjahr 2010:** Die Gesamtauflagen der einzelnen Pressegattungen entwickeln sich unterschiedlich: Die deutschen Tageszeitungen können nach den Verlusten zu Jahresbeginn ihr aktuelles Gesamtergebnis gegenüber dem Vorquartal leicht verbessern. Die Wochenzeitungen und Fachtitel präsentieren sich mit weitgehend stabilen Auflagen. Für die Publikums- und Kundenzeitschriften bleiben die aktuellen Gesamtauflagen hinter dem Ergebnis vom Jahresbeginn zurück. Im direkten Vergleich zum Vorjahr sind mit Ausnahme der Wochenzeitungen für alle Pressegattungen die Auflagen rückläufig. [ivw.de](#)

05: **Superbehörde soll Medien kontrollieren:** Experten taten sich zusammen, redeten über die

digitale Welt - und fordern nun eine ganz neue Medienordnung. Wie in England soll eine Superbehörde über Internet, Rundfunk und Telefondienste wachen. Einerseits gibt es immer mehr Medien, andererseits eine größer werdende Diskussion um Qualität. Einerseits kommen immer leistungsfähigere Endgeräte für den Medienkonsum auf den Markt, andererseits gibt es ganz viele Aufsichtsgremien, die ihre Rolle suchen sueddeutsche.de

06: Von der First Class zu den Billigfliegern - Die Klassen-Gesellschaft im Journalismus. Im Journalismus-Gewerbe gibt es, wie in der übrigen Gesellschaft auch, eine Klassengesellschaft. Die mediale Klasse lässt sich ungefähr so einteilen wie die Buchungsklassen bei einer Luftreise: Es gibt die schrumpfende First Class mit unlimitiertem Spesenkonto, die gut situierte Business Class, das Fußvolk der Economy-Klasse und eine wachsende Schar an Billigfliegern. "Meedia" präsentiert eine nicht ganz ernst gemeinte Analyse der medialen Klassengesellschaft. meedia.de

07: In einer Umfrage hat das Hamburger Unternehmen für Online-Marktforschung MediaAnalyzer herausgefunden, dass mehr als **90 Prozent der Internet-User Online-Werbung als notwendige Finanzierung des Web-Contents akzeptieren.** Nur etwa 8 Prozent der Befragten würden „lieber kleine Beträge für den Internetinhalt bezahlen“. Dabei zeigt Online-Werbung Wirkung: fast 71 Prozent der Befragten haben auf Online-Werbung schon einmal reagiert und immerhin ein Drittel wurden dadurch mindestens einmal direkt zum Produktkauf animiert. mediaanalyzer.com

08: Presserat: Schon 115 Beschwerden wegen Loveparade-Berichterstattung. Die Berichterstattung über Katastrophen ist oft Anlass für Diskussionen, so auch die seit Samstag über das Unglück bei der Love Parade in Duisburg. Der Deutsche Presserat hat bereits

115 Beschwerden entgegengenommen, die meisten davon beklagen Fehler bei der zum Springer-Konzern gehörenden Bild-Zeitung und ihrem Online-Ableger Bild.de. dradio.de

...und dann das noch:

Sommer, Sonne, Hitze, da wünscht man sich leichte Kleidung und davon so wenig wie möglich. Dass es mit noch weniger, als wenig geht, beweist die Agentur Butter in Düsseldorf mit einem [Kalender für Ärzte](#), als Teil einer Kampagne für Eizo Medical Monitore. Die jeweiligen Monatsmotive zieren Pin-Ups der besonderen Art, die mit sommerlicher Hitze kein Problem zu haben scheinen.

Services + Tipps

APCO führt Reputations-Management-Tool ein

APCO Worldwide stellte die Erste in einer Reihe von Studien vor, die den Return on Reputation Indicator nutzen. Das neue methodische und ergebnisorientierte Instrument wurde von der eigenen Meinungsforschungsgruppe APCO Insight entwickelt und soll Firmen helfen, ihr Reputationskapital zu verstehen, zu schützen und weiter auszubauen. Aufbauend auf einer quantitativen Befragung von fast 10.000 Personen, misst der Return on Reputation Indicator zum ersten mal die breitere Reputation in Bezug auf eine Gruppe von spezifischen Geschäftsergebnissen, inklusive Verbraucherverhalten, gesellschaftliches Engagement, Einstellungen politischer Zielgruppen, der rechtlichen Umgebung, finanzieller Wert und Mitarbeitererhalt und Mitarbeiterrekrutierung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Business Wire führt EventTrak für Aussteller auf Technologiemesen ein

Business Wire hat EventTrak by Business Wire vorgestellt. Dies ist ein detaillierter Report zur Medienberichterstattung von Messen. Dieser steht Ausstellern vor und nach der Messe für mehr als 100 Technologiemesen weltweit zur Verfügung. Kommunikationsverantwortliche können die Auswertung dieser Medienberichterstattung für ihre PR-Strategie bei Messteilnahme nutzen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (7) (28.+29.KW-2010)

01: Von wegen Erholung: **Mehr als die Hälfte der deutschen Arbeitnehmer beantwortet im Sommerurlaub geschäftliche E-Mails.** Dies ergab eine vom Software-Anbieter Symantec in Auftrag gegebene Studie des Marktforschungsunternehmens Emnid. Befragt wurden knapp 600 Berufstätige in Deutschland. Nicht weniger als 52 Prozent rufen selbst im Urlaub ihre geschäftlichen E-Mails ab. Rund 34 Prozent nutzen dazu ihr privates Laptop oder das Smartphone. Immerhin 18 Prozent nehmen gar das Notebook, Smartphone/Personal Digital Assistant (PDA) oder ein internetfähiges Handy ihres Arbeitgebers mit in den Urlaub, um geschäftliche E-Mails zu lesen und zu beantworten. symantec.com/de

02: Die Deutschen haben nicht nur ein besonderes Verhältnis zu ihrem Auto, sondern auch zu ihren Autoherstellern: **Daimler ist das beliebteste deutsche Unternehmen des Jahres 2010** und erobert sich damit die im Vorjahr an Volkswagen verlorene Spitzenposition zurück, wie aus einer repräsentativen Umfrage von TNS Emnid für die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) hervorgeht. Auf den Plätzen drei bis fünf

folgen Volkswagen, BMW und Audi, während sich Siemens auf dem zweiten Rang als einziges Unternehmen jenseits der Autobranche in den Top-5 halten kann. pwc.de

03: **Die Deutsche Post beginnt eine neue Ära der Briefkommunikation: Der E-Postbrief ist am Start.** Ab sofort können sich Kunden ihre persönliche E-Postbrief-Adresse sichern. Mit dem E-Postbrief können Privatpersonen, Unternehmen und Verwaltungen sicher im Internet miteinander kommunizieren. Der E-Postbrief ist genauso verbindlich, vertraulich und verlässlich wie der Brief - dabei aber so schnell wie eine E-Mail. Ein E-Postbrief kostet genau wie der herkömmliche Brief 55 Cent. Nutzer können wählen, ob ihr Brief elektronisch an ein anderes E-Postbrief-Konto zugestellt wird oder von der Deutschen Post ausgedruckt und per Briefträger zugestellt wird. Dabei bleibt der Preis der gleiche. Zusatzleistungen wie Einschreiben oder Farbausdrucke werden extra berechnet. dp-dhl.com

04: **Banken versagen im Test: Die Blamage geht weiter.** Ende 2009 veröffentlichte Finanztest einen Test der Anlageberatung bei 21 Banken. Das Ergebnis war eine große Blamage. Keine einzige Bank hatte "gut" abgeschnitten, zwei waren sogar "mangelhaft". Jetzt hat die Stiftung Warentest fast alle dieser Banken noch einmal unter die Lupe genommen. Die Testkunden haben 146 Beratungsgespräche durchgeführt. Sie wollten 35.000 Euro zehn Jahre lang anlegen. Das Ergebnis ist noch verheerender als beim letzten Mal: Wieder ist keine einzige Bank "gut", dafür vergab die Stiftung sogar sechsmal die Note "Mangelhaft", und zwar an die Postbank, Hypovereinsbank, Targobank, BW Bank, Nassauische Sparkasse und Volksbank Mittelhessen. test.de

05: Die [Website students.dpwk](http://Website.students.dpwk) ist online und zeigt die **Projektteilnehmer hinter dem Deutschen Preises für Wirtschaftskommunikation** mit Bildern, Zitaten und Videos. 40 Studenten der

Studiengänge Wirtschaftskommunikation, Kommunikationsdesign und Internationale Medieninformatik der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin haben den Wirtschaftspreis im Frühjahr zum zehnten Mal an Unternehmen mit herausragender Kommunikation verliehen. Jetzt erlauben sie durch die Website einen Blick hinter die Kulissen: Neben persönlichen Erfahrungen stellen sie ihre Studiengänge vor sowie die begleitenden Workshops des einjährigen Projektes, zu denen "Projekt-Kick-off", "Laudatorentaining" oder "Business Development" gehören.

06: Als Lehre aus der Finanzkrise versprochen viele Asset- Manager ihren Kunden mehr Transparenz und bessere Informationen. Eine **aktuelle Fondsstudie von ergo Kommunikation** (GPRA), Köln legt nun offen: Institutionelle Investoren sind noch längst nicht zufrieden mit dem Informationsangebot der Anbieter. Befragt wurden 250 Stiftungen, Banken, Versicherer, Pensionskassen und Consultants. Rund 50 Prozent der Umfrageteilnehmer wünschen sich vor allem mehr persönliche Informationen über die Strategie des Fondsmanagements, über die Gründe der bisherigen Wertentwicklung sowie über das Unternehmen selber. Rund 37 Prozent der Teilnehmer bewerten die Informationsqualität ihrer Asset-Manager als lediglich „befriedigend“, 12 Prozent gar nur als „ausreichend“. ergo-komm.de

07: In dem branchenübergreifenden **Ranking "Die stärksten Eigenmarken im deutschen Handel"** der Managementberatung Batten & Company (ehem. BBDO Consulting) rangiert die Preiseinstiegsmarke ja! von REWE mit einem Markenstärke-Wert von 5,8 (auf einer Skala von 0 bis 10) vor den Preiseinstiegsmarken Gut & Günstig (5,7; EDEKA) und TiP (5,4; real,-), der direkten Konkurrenz aus dem Lebensmitteleinzelhandel. Unter den Top 10 finden sich darüber hinaus

Balea (Platz 4; 5,1), K-Classic (Platz 5; 4,9), REWE Qualitätsmarke (Platz 6; 4,4), real,- QUALITY (Platz 7;4,2), babylove (Platz 8; 3,8), AS (Platz 9; 3,8) und Milbona (Platz 10; 3,8). bbdo-consulting.com

Termine + Tagungen

Tagung Onlinekommunikation - Interne und Externe Corporate Communications im Web 2.0

Sowohl interne als auch externe Kommunikation eröffnen im Web 2.0 Chancen wie Risiken und stellen in ihrer Komplexität höchste Ansprüche an moderne Kommunikationsmanager. Diesem trägt die Tagung Onlinekommunikation am 28. und 29. Oktober 2010 im Hotel Concorde in Berlin Rechnung. In Best Cases zu Themen wie Reputationsmanagement, Krisenkommunikation und Wissensmanagement vermitteln renommierte Referenten von Unternehmen wie Daimler, Deutsche Lufthansa, Siemens und Hubert Burda Media Strategien und Tools für eine erfolgreiche und effiziente Onlinekommunikation. Darüber hinaus runden interaktive Workshops profilierter Online-Experten das Tagungsprogramm ab. Weitere Referenten, das Programm sowie eine Anmeldemöglichkeit zur Tagung finden Sie unter www.tagung-onlinekommunikation.de

Alles was Recht ist: Erste Fachtagung zu Litigation-PR in München

Die juristischen Auseinandersetzungen um Jörg Kachelmann, Klaus Zumwinkel und Peter Hartz sind prominente und aktuelle Beispiele einer Kommunikation im Spannungsfeld von Journalismus, Public Relations und Recht. Diese entwickelt sich zu einer eigenständigen Disziplin: Litigation-PR. Es geht um die Kommunikation

juristischer Auseinandersetzungen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (8) (28.+29.KW-2010)

01: Das **11. Harbour Club Symposium** unter dem Titel "Corporate Communications - Kontinuierlicher Wandel oder radikaler Bruch?" findet am 18. November im UBS Konferenzgebäude Grünenhof in Zürich (CH) statt. In dem Symposium beschäftigt sich der Harbour Club mit Fragen nach der Zukunft von Corporate Communications. harbourclub.ch

02: Im **Seminar International Crisis Communication and Management** der dpa-Tochter **news aktuell** vermittelt Krisenexperte Peter Metzinger am 9. und 10. September in Hamburg das Rüstzeug für den Aufbau eines internationalen Krisenmanagements sowie den professionellen Umgang mit Social Media in Krisensituationen. Infos: media-workshop.de

03: Im **"Wolf-Schneider-Sprachseminar"** werden die Gesetze der Leichtverständlichkeit erläutert und im persönlichen Dialog mit den Teilnehmern werden Texte erarbeitet. Anhand von Beispielen aus dem Berufsalltag erfahren die Teilnehmer, wie sie Inhalten und Lesern ihrer Texte gerecht werden. Termine, Orte und weitere Informationen auf der [Website](#).

04: Das **Praxis-Seminar der PR-Agentur Walter Visuelle PR** findet am Montag, 16. August im Wiesbadener Hotel "Oranien" statt. Referent Markus Walter zeigt im Seminar auf, wie sich Themen, News und Informationen speziell für Social Media beschaffen und aufbereiten lassen. Praxis-Beispiele und ein Workshop-Anteil für individuelle Fragestellungen der Teilnehmer runden das Seminar ab. presselounge.de

05: Das **Expertenforum: "Best Ager & Silver Surfer!"** der VDZ Akademie aus der Reihe "Verlage in Bewegung" am 26. Oktober in Hamburg betrachtet die Zielgruppe Ü50 genauer. Experten aus Print wie Online schildern ihre Erfahrungen, zeigen Best-Practice-Beispiele und diskutieren die Erfolgstrends und Geschäftsmodelle in diesem Zielgruppensegment. zeitschriften-akademie.de

06: Die DPRG-Wissensplattform ist am 31. August bei der Fraport in Frankfurt am Main. Der Workshop zum Thema **"CSR-Kommunikation im Web 2.0 – Zielgruppen werden zu Verbündeten"** macht anhand eines fiktiven Fallbeispiels aktuelle Entwicklungen aus der Theorie des Kommunikationsmanagements für die Praxis nutzbar. Abgerundet wird die Veranstaltung durch Praxisbeispiele der Fraport. Kommunikationsprofis mit mindestens vier Jahren Berufserfahrung können sich jetzt zu dem Workshop anmelden. dprg.de

07: **Das nächste PR 2.0 Forum** findet am Freitag, den 01. Oktober im Steigenberger Hotel Hamburg statt. In einem interaktiven Veranstaltungsformat werden aktuelle Expertenmeinungen und Best-Practices mit den Meinungen und Ansichten der Teilnehmer zusammengeführt. Das PR 2.0 Forum ist eine Veranstaltungsreihe der Social Web World, welche sich mit den Veränderungen der Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in Zeiten des Web 2.0 beschäftigt. pr20forum.de

08: **Der Internationale Medienkongress** bietet den Besuchern am 6. und 7. September ein kompaktes Programm. In den prominent besetzten Keynotes, Podien und Screenings von und mit nationalen und internationalen Branchenexperten geht es um die Themen der Stunde in Medienpolitik und Medienmarkt: Die Diskussion der anstehenden Fragen in Film-, Netz-, und Medienpolitik und der Zukunftsstrategien der Medienhäuser in Verbindung mit der Präsentation neuer Plattformen, Inhalte und Geschäftsmodelle, neuer Geräte und Technologien

sichert konzentrierte Information und einen hohen Nutzwert. medienwoche.de

Ausbildung + Seminare

PR plus schreibt vier Teilstipendien für berufsbegleitende Masterstudiengänge aus

Im Oktober und November startet PR plus die etablierten Universitätslehrgänge "PR und Integrierte Kommunikation" sowie "Kommunikation und Management" der Donau-Universität Krems am Standort Heidelberg/Köln. Interessenten dieser beiden Studienangebote können sich ab sofort um Teilstipendien bewerben. Die Donau-Universität Krems ist eines der führenden Kompetenzzentren für universitäre Weiterbildung in Europa und langjährige Kooperationspartnerin von PR plus. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Erfolgreicher ZAK-Abschluss nach PR-Fernstudium

Neun Alumni der com+plus-Akademie für Kommunikationsmanagement haben ihre Abschlussprüfung zum PR-/Kommunikationsmanager am 23. Juli am Zentrum für Angewandte Kommunikation (ZAK) in Münster erfolgreich abgelegt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (3) (28.+29.KW-2010)

01: Die **Deutsche Presseakademie** depak, Berlin bietet ab dem 18. August erstmalig einen

Studiengang Social Media an. Dieser findet ausschließlich online statt. Die Teilnehmer des Webinars verfolgen über acht Wochen regelmäßig online Fachvorträge, zu welchen sie anschließend Aufgaben lösen. Inhaltliche Schwerpunkte des Studiengangs liegen auf den Möglichkeiten einer umfassenden Online-Strategie, von der "klassischen" Kommunikation mit dem eigenen Webauftritt bis zum Umgang mit dem Komplex Social Media. In dem Studiengang lehren Christoph Ringwald, Studienleiter der Deutschen Presseakademie, Klaus Eck, Eck Kommunikation, Hartwin Möhrle, A&B One Kommunikationsagentur, Oliver Loock-Wagner, Medien- und Kommunikationsberater, Frank Wolf, T-Systems Multimedia Solutions, Stephan Fink, Fink & Fuchs Public Relations und Nike Wessel, Dasprogramm. Weitere Informationen zum Online-Studiengang und Anmeldung unter depak.destudium

02: **34. PR-Grundausbildung DAPR vom 15. Oktober 2010 bis 13. März 2011** in Frankfurt am Main: Der Lehrgang richtet sich an Absolventinnen und Absolventen von Volontariaten oder Trainée-Programmen von PR-Agenturen oder integrierten PR-Abteilungen. Angesprochen sind auch Personen, die bereits über ausreichende PR-Erfahrung verfügen oder aus „artverwandten“ Gebieten der Kommunikation wie zum Beispiel Marketing, Werbung oder Journalismus kommen. dapr.de

03: Neben der Grundausbildung bietet die **DAPR im 2. Halbjahr 2010 ein- und zweitägige Seminare zu folgenden Themen** an: Kommunikation im Gesundheitswesen, Düsseldorf, 08. September. Produkt PR – Botschaften ohne Werbung an den Mann und die Frau gebracht, Düsseldorf, 08. September. Charity, Fundraising und Non-Profit-PR, Berlin, 09.09.2010. Internationale Public Relations – Kommunikation über Grenzen hinweg, 14. Oktober, voraussichtlich München. Dem „Skandaldrehbuch“ voraus – Professioneller Umgang mit Investigativrecherchen und Krisen-PR, 14./15. Oktober, München dapr.de

PR-Barometer

Umfrage Social Media in der professionellen Kommunikation - Web2.0: Im Tagesgeschäft angekommen

In der Bewertung waren sich die Befragten weitgehend einig: 75 Prozent sind der Ansicht, dass Social Media in der professionellen Kommunikation eine wichtige Rolle spielen. Für fast 85% der Teilnehmer machen die Social Media-Aktivitäten bis zu 20% an den gesamten Kommunikationsaufgaben ihres Unternehmens bzw. ihrer Agentur aus. Der Umsatz- bzw. Budgetanteil der Projekte bleibt bei 80% der Befragten aber unter 10% des Gesamtumsatzes bzw. -budgets. Knapp 70% von Ihnen rechnen damit, dass der Umsatz- bzw. Budgetanteil in den kommenden zwölf Monaten signifikant, d.h. zwischen fünf und 20% steigen wird. Dies ergab die aktuelle Umfrage des PR-Barometers. Knapp 380 PR-Profis haben sich im Internet vom 21. Juni bis 22. Juli 2010 daran beteiligt (www.pr-barometer.de). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

Interview 40: Gay Games VIII - Be Part of it

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](#)



Interview mit Annette Wachter zum Thema Öffentlichkeitsarbeit für die VIII. Gay Games, die vom 31. Juli bis zum 7. August in Köln

stattfinden.

PR-Journal: *Bei den Gay Games treten rund 10.000 Teilnehmer in 35 Sportarten an. Das sind nahezu olympische Ausmaße. Ist die Berichterstattung in den Medien dem angemessen, und wird die Veranstaltung auch außerhalb der Kölner Medienlandschaft zur Kenntnis genommen?*

Annette Wachter: Seit mehr als sechs Jahren bereiten wir nun die Kölner Gay Games bereits vor – und wir hatten Mitte des vergangenen Jahres schon mehr Presseartikel generiert, als es die VII. Gay Games 2006 in Chicago insgesamt hatten. Insofern haben wir auf jeden Fall eine sehr gute Medienpräsenz. Aber natürlich könnten noch mehr Medien über uns und unsere Ziele berichten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Faxen statt Fakten: Verschlafen die PR-Verbände unsere Zukunft?

Wir PR-Auguren wußten doch schon immer, dass Inhalte vor „Schöner Wohnen“, Gala-Events und Preisverleihungen gehen. Als die diversen Krisen kamen, redeten alle Kollegen und Kolleginnen bei „Krisen-Kommunikation“ mit, ohne sie zu beherrschen. Altes italienisches Sprichwort: „Zwischen Reden und Tun liegt das Meer.“ Nun haben andere das Meer überquert. Anwälte, Wirtschafts- und Steuerprüfer, Journalistenverbände und strategische Planer sind als Experten und Risikomanager voll eingestiegen und nehmen ihre Marktchancen von Tag zu Tag mehr wahr. Reputations- und Issue-Management, Litigation-PR und Compliance-Management sind nur einige Stichworte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über... Sparen als Bürgerpflicht, aber nicht als Politikerpflicht



Guten Tag! Das Sparpaket, mit dem sich die Bundesregierung feiert, ist im Wesentlichen ein Steuererhöhungs-Paket, das von allen Bürgern bezahlt werden muss; denn jährliche

Abgaben von 2,3 Milliarden Euro auf Kernenergie-Strom, eine Milliarde Euro aus der Flugabgabe, 500 Millionen Euro Dividendenzahlung der Bahn an den Staat holen sich die Firmen über höhere Preise zurück. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BahnBeirat und öffentliche Positionierung

Ein hehres Ziel – aber die falschen Leute? Seit 2002 hat der Konzernvorstand der Deutschen Bahn AG einen BahnBeirat gegründet. Ihm gehören 26 Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlichem Leben an (Quelle: Geschäftsbericht 2009, S. 280). Die begründete Absicht seinerzeit und noch unverändert heute unter der neuen Führung: „Um unabhängige Ratgeber für die öffentliche Debatte und die Positionierung des Unternehmens zu gewinnen.“ Klingt gut und kann sinnvoll sein. Mit ihnen diskutiert der DB-Konzern mindestens zweimal jährlich „intensiv zentrale unternehmerische Positionen und Anliegen“. Darüber hinaus bildet der BahnBeirat begleitende Ausschüsse, in denen Schwerpunktthemen mit den Fachabteilungen vertieft werden. Na, bitte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren- Beiträge)

Forscher brauchen mehr Medienkompetenz

Aus Sicht der Andreas Günther Kommunikationsberatung ist es unerlässlich, hervorragende Vertreter und Institute der Forschung im Umgang mit Journalisten besser zu schulen. Wissenschafts-PR kommt dabei eine Vermittler-Rolle zu, von der beide Seiten profitieren. [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 (31)

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Das 1 aktuelle Angebot für diesen Bereich finden

Sie hier:

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

Agenturen

[PR-Berater\(in\)/Projektmanager\(in\), Essen](#)

[PR-Volontär \(m/w\) / PR-Assistenz \(m/w\) / PR-Berater \(m/w\) in kleiner Agentur, Hannover](#)

[Mitarbeiter \(m/w\) für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Berlin](#)

[Junior PR Berater \(m/w\) Tourismus in Hamburg](#)

[Anbeißen: Texter Zahnmedizin/Medizin gesucht, Bad Homburg](#)

[Zur Unterstützung unseres Teams suchen wir ab sofort einen Consultant \(w/m\), Düsseldorf](#)

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

[PR-Redakteur/in, Karlsruhe](#)

[Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[PR-Beraterin/PR-Berater, Hamburg](#)

[Public Relations Executive \(f/m\), Munich](#)

[Kundenberater \(m/w\), München](#)

[Public Affairs-Berater \(m/w\) mit Schwerpunkt Logistik / Verkehr / Umweltpolitik, Berlin](#)

[Junior-PR-Berater \(m/w\) Healthcare in Rhein-Main](#)

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

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

Unternehmen

[PR-Fachkraft \(m/w\), Rhein-Main-Gebiet](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 26. Juli 2010 – 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **16.966 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

(nspbunktum[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 (berndoliver_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.

- Anzeige -



Der Kommunikationskongress 2010

Onlinekommunikation ist das Schwerpunktthema des diesjährigen Kommunikationskongresses am 23. und 24. September 2010 in Berlin. Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) und das Magazin pressensprecher lassen in diesem Jahr bereits zum siebten Mal rund 120 Referenten aus Wirtschaft, Politik und Medien diskutieren. 3 Keynote-Speeches, 12 Podiumsdiskussionen und 20 Best Cases werden erstmalig ergänzt durch ein Workshop-Programm mit 30 interaktiven Formaten.

www.kommunikationskongress.de.