

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 257 / 32. + 33. KW 2010

Seite 1

PR-SuperGAU der sog. Wirtschafts-Bosse: AKW-Streit - Die Putschisten

Konzernchefs rücken der Kanzlerin auf den Leib, um sie auf Linie zu zwingen. Man liest und staunt: Ist Deutschland in Gefahr? Geht es um Menschenrechte? Nein. Nur um die Brennelementesteuer. Es passiert selten, dass Journalisten, die lange im Job sind, sich noch richtig aufregen. Meist hat man doch alles schon mal gehört, schon mal erlebt, schon mal geschrieben. Und wenn Emotionen ins Spiel kommen, so sind die meist dem Zynismus näher als der echten Empörung.

Den Leitartikel von *Brigitte Fehrlé* vom 20.

August in *fr-online* [hier weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

WAZ: PR-Schlacht in Duisburg - Stoppt die Rauswinder

Derzeit gibt es keine breite öffentliche Aufklärung über die Loveparade-Katastrophe in Duisburg. Stattdessen kommen nur häppchenweise Papiere ans Licht. Und es ist kaum verhüllt, welchem

Zweck sie dienen. Etliche dieser Dokumente werden von Public-Relation-Managern in einschlägigen Medien lanciert, um zu vertuschen, wer wirklich Verantwortung trägt. Der zuständige Innenminister Ralf Jäger (SPD) steht dem Treiben hilflos gegenüber. Er weiß sich nicht zu wehren, wenn scheinbar lanciert wird, die Polizei sei der Buhmann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ARD/ZDF-Onlinestudie 2010: Fast 50 Millionen Deutsche online

Das Internet hat bereits mehrere Phasen durchlebt: Anfangs vor allem ein textbasiertes Medium für wenige gut Ausgebildete oder besonders Interessierte, wurde es innerhalb weniger Jahre von immer mehr Bevölkerungsgruppen angenommen und ist heute mit Massendiensten wie Facebook oder YouTube fast allgegenwärtig. Die heutige Situation kann als eine Phase der Konsolidierung bezeichnet werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact (26) (32.+33.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Saskia Wallner** (42) steigt nach 12 Jahren bei Pleon Publico in Wien (AT) an die Spitze der Agentur auf. Sie folgt auf **Markus Schindler**, der 2002



das Ruder von **Wolfgang Rosam** übernahm. Schindler und dessen bisherige Geschäftsführungskollegen **Claudia Müller-Stralz** und **Harald Mahrer** haben ihre 28 Prozent Gesellschaftsanteile an den Mehrheitsgesellschafter Pleon Partners verkauft und verlassen die Agentur.

02: **Albrecht Basse** wechselt von va bene communications in München zu Publicis Publishing in Erlangen, damit hat sich der Agentur-Verlag in dem Bereich Healthcare & Nutrition verstärkt. Basse und sein Team sind spezialisiert auf Publikationen für Ärzte, Fachärzte, Pflegekräfte und Patienten.

03: **Stefanie Winde** (42) leitet seit dem 1. August die Pressestelle der Berliner Universitätsklinik Charité. Sie war zuvor seit 2006 SPD-Mitglied des Berliner Abgeordnetenhauses und gesundheitspolitische Sprecherin der SPD-Fraktion, nachdem sie zehn Jahre die Veranstaltungs- und PR-Agentur eventation Veranstaltungen . Public Relations gehabt hat. Winde folgt auf **Kerstin Ende**.

04: **Marie Fabiunke** (31) ist als Referentin Externe Kommunikation bei Sartorius in Göttingen zuständig für den Bereich Internationale Kommunikation. Zuvor war sie Referentin Internationale Kommunikation bei ProSiebenSat.1 Media in Unterföhring. Fabiunke folgt auf **Elke Schild**, die in das Management des Sartorius Colleges gewechselt ist.

05: **Kerstin Jaumann** (33) ist neue Pressereferentin der Lindner Hotelgruppe in Düsseldorf, und damit zuständig für die Bereiche

Corporate Communications und Social Media. Vorherige Stationen waren Wirtschafts- und Finanzredakteurin beim Fachmagazin "Der Fonds" und Beraterin bei der PR-Agentur achtung! (GPRA).

06: **Lüder Brüggemann** (26) beginnt ein PR-Volontär bei der Agentur denkBar – PR & Marketing in Bremen. Der Kommunikations- und Medienwissenschaftler verstärkt nach einem Praktikum ab sofort das auf siebenköpfige Team schwerpunktmäßig in den Bereichen Social Media, Energie und Klimaschutz.

07: **Bettina Widlar-Rainer** (32) kommt als Senior Consultant zur Agentur Grayling in Wien (AT) und betreut internationale Kunden im Bereich Consumer Brands, Healthcare und Tourismus. Die Publizistikabsolventin zuvor sechs Jahre lang für Q-COM (vormals Hohegger|Com) tätig.

08: **Cathrin Sengpiehl** (29) übernimmt als Senior Consultant die Leitung des Unternehmensbereichs Publishing bei rw konzept, Agentur für Unternehmenskommunikation in Köln. Sie war zuletzt bei Ketchum Pleon (GPRA) in den Bereichen Corporate Communications und Publishing als Consultant tätig.

09: **Marco Schüller** hat als Head of Online Division die Leitung der Online Beratung bei Kirchhoff Consult in Hamburg übernommen. Der Politikwissenschaftler war zuvor vier Jahre als Mitglied der erweiterten Geschäftsführung für die Publikation von Online-Finanzberichten und die Produktentwicklung bei Nexxar in Wien (AT) verantwortlich.

10: **Cornelia Dürr** verantwortet in der neu geschaffenen Position als PR Managerin die PR- und



komm.passion



GPRA
Gesellschaft
Public Relations Agenturen e.V.

Presse-Kommunikation bei econda in Karlsruhe. Zuvor war sie bei 1&1 Internet in Montabaur als Pressereferentin für den Bereich Human Resources PR tätig.

UNTERNEHMEN:

11: **Nikola Donig** (39) ist ab 1. September neuer Pressesprecher der voestalpine-Gruppe in Linz (AT). Der Journalist war mehrere Jahre für den ORF sowohl als Radio- als auch Fernsehredakteur tätig, übernahm 2006 die Kommunikationsabteilung der Ständigen Vertretung Österreichs bei der EU und war von 2006 bis 2009 Pressesprecher in österreichischen Regierungskabinetten. Donig folgt auf **Peter Schiefer**, der das Unternehmen verlässt.

12: **Stephanie Hellwig** (29) verstärkt als neue Marketing Managerin das Team von Asseco Germany in Karlsruhe, sie zeichnet in ihrer neuen Position für die Etablierung der Marke Asseco und die externe Unternehmenskommunikation im deutschsprachigen Raum verantwortlich. Hellwig war zuvor seit März 2008 zunächst als Product Marketing Coordinator EMEA bei Nero in Karlsbad tätig, bevor sie Anfang 2009 zum Marketing Manager EMEA des Unternehmens berufen wurde. Sie folgt auf **Elke Aßmus**, die nach zehn Jahren die Marketingverantwortung bei Asseco abgibt.

13: **Tobias Riepe** (37) übernimmt am 1. November die Leitung der Kommunikation der VW-Auto-

stadt in Wolfsburg. Mit der neu geschaffenen Position in der Autostadt übernimmt er sowohl die Leitung der Bereiche Kultur- und Wirtschaftskommunikation als auch die internationale Presse und die Online-Kommunikation. Riepe ist [seit 2006](#) stellvertretender Leiter der Pressestelle bei Bertelsmann.

14: **Jürgen Ammann** wird am 1. September den Bereich Unternehmenskommunikation des Bodensee-Airport Friedrichshafen übernehmen. Nach zehn Jahren im Marketing und Vertrieb des Flughafens übernimmt er nun die Verantwortung für die neu geschaffene Abteilung und ist damit zuständig für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung und Werbung sowie Kundenservice.

15: **Frank Klaas** (51) ist zum Global Head of Communications Jaguar Land Rover in Gaydon, Warwickshire (GB) ernannt worden. Der Journalist und frühere TV-Moderator kommt von General Motors Europe, wo er in verschiedenen Funktionen, unter anderem als Direktor Kommunikation für Opel, die Öffentlichkeitsarbeit verantwortet hatte.

16: **Jan-Pierre Richter** verantwortet als Head of Corporate Communication die Pressearbeit der Online-Partnervermittlung eDarling in Berlin. Der promovierte Kommunikationswirt war zuvor bei Agenturen wie We Do oder Scholz & Friends in Berlin tätig und betrieb die eigene Agentur Richter Kommunikation.

17: **Klaas Flechsig** ist Communications & Public Affairs Manager B2B bei Google. In dieser Position folgt er auf **Lena Wagner**, die seit diesem Zeitpunkt

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!

Communications & Public Affairs Manager Street-View & Privacy beim Internetdienstleister ist. Wagner hatte den Bereich bereits seit Anfang des Jahres mit betreut, ihre Stelle wurde neu geschaffen.

18: **Nadine Knauer** ist Leiterin Kommunikation und Personal bei Laurent Reifen. Knauer berichtet in ihrer neuen Position bei der Michelin-Tochter an den Werkleiter Olivier Dufourmantelle. Die Stelle wurde neu geschaffen. **Jan Hennen**, bislang in der Produktkommunikation für die Themen Pkw, Zweirad und Motorsport bei Michelin zuständig, verlässt das Unternehmen.

19: **Andrea Jagode** (45) wurde zur Pressesprecherin der Hegau-Bodensee-Hochrhein-Kliniken (HBH) in Radolfzell bestellt. Sie ist seit zwei Jahren Mitarbeiterin der Abteilung Marketing der HBH-Kliniken und war bislang im Gesundheitsverbund für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Jagode war vorher 15 Jahre lang Redakteurin bei einer regionalen Wochenzeitung im Landkreis Konstanz.

MEDIEN:

20: **Matthias Graf** (41) wird neuer Head of Corporate Communications und gleichzeitig Mediensprecher der Ringier Gruppe in Zürich (CH). Zuvor war er bei Google als Leiter Corporate Communications Switzerland und als Head Engineering Communications Europe, Middle East & Africa tätig. Graf löst **Marco Castellaneta** ab, der sich zukünftig voll auf die Geschäftsleitung von Ringier Entertainment kon-

zentriert. Innerhalb der Kommunikations-Organisation von Ringier wird das Kommunikationsteam von Ringier Schweiz und Deutschland seit Juni 2010 vom früheren Nachrichtenchef der Schweizer Illustrierten, **Edi Estermann** geleitet.

21: **Jürgen Scheurer** (44) ist neuer Pressesprecher beim Verbraucherportal Verivox in Heidelberg. Er verstärkt den Bereich Unternehmenskommunikation, der von **Dagmar Ginzler** geleitet wird und ist für externe und interne Kommunikation zuständig. Der studierte Soziologe kommt von EnBW Regional in Stuttgart, wo er seit 2006 als Pressesprecher für Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation verantwortlich war.

22: **Michael Kehm** (37) hat die Leitung der Marketingabteilung der inmediaONE] in Gütersloh übernommen, er verantwortet in dieser neu geschaffenen Position Marketingaktivitäten, Markenführung, Kommunikation, PR und Event der gesamten Firmengruppe. Zuvor arbeitete er seit 2005 in unterschiedlichen Positionen bei Kabel Deutschland.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

23: **Benno Dröge** übernimmt die Funktion des Pressesprechers der Bundesanstalt für Gewässerkunde (BfG) in Koblenz. Der studierte Diplomingenieur kam 1983 zur BfG, wo er seit 1998 als Leiter der Stabsstelle "Controlling und Öffentlichkeitsarbeit" tätig war.

24: **Katrin Kowark** (31) ist aus ihrer Elternzeit zurückgekehrt und wieder als stellvertretende Pressesprecherin des Bundesverbands Deutscher

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!

Stiftungen in Berlin tätig. **Sebastian Bühner**, der sie zwischenzeitlich vertreten hat, verlässt den Bundesverband und wird künftig freiberuflich als Journalist und Texter arbeiten.

25: **Moritz Hunzinger** (51) ist neuer Honorarprofessor an der Staatlichen Pädagogischen Dragomanov Universität in Kiew (Ukraine), die ihn bereits 2009 zum Doktor Ehre halber (Dr. phil. h.c.) ernannte. Dort unterrichtet er künftig sechs mal im Jahr. Der ehemalige PR-Berater und Lobbyist schied 2004 aus der Action Press Holding in Frankfurt am Main aus.

NEKROLOG:

26: **Joachim Gerth**, der in der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) den Bereich Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit leitete, ist am Freitag, 20. August überraschend im Alter von 55 Jahren gestorben. Er hatte viele Jahre den Bereich Veranstaltungen/Öffentlichkeitsarbeit geleitet und zeichnete neben seiner Arbeit in verschiedenen Gremien auch mit für das Medienforum NRW verantwortlich, das jährlich von der LfM durch deren Tochtergesellschaft LfM Nova veranstaltet wird

Mandat umfasst Strategieberatung, Medienbetreuung und Social-Media-Beratung.

- Anzeige -

SOCIAL MEDIA Frühstück von HBI und Onva
am **26.August 2010**, 8:30 bis 10:45 Uhr
im Restaurant „Gandl“ in München

Social Media macht Furore in PR und Marketing! Jeder spricht davon und will ein Stück vom Kuchen, doch kaum einer weiß, wie die Kommunikation in sozialen Netzwerken richtig funktioniert. Eröffnen sich ganz neue Wege für die direkte Kundenansprache und den Verkauf oder erweist sich das Engagement im Netz als Stolperfalle für die Unternehmensreputation?

HBI und Onva, eine der führenden Social Commerce-Agenturen in UK informieren Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen, die mehr wissen und ihre Chancen in sozialen Netzwerken nutzen wollen.

Melden Sie sich noch heute zum Social Media Frühstück am 26. August im Restaurant „Gandl“, München, an!

Mehr Infos zur Anmeldung gibt's bei
Christian Weber, christian_weber@hbi.de,
089 / 99 38 87-25, www.hbi.de

Etats

Fink & Fuchs kommunizieren für WeTab

WeTab in Berlin hat das PR-Mandat für die Kommunikation rund um den Launch des WeTab Multitouch-Tablet an Fink & Fuchs Public Relations in München vergeben. Das Joint Venture von 4tiitoo in München und Neofonie in Berlin steht kurz vor der Einführung des offenen Tablet-Computers für den Consumer-Markt. Das

Ausschreibung: Bundesministerium für Bildung und Forschung vergibt "öffentlichkeitswirksame Aktivitäten"

Die beiden Förderprogramme "Arbeiten - Lernen - Kompetenzen entwickeln. Innovationsfähigkeit in einer modernen Arbeitswelt" und "Innovationen mit Dienstleistungen" greifen mit ihren Förderschwerpunkten aktuelle Themen auf, die im Rahmen von anwendungsorientierten Forschungs- und Entwicklungsprojekten bearbeitet werden. Ziel ist es, durch Förderung von Qualifikation, Gesundheit, Leistungsvermögen und Motivation aller an

Arbeitsprozessen Beteiligten die Innovationsfähigkeit der modernen Arbeitswelt zu stärken und einen Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft zu leisten. Die Projektförderung beinhaltet wesentliche Aktivitäten zur projektspezifischen Öffentlichkeitsarbeit unter Einbindung der verschiedenen Zielgruppen (Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Intermediäre, Verbände). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (38) (32.+33.KW-2010)

01: Bundesverband Industrie Kommunikation (BVIK), Fürstfeldbruck
was: Pressearbeit
an: **Möller Horcher Public Relations (GPR)**, Offenbach

02: Wurotec, Weinstadt
was: Fachpressearbeit
an: **PR hoch drei**, Stuttgart

03: SenVital Seniorenresidenzen, Köln
was: externe Pressestelle
an: **Medienbüro Müller-Bringmann**, Mönchengladbach

04: commsult, Potsdam
was: B2B-Öffentlichkeitsarbeit
an: **PresseDesk**, Berlin

05: Remo Fliesen, München
was: PR- und Mediakampagne
an: **Sage & Schreibe PR**, München

06: Niederberger Gruppe, Köln
was: Unternehmenskommunikation
an: **PresseDesk**, Berlin

07: Keyart Schlüsselcover, Gera
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Tower PR**, Jena

- Anzeige -



Die Anforderungen an die Unternehmenskommunikation steigen. Budgets und Ressourcen dagegen bleiben knapp. Wie können die verfügbaren Mittel effizienter eingesetzt werden? Welche Abläufe lassen sich vereinfachen? Wo sind Maßnahmen zu fokussieren?

Machen Sie den Effizienz-Check!

Wir beurteilen Finanzen und Ressourcen, Organisation und Struktur, Prozesse und Qualität, Strategie und Steuerung, Kompetenzen und Lernen sowie Instrumente und Maßnahmen nach rund 400 Einzelkriterien. Sie erhalten ein detailliertes Stärken- und Schwächenprofil und konkrete Ansätze zur Optimierung Ihrer Unternehmenskommunikation.

www.lautenbachsass.de - (069) 710456-170

08: Business Software Alliance (BSA) Niederlassung Deutschland, München
was: strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch**, Unterschleißheim

09: daff feel filz, Düsseldorf
was: klassische Unternehmens, Marken- und Produkt-PR
an: **Blume PR**, Hamburg

10: Jaguar/Land Rover Deutschl., Schwalbach/Ts
was: *Aftersales-Kommunikation zur Endkundenansprache*
an: **Palmer Hargreaves Wallis Tomlinson (PHWT)**, Köln

11: BLV Buchverlag, München
was: *klassischen Medienarbeit, Online-PR und Social Media*
an: **Mediakontakt Laumer**, Marburg

12: Knauf Insulation, Ferndorf
was: *Internationale Fachpressearbeit für Heradesign Deckensysteme*
an: **ofischer communication**, Bonn

13: Bauknecht Hausgeräte, Stuttgart
was: *Pressearbeit für die Großgeräte der Whirlpool-Marke Kitchen Aid*
an: **Gourmet Connection**, Frankfurt am Main

14: adidas Sport Style SLVR, Herzogenaurach
was: *Vertrieb, Marketing und PR für das Label Label Y-3 in Westeuropa*
an: **häberlein & mauerer**, Berlin

15: Boulevard der Stars, Berlin
was: *Entwicklung und Umsetzung einer digitalen Kommunikationsstrategie*
an: **piäbo medienmanagement**, Berlin

16: GoLocal, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Beratung zur Social Media-Strategie*
an: **va bene communications**, München

17: Bayer Vital
was: *Prelaunch-Awareness-Kampagne "Nur atemlos, oder?" auf Kongressen und Fachtagungen*
an: **Isgro Gesundheitskommunikation**, Mannheim

18: Manfrotto Distribution, Köln
was: *Medien- und Pressearbeit im Rahmen der*

- Anzeige -



SICHERN SIE SICH JETZT IHREN PLATZ
in unseren neuen Online-Lehrgängen:
BASIS LEHRGANG SOCIAL MEDIA -
Start: 23. September 2010
8 Online-Vorlesungen mit Deutschlands erfahrensten Social Media Experten.
Die Dozenten:
Klaus Eck, Mirko Lange, Markus Roder, Dr. Willms Buhse u.v.m.

ADVANCED SOCIAL MEDIA -
Start: 14. September 2010
Implementierung von Social Media im Unternehmen.
Planung - Betrieb - Prozesse - Erfolgsmessung u.v.m.
Die Dozenten:
Dr. Torsten Wingenter, Lufthansa AG
Dr. Benedikt Köhler, uthority GmbH
Jetzt informieren unter:
www.socialmediaakademie.de/

strategischer Unternehmens- und Produktkommunikation
an: **pr people**, Köln

19: ars Parfum Creation und Consulting GmbH, in Deutschland, Köln
was: *strategische Beratung und Pressearbeit zur Markteinführung des neuen Herrendufts Scuderia Ferrari in Deutschland* an: **Media Consulta**, Berlin

20: Tripwire, Portland, OR (USA)
was: *strategische Beratung und die laufende Pressearbeit mit Schwerpunkt auf Business-to-Business Kommunikation in Deutschland*
an: **redRobin**, Hamburg

21: Innovadex, Neuss
was: *deutschlandweite PR-Arbeit*

22: Village Cosmetics, Augsburg
was: *deutschlandweite PR-Arbeit für Burt's Bees*
an: **roses communications**, Hamburg

23: Babyreise, Wardenburg
was: *Presse-, Medien und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR*

24: Products-Up, Würzburg
was: *Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR*
an: **PR4you**, Berlin

25: Messeprojekt, Leipzig
was: *Imagefilm als Corporate Profile*

26: HL komm Telekommunikation, Leipzig
was: *Imagefilm zum 10-jährigen Firmenjubiläum*

27: Kommunale Wasserwerke Leipzig (KWL)
was: *Imagefilm für das Public Private Partnership*
an: **commlab**, Leipzig

28: Herrenhäuser Gärten, Hannover
was: *Pressearbeit und Online-PR*

29: Brauerei Herrenhausen, Hannover
was: *klassischer Pressearbeit und Online-PR*

30: Monofaktur, Hannover
was: *klassische Pressearbeit und Social-Media-Beratung*

31: Fotovista, Saarbrücken
was: *Themenmanagement und die Pressearbeit für PIXmania-PRO*

32: Convention Camp Hannover
was: *Online-PR, Öffentlichkeitsarbeit, Anbahnung und Umsetzung von Medienkooperationen sowie Presse- und Bloggerbetreuung*
an: **Aufgesang Public Relations**, Hannover

33: Avid Dating Life Europe, London (GB)
was: *Deutschland-PR-Etat für Ashley Madison*
an: **Yamaoka PR**, Hamburg

34: Kärnten Werbung, Velden am Wörthersee (AT)
was: *PR-Aktivitäten auf dem deutschen Markt*
an: **Stromberger PR**, München

- Anzeige -

**KOMMUNIKATIONS
KONGRESS 2010**
INTERNATIONALE FACHTAGUNG FÜR PUBLIC RELATIONS

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.

35: Center Parcs Schweiz, Zürich (CH)
was: *Kommunikationsaktivitäten in der Schweiz*
an: **Primus Communications**, Zürich (CH)

36: The Hideaways Club, London (GB)
was: *klassischen Medienarbeit und Online-PR-Maßnahmen*
an: **Thiel Public Relations**, Dresden

37: Louvre Hotels & Golden Tulip Hospitality Group, Lausanne (CH)
was: *strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Deutschland, Österreich und die Schweiz*
an: **Kocherscheidt Kommunikation**, Hamburg

38: Turku 2011 Foundation, Turku (FI)
was: *Medienaktivitäten für die europäische Kulturhauptstadt 2011 in Deutschland, Dänemark und Norwegen*
an: **Ehrenberg Kommunikation**, Lübeck

Branche

Ausschreibung des Politikawards 2010 ist eröffnet

Bereits zum achten Mal schreibt das Magazin "politik und kommunikation" (Helios-Verlag, Berlin) den Politikaward für außerordentliche Leistungen im Bereich der politischen Kommunikation aus. Verliehen wird der Preis am 25. November 2010 im TIPI am Kanzleramt in Berlin. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (6) (32.+33.KW 2010)

01: Media Consulta (MC) baut sein globales Netzwerk aus und investiert in Lateinamerika. Bis zum Jahresende will MC das erste Agenturnetzwerk mit Standorten in allen lateinamerikanischen Ländern sein und setzt damit seine Globalisierungsstrategie fort. Bisher ist die Agentur in Argentinien, Brasilien, Chile, Mexiko und Peru präsent.

02: Die Karstadt-Krise hat auch ihr Gutes – zumindest für das PR-Gewerbe: Die Zunft erlebt dank des Hickhacks um die insolvente Warenhauskette eine kleine Sonderkonjunktur. Als jüngst etwa der italienische Warenhauskönig Maurizio Borletti mit einem Angebot in die Karstadt-Offerte des Investors Nicolas Berggruen grätschte, durften ihm die Frankfurter PR-Strategen von Hering Schuppener assistieren. [wiwo.de](#)

03: Öffentlichkeitsarbeit - Von Wirtschaftsminister Brüderle lernen: Das Sommerloch bietet cleveren PR-Strategen und Unternehmen enorme Aufmerksamkeitspotenziale – auch längerfristig. FDP-Minister Rainer Brüderle, den u.a. die ZDF-heute-Redaktion als „König des Sommerlochs“ bezeichnete, kann als Vorbild

dienen, wenngleich nicht in jeder Hinsicht. [perspektive-mittelstand.de](#)

04: Bei Edelman laufen die Geschäfte derzeit glänzend. Die Deutschland-Tochter der weltgrößten unabhängigen PR-Agentur hat ihren **Umsatz** im vergangenen Fiskaljahr gegenüber dem Vorjahr **um 19 Prozent** auf mehr als 9,2 Millionen Euro **gesteigert**. Damit erzielte die in Berlin, Frankfurt am Main, Hamburg und München ansässige Agentur nach eigenen Angaben das beste Ergebnis der vergangenen fünf Jahre. Edelman startet zudem mit mehr als 100 Mitarbeitern in das neue Geschäftsjahr. „Das Wachstum liegt über unseren Erwartungen und auch deutlich über der allgemeinen Marktentwicklung“, sagt Cornelia Kunze, Geschäftsführerin von Edelman Deutschland. Die künftigen Schwerpunkte: Deutlicher Zuwachs in den Bereichen Health, Technology und Corporate Communications, Intensivere Kundennachfrage nach Social Media, Weiteres Wachstum geplant, u.a. Ausbau des Beratungsfeldes erneuerbare Energien.

05: Die PRofilBerater – so heißt seit Mitte August das Unternehmen des Marketing- und PR-Beraters Bernhard Kuntz in Darmstadt. Zudem wandelte der Spezialist für Bildungs- und Beratungsmarketing sein Büro in eine GmbH um. Nicht verändert hat sich hierdurch das Geschäftsfeld des Unternehmens. Weiterhin wird es „Anbieter immaterieller Dienstleistungen“ und hier vor allem Bildungs- und Beratungsunternehmen beim Entwickeln und Vermarkten ihrer „Produkte“, beim Konzipieren und Gestalten ihrer Werbemittel und bei der Pressearbeit unterstützen. Außerdem berät Die PRofilBerater GmbH Bildungs- und Beratungsanbieter in Positionierungs- sowie Marketing- und Vertriebsfragen.

06: Ab sofort präsentiert sich die Stadler Markenkommunikation in Kirchheim unter Teck unter [www.stadlerkommunikation.de](#) im neuen Internet-Format. Inhaltlich und optisch generalüberholt meistert Stadler die Herausforderung Print und

Online erlebbar auf einen Nenner zu bringen. Das Ergebnis ein Schritt zu Crossmedialität in reinster Form.

Social Media + Web 2.0

Kunden sind unzufrieden mit Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen

Unternehmen gehen im sozialen Web zu wenig auf die Bedürfnisse ihrer Kunden ein. Drei Viertel der Nutzer sind enttäuscht über die mangelnde Dialogorientierung und den geringen Service von Unternehmen bei Facebook und Twitter. 83 Prozent empfinden die Unternehmensaktivitäten sogar als Werbung. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des Brand Science Institute, in der mehr als 1.000 Probanden zu ihren Erfahrungen befragt wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Krisenteams sind nicht auf Social-Media-Attacken vorbereitet

Gefahr durch Social Media wird erkannt, aber nicht gebannt: Obwohl Unternehmenskommunikatoren die hohe Bedeutung von Social Media in Krisensituationen erkennen, sind die wenigsten auf Attacken im Internet vorbereitet. Diesen Schluss legt eine internationale Umfrage der Kommunikationsberatung Gartner Communications nahe. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media Akademie schließt ersten „Basis Lehrgang Social Media“ ab

Vier Monate, acht Vorlesungen und 200 Absolventen: Am 11. August verabschiedete die Social Media Akademie (SMA), Mannheim/Berlin die Teilnehmer ihres ersten „Basis Lehrgang Social Media“. Mit der letzten Vorlesung „Social Media Strategie“ wurde ein Schlusspunkt hinter den erfolgreichen Start der SMA gesetzt. „Wir sind sehr zufrieden mit dem ersten Lehrgang und sicher, dass unsere Teilnehmer eine lehrreiche Zeit hatten und nun mit frischem Social Media Wissen an die Arbeit gehen können“, so Andreas Leonhard, Initiator der SMA. „Vereinzelte organisatorische Schwierigkeiten, die wir in der Anfangszeit hatten, haben wir recht schnell in den Griff bekommen. Durch die Einstellung weiterer Mitarbeiter, können wir nun allen Teilnehmern eine enge Betreuung garantieren“, so Leonhard weiter. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tippen oder Telefonieren? Über Sinn und Unsinn von Social Media-Kampagnen

Verglichen mit den USA hält sich die Zahl der hiesigen Unternehmen, die Twitter & Co. langfristig in ihre Kommunikations- und Marketingstruktur integrieren, noch in überschaubaren Grenzen. Laut einer aktuellen Studie der Deutschen Bank nutzen zwar etwa 40 Prozent der deutschen Unternehmen Social Media-Anwendungen – über den Experimentierstatus gelangen sie jedoch oft nicht hinaus. Vielerorts wird daher geraten, die Chancen im Web 2.0 endlich ernsthaft zu nutzen. Michael Maasmeier, Geschäftsführender Gesellschafter der Counterpart Group, findet den Hype um Twitter und Konsorten übertrieben und rät, auch mal wieder zum Telefonhörer zu greifen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (7) (32.+33.KW-2010)

01: Bereits sechs Wochen nach dem Erscheinen des **ECCO Social Media Reports** ist die Gebrauchsanweisung für facebook und Co. in der Unternehmenskommunikation **in einer überarbeiteten zweiten Auflage** erschienen. Erweitert um zwei Kapitel zu „Web-Seeding“ und „Intranet“ ist der Umfang des Kompendiums auf 128 Seiten gewachsen. Das Buch bietet PR-Entscheidern Anregungen zum praktischen Umgang mit den verschiedenen Facetten von Web 2.0. Die Herausgeber Lutz Cleffmann, Anja Feuerabend, Christian Kollmann und Fred Howald, Chefs der deutschsprachigen ECCO-Agenturen, bieten einen Überblick über den aktuellen Stand dieses neuen Kommunikationsmediums. Die zweite Auflage des deutschen ECCO Social Media Reports ist bei Books-on-Demand erschienen und ab sofort zum Preis von 24,80 EUR im Buchhandel erhältlich.

02: Der **Leitfaden zum Thema "Monitoring Social Media: Erfolg sichtbar machen – Trends erkennen"** der Kölner Interaktivagentur denkwerk steht kostenfrei als Download zur Verfügung. Geboten werden richtungsweisende Erkenntnisse und Insights zur Erfolgsmessung im Bereich Social Media – dazu gehören unter anderem die Definitionen zu relevanten Messinstrumenten sowie Handlungsempfehlungen in puncto Reporting und Interpretation. Social Media hat sich in den letzten drei Jahren im Marketingmix vieler Unternehmen zu einer festen Größe etabliert. Eine permanente, gezielte Beobachtung und Analyse der gesamten Online-Kommunikation zur eigenen Marke wird immer wichtiger. Um den Erfolg von Social Media Aktivitäten messen zu können, gibt es inzwischen vielerlei Möglichkeiten. denkwerk verfolgt mit seinem Leitfaden das Ziel, einen Überblick über sinnvolle Maßnahmen zu geben sowie nützliche Handlungsempfehlungen und zukunftsweisende

Trends zu Social Media Monitoring darzustellen. denkwerk.com

03: **Blogs kommen überall in Mode – auch bei Wissenschaftlern und insbesondere bei den Jüngeren.** „Die Blogs lösen die Kolumne und den Gastbeitrag ab, mit dem sich frühere Generationen von Wissenschaftlern in Printprodukten wie Tageszeitungen und Magazinen in Diskussionen einmischten und Stellung bezogen“, so der auf Wissenschafts-Kommunikation und Wissenschafts-PR spezialisierte Hamburger Berater **Andreas Günther** (41). „Jeder, der es will, hat nun seine eigene Zeitung.“ Der große Unterschied liege natürlich in den wesentlich geringeren Produktionszeiten, der Ermöglichung eines raschen Feedbacks und einer reziproken, prinzipiell gleichberechtigten Kommunikation zwischen Sender und Empfänger: „Das ist das große Ideal telekommunikativer Interaktion.“ Trotz der Aussicht, mit Interessierten direkt in Kontakt treten zu können, stehen Wissenschaftler Blogs zwiespältig gegenüber. Günther erinnert an die Ergebnisse der letzten Trendstudie zur Wissenschaftskommunikation. wk-trends.de

04: **CSR-Kommunikation im Web 2.0 – Zielgruppen werden zu Verbündeten.** Das Web 2.0 revolutioniert die Meinungsbildung: Der öffentliche Diskurs wird nicht mehr allein von den klassischen Medien bestimmt – sondern zunehmend von aktiven Nutzern der sozialen Plattformen im Internet. Das gilt vor allem für „heiße“ Themen von großem öffentlichen Interesse. Wie das gelingen kann, damit befasst sich die zweite „**DPRG Wissensplattform Kommunikationsmanagement**“. Details zum Inhalt und Ablauf des **Workshops finden Sie hier.**

05: **HBI Helga Bailey**, Agentur für PR und MarCom aus München, **baut ihre Social-Media-Präsenz weiter aus.** Brandneu treten der HBI-PR-Blog „Tischgespräche“ (www.prblog-hbi.de), der HBI Twitter-Account und die Xing-Gruppe ‚HBI-Mediatraining‘ neben die bereits etablierte Facebook-Fanpage (www.facebook.com/hbi-pr)

und das Xing-Firmenprofil. Das immense Wachstum und die kommunikativen Potenziale der Sozialen Medien definieren die Spielregeln für PR- und Marketing-Aktivitäten neu. Für alle, die sich erst noch genauer über Social Media und ihre Möglichkeiten informieren möchten, veranstaltet HBI einen **Social-Media-Workshop am 26. August** in München. Für einen geringen Unkostenbeitrag gibt es einen fundierten Überblick über die Möglichkeiten, aber auch die Fallstricke, von Twitter, Facebook & Co. Einige wenige Restplätze für den Workshop sind noch verfügbar.

06: Mit Twitter zum Abschluss: Großes Potenzial für Soziale Medien in der beruflichen Weiterbildung. Um mehr über den Bedarf und Barrieren in der Anwendung von Web 2.0 in der beruflichen Weiterbildung zu erfahren, hat die **MFG Baden-Württemberg**, Innovationsagentur des Landes für IT und Medien, gemeinsam mit europäischen Partnern Regionalanalysen in Baden-Württemberg und vier weiteren europäischen Regionen durchgeführt. Wichtigstes Ergebnis der Analyse: Die Weiterbildungsinstitutionen sind sich über den Nutzen von Web 2.0 bewusst. Der tatsächliche Einsatz scheitert oft jedoch an institutionellen und kulturellen Barrieren, wie zum Beispiel eine zu geringe Akzeptanz der Trainer sowie der Managementebene, Web-2.0-Anwendungen tatsächlich in Kurssysteme zu integrieren.

07: Laut der Studie nutzen drei von vier Frauen in den USA mindestens einmal in der Woche Social Media Plattformen. Und sie verlassen sich in immer größerem Maße auf Blogs, Foren und Social Networks, wenn sie Produkt-Empfehlungen benötigen. Dies zeigt sich auch unter den mehr als 20 Millionen Frauen, die monatlich das USBlogportal BlogHer aufrufen. Denn rund 60% von ihnen suchen dort gezielt nach Produktbewertungen. Die Kurzfassung der 2010 Social Media Matters Study finden Sie unter: blogher.com

Medien

KidsVerbraucherAnalyse 2010

Die KidsVerbraucherAnalyse (KidsVA) liefert seit 17 Jahren detaillierte und umfangreiche Informationen zum Medien- und Konsumverhalten der 6- bis 13-jährigen Kinder und Jugendlichen in Deutschland. Sie hat sich als wichtigste Studie für die jungen Zielgruppen in Deutschland etablieren können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Für Sie gesehen: NDR-Medienmagazin ZAPP am 11. August

- Seiberts Rückkehrrecht zum ZDF
 - Recherchen bei Aldi, Kik und Co
- [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wer reinkommt, ist drin. Turi-Surfen als Trendsport

(epd) Zu den Lieblingsbeschäftigungen in der selbstreferenziellen Welt der Medienjournalisten gehört seit einiger Zeit das sogenannte Turi-Surfen. Das Blog "turi2.de", das kein normaler Internetnutzer jemals aufruft, ist eine kommentierte Linksammlung, die auf Artikel zu Medienthemen verweist. Netzwelt, Digitales und Werbung stehen im Vordergrund; auch englischsprachige Online-medien werden verlinkt. Eine Aktualisierung gibt es in der Regel zwei Mal pro Tag. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

NDR-Zapp: Urteil im Sachsensumpf-Prozess - Erstinstanzliche Abwürgung von Pressefreiheit

Verurteilt wegen Journalismus und das bei uns im Land der Pressefreiheit. Passiert ist das trotzdem jetzt in Dresden. Zwei Journalisten haben im sogenannten Sachsensumpf recherchiert und vergangenen Freitag sind sie tatsächlich dafür verurteilt worden: zu je 2.500 Euro wegen übler Nachrede. "Zapp" über einen Angriff auf die Pressefreiheit.

Blumen von Unterstützern haben Thomas Datt und Arndt Ginzel vor der Urteilsverkündung bekommen. 13 Verhandlungstage brauchte das Gericht, wie sonst bei Mordprozessen. Angeklagt sind sie, weil sie ihren Job gemacht haben: recherchieren und Artikel schreiben.

Den Inhalt der Zapp-Sendung vom 18. August [hier online nachlesen](#) und [hier ansehen](#).

Die Stellungnahme des DJV Deutscher Journalistenverband, Berlin zum Vorgang [hier online lesen](#).

NDR-Zapp: Neues Image für Sauerland - PR-Berater schmeißt wieder hin

Erst schob er anderen die Schuld für die Loveparade-Katastrophe in die Schuhe, dann schwieg er, nun gestand er eine Lüge. Auf der Beliebtheitskala für Politiker würde Adolf Sauerland wahrscheinlich noch hinter Guido Westerwelle landen. Höchste Zeit also für Duisburgs Oberbürgermeister die Notbremse zu ziehen und einen PR-Berater (Karl-Heinz Steinkühler, Düsseldorf) an Bord zu holen. Doch ohne Erfolg wie "Zapp" herausgefunden hat.

Buhrufe für den am meisten gehassten Bürgermeister des Landes: Adolf Sauerland (CDU). Wochenlang ist er abgetaucht, hat zur Loveparade und seiner Verantwortung

geschwiegen. An diesem Wochenende ist er wieder aufgetaucht, gibt ein Interview nach dem anderen. Und sagt noch immer: nichts.

Den Inhalt der Zapp-Sendung vom 18. August [hier online nachlesen](#) und [hier ansehen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

NDR-Zapp: Googles Geschäft mit den Daten - Keine Strategie - Keine PR-Kommunikation

Sie gehen auf Pornoseiten, kochen gerne, sind auf der Suche nach einer neuen Digitalkamera und fahren am liebsten nach Norwegen. Das alles, sollte es denn zutreffen, weiß Google über Sie. Denn Google kennt Sie ganz genau, speichert all Ihre Daten. Dass der Internetgigant jetzt auch noch ein Foto Ihres Hauses will, ist für viele ein Problem. Dabei ist der eigentliche Skandal viel größer. "Zapp" über die Macht der Suchmaschine mit oder ohne Street View.

Eine neue Dimension, die Angst macht: Jedes Haus, jede Straße, ganze Städte - lückenlos erfasst von Google. Noch nie zuvor hat eine Anwendung im Internet die Menschen so aufgebracht. Lars Reppesgaard, Autor des Buches "Das Google-Imperium", meint: "Google Street View ist der Dienst, bei dem wir ganz handfest zu spüren bekommen, was es heißt, wenn wir und unser Alltag digitalisiert werden und unsere Umwelt. Da kommt eine Firma mit einem Auto, die macht ein Foto von unserem Haus und auf einmal sehen wir das im Internet wieder."

Den Inhalt der Zapp-Sendung vom 18. August [hier online nachlesen](#) und [hier ansehen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (6) (32.+33.KW-2010)

01: Journalisten und Unternehmen sind aufgerufen, bis zum 30. September 2010 redaktionelle Beiträge zum ersten **"ERM Medienpreis für Nachhaltige Entwicklung"** einzureichen. Der mit insgesamt 2.000 Euro dotierte Wettbewerb prämiiert Texte, die in besonders gelungener Weise das Interesse und Verständnis für Fragen der Nachhaltigen Entwicklung fördern. ifu-online.com

02: Schwimmen lernen im Haifischbecken: Lewis D'Vorkin, Chef des US-Wirtschaftsmagazins "Forbes", stellt journalistische Gewohnheiten in Frage - **freie Mitarbeiter werden beim Bloggen auf Forbes.com kein pauschales Honorar mehr erhalten**, sondern nach Traffic bezahlt. D'Vorkin verkündet zudem den Einzug des "unternehmerischen Journalismus", bei dem Journalisten ihre Artikel selber in sozialen Netzwerken bewerben sollen. turi2.de

03: Mit dem aktuellen **TrendMonitor Female Lifestyle I/2010** liefert die Bauer Media Group Erkenntnisse über die weibliche Zielgruppe. Im Fokus der Erhebung steht erneut das Thema Fashion mit dem Schwerpunkt Accessoires (Schuhe, Taschen, Uhren, Schmuck und Dessous). Für den neuen TrendMonitor Female Lifestyle wurden online 520 Frauen im Alter von 20 bis 39 Jahren befragt, die mindestens eine Zeitschrift aus dem People- oder dem jungen monatlichen Frauensegment lesen. bauermedia.de

04: **Tageszeitungen und Zeitschriften werden im Jahr 2012 in Deutschland durch elektronische Versionen ersetzt:** Laut einer Untersuchung der Agentur JOM Jäschke Operational Media wird die Zahl der rein in elektronischer Form über Tablet-PCs gelesenen Tageszeitungen und Zeitschriften bis zum Jahr 2012 allein durch die Verbreitung des iPads auf

knapp 75 Mio. Stück jährlich ansteigen. Elektronische Tageszeitungen werden dabei mit etwa 62 Mio. Exemplaren pro Jahr zunächst den überwiegenden Anteil ausmachen. jomhh.de

05: Jeder fünfte Sympathisant der Linkspartei verfolgt besonders gern die Sendung „Wer wird Millionär?“ mit Günther Jauch bei RTL. Das geht nach einem Bericht des Nachrichtenmagazins FOCUS aus der **Markt-Media-Studie „Communication Networks 14.0“ des FOCUS Magazin Verlags** hervor. Danach schalten 19,6 Prozent der Linken-Anhänger die Quizsendung ein, aber nur 17,7 Prozent der FDP-Klientel. focus.de

06: **Die deutschen Kinos haben in den ersten sechs Monaten dieses Jahres trotz rückläufiger Besucherzahlen ein Rekord-Halbjahresergebnis erzielt.** Entscheidend für die zum vierten Mal in Folge gestiegenen Umsätze sind die Erfolge und erhöhten Eintrittspreise von 3D-Filmen, deren Besucherzahlen die FFA erstmals in einer Halbjahresstatistik gesondert erfasst. Zwischen dem 1. Juli 2009 und dem 30. Juni 2010 liefen in den deutschen Kinos 14 Filme in 3D an. Bei insgesamt 486 Filmstarts entspricht dies einem Anteil gerade einmal von 2,9 Prozent. An Besuchern jedoch lösten allein 15,3 Prozent, also fast jeder Sechste, eine Kinokarte für eine 3D-Vorstellung. Der Gesamtumsatz in den deutschen Kinos legte von Anfang Januar bis Ende Juni um 21,7 Mio. auf 443,1 Mio. Euro zu. Im selben Zeitraum lösten 60,4 Mio. Menschen eine Karte an der Kinokasse, 4,5 Millionen (7,0%) weniger als im ersten Halbjahr 2009. ffa.de

Services + Tipps

E-Postbrief nicht ausgereift

Vier Wochen sind seit dem Start des E-Postbriefs vergangen. Fast genauso lange hat die Deutsche Post gebraucht, um ein Testkonto freizuschalten.

[test.de](#) hat E-Postbriefe verschickt und bleibt kritisch. Unmittelbar nach Start des E-Postbriefs haben sich zwei Tester dafür angemeldet. Das erste Testkonto schaltete die Post nach sechs Tagen frei. Für das zweite brauchte sie dreieinhalb Wochen. Postsprecher Uwe Bensien erklärt den schleppenden Anmeldeprozess so: "Wir machen das, um das System kontrolliert hochzufahren." Ab Oktober soll es besser werden.

Service compact (2) (32.+33.KW-2010)

01: Im neuen **Ranking der wertvollsten Unternehmen der Welt**, gemessen an der Börsenkapitalisierung, ist Nestlé nun die Nummer 1 in Europa. Weltweit liegt der Konzern mit Hauptsitz in Vevey VD auf Rang 10 – die Top drei sind PetroChina, Exxon Mobil und Microsoft. Mit rund 181,6 Milliarden Franken wird Nestlé bewertet, die Aktie gewann innerhalb eines Jahres 18 Prozent. [sonntagonline.ch](#)

02: **Mit dem neuen Clipping Management hat PressFile Europe die Funktionalität ihrer PR-Software deutlich ausgebaut.** Veröffentlichungen können jetzt detailliert erfasst und ausgewertet werden. Neben den Reichweiten werden in PressFile nun auch Angaben zur Medienresonanz oder Äquivalenzwerte dokumentiert. Dazu kommen weitere Informationen wie etwa die Größe oder die Position der Veröffentlichung auf der Seite. Ausgewertet werden diese Veröffentlichungen über den optimierten Clipping-Report. Das Clipping selbst wird als PDF-Datei direkt in PressFile abgespeichert und kann so jederzeit wieder angezeigt werden. Das Clipping Management ist in die Kontakthistorie von PressFile integriert und wird über einen eigenen Reiter aufgerufen und steht so ebenfalls über das zentrale PressFile-Fenster zur Verfügung. Der Anwender behält jederzeit den Überblick, zu welcher Zielgruppe und zu welchen Medien die einzelne Veröffentlichung

gehört. Auch die Projektstruktur der Kontakthistorie wird übernommen, so dass die Veröffentlichungen problemlos einzelnen Kunden (bei PR-Agenturen), Produkten, Produktgruppen oder anderen Projekten (in Pressestellen) zugeordnet werden können.

www.pressfile.de

Termine + Tagungen

Prüfungsinstanz AKOMM mit Unternehmen im Dialog

Am 14. September um 18 Uhr startet die Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) die „VIS A VIS – Veranstaltungsreihe“, die künftig exklusiv für ehemalige Prüfungsabsolventen der AKOMM stattfindet. Gastgeber der ersten Veranstaltung ist die DekaBank Deutsche Girozentrale in Frankfurt am Main. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalkommunikation – weil Unternehmen keine Inseln sind

Zum zweiten Mal findet am 28. September der Fachtag „Personalkommunikation - PR für HR“ mit einem vorbereitenden Workshop am 27. September in Wiesbaden statt. Im Mittelpunkt stehen die aktuellen Entwicklungen dieser neuen Schlüsseldisziplin: u.a. Konzepte für HR-Kommunikation, Mitarbeiter als Botschafter und Personalentwicklung als Marke. Weitere Informationen finden sich unter: www.personalwirtschaft.de/campus. "PR-Journal" sprach mit Lothar Rolke, einem der Initiatoren der Veranstaltung und Professor an der Hochschule Mainz.

PR-Journal: Welche Rolle spielt Personalkommunikation nach der nun überwundenen Wirtschaftskrise?

Lothar Rolke: Wir werden sehr schnell erleben, dass der Kampf um Talente und Fachkräfte wieder sehr heftig aufbricht. Übrigens intern wie extern. Und wir werden sehen, dass die herkömmlichen Marketinginstrumente nur eingeschränkt funktionieren. Unternehmen, die überzeugen wollen, müssen sich authentisch verständlich machen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Konferenz präsentiert aktuelle Forschung zur Organisationskommunikation

International besetzte Keynotes, fast 20 Vorträge und neue Formate für Diskussion und Präsentation - das bietet das Programm der Tagung "Organisationskommunikation und Kommunikationsmanagement" vom 4. bis 6. November an der Universität Leipzig (Organisation: Ansgar Zerfaß). Zur PR-Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) werden die führenden Forscher aus den Bereichen Kommunikationsmanagement und Public Relations im deutschsprachigen Raum erwartet. Wissenschaftlich interessierte Kommunikationsverantwortliche aus Unternehmen und Agenturen sind herzlich eingeladen. Die Teilnahmegebühr einschließlich Dokumentation und Abendveranstaltung beträgt 130 Euro. Die Registrierung ist ab sofort möglich unter www.communicationmanagement.de. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (5) (32.+33.KW-2010)

01: Wie kleine und mittelständische Unternehmen der Medizintechnologie erfolgreich Pressearbeit einsetzen, ist Thema am 16. September in Berlin. Das **Einführungsseminar „Medienarbeit in der MedTech-Branche“**

richtet sich an Mitarbeiter in Stabsstellen, Produktmanagement und Assistenzbereichen von Unternehmen, die über keine eigene Kommunikationsabteilung verfügen. Leiter des MedInform-Seminars ist der freie Kommunikationsberater Thomas Krieger. Infos: www.bvmed.de/events.

02: **Wie lässt sich der Beitrag von PR zum Unternehmenserfolg erfassen?** Jörg Forthmann (Geschäftsführer von Faktenkontor) und Lothar Rolke (Professor für BWL und Unternehmenskommunikation) stellen am 26. August im PR Club Hamburg Methoden vor, die den Mehrwert von PR-Arbeit zuverlässig nachweisen können. Beginn der Veranstaltung ist um 19:30 Uhr im Empire Riverside Hotel in Hamburg. Anmeldung erfolgt über: www.otseinladung.de/event/a1b377485d.

03: Die Berliner Quadriga Hochschule veranstaltet am 28. und 29. Oktober in Berlin die **Tagung "Onlinekommunikation - Interne und externe Corporate Communications im Web 2.0"**. Das Tagungskonzept sieht vor, die Teilnehmer aktiv in das Geschehen einzubeziehen und mit den Innovationen des Web 2.0 vertraut zu machen. Infos: www.tagung-onlinekommunikation.de.

04: Unter dem Titel **"Kommunikation 2020 - Aufbruch in ein neues Informationszeitalter?"** findet die **media coffee-Reihe** von news aktuell in fünf deutschen Großstädten statt. Am 2. September ist nun **Köln** an der Reihe. - Das tägliche Leben organisieren wir online: Urlaub und Shopping, Information und Kommunikation. Offen bleibt: Wer wird in Zukunft über Meinungsmacht verfügen? Ersticken wir im Informations-Overkill? Kann das Internet die komplizierte Welt von Morgen für uns strukturieren? Link Link für die Anmeldung: www.otseinladung.de/event/292d63b0c0.

05: Am 4. und 5. Oktober in Köln sowie am 17. und 18. November in München veranstaltet die Kommunikations-Fachzeitschrift **"w&v Werben & Verkaufen"** das **Seminar "Social Media leicht gemacht"**. Fans statt Kunden! Durch clevere Social Media-

Strategien Zielgruppen begeistern. Infos:
www.wuv.de/seminare.

Ausbildung + Seminare

Forschungsprojekt „Weiterbildung in virtuellen Welten“ erfolgreich abgeschlossen

Ein positives Resümee zogen die Studierenden der Hochschule Heilbronn und ihre Kooperationspartner MFG Baden-Württemberg und die PR-Agentur Sympra (GPRA), beide in Stuttgart, nach ihrer Seminarreihe in der 3D-Welt Second Life. In vier virtuellen Seminaren vermittelten Experten aktuelles Wissen aus den Themenbereichen Social Media und 3D-Internet. Die Vorträge waren Bestandteil des Forschungsprojekts „Einsatzpotentiale von Social Media sowie 3D-Internet für Marketing, PR und Vertrieb“. Initiiert hatte dieses Sonja Salmen vom Studiengang Electronic Business an der Hochschule Heilbronn. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Berufsporträt: PR-Beraterin

Auf dem Tisch stapeln sich Fachzeitschriften. Daneben steht eine kalte Tasse Kaffee. Das Telefon klingelt. Ein Journalist benötigt dringend Bilder. Eine Kollegin zeigt auf die Uhr und drängt: „Es ist schon zehn. Wir müssen unbedingt noch einmal die Planung für die anstehende Pressekonferenz durchgehen! Kommst du?“ So könnte für Nicole Merz, Linda Wunderle und Corinna Ziegler ein ganz normaler Arbeitstag beginnen. Seit diesem Jahr verstärken die drei Volontärinnen das Team der Stuttgarter PR- und Eventagentur [RA&P](#). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (2) (32.+33.KW-2010)

01: Deine Chance in New York durchzustarten. Du willst eine internationale Karriere starten? Dann bist du bei uns richtig! TV-Produktion begleitet dich auf deinem Weg nach oben! Du solltest zwischen 20 und 30 Jahren alt sein, weiblich und wissen, was Du willst! Bewirb Dich jetzt! Stichwort "New York" bei kandidaten@good-times.de. Wir freuen uns auf Dich! (Hinweis von Sharon Kolkmeyer, Redakteurin bei der TV Produktionsfirma Good Times in Köln.)

02: Aufbau Seminare für Pressearbeit veranstaltet die "Akademie für Pressearbeit – Pressada" im November. Denn wer schon eine zeitlang Pressearbeit macht, braucht thematische und stilistische Anregungen, Hintergrundwissen zu aktuellen Trends sowie externes fachliches Feedback. Ein "Update für die Pressearbeit" gibt es daher am 18. und 19. November in Bremen. Nähere Informationen stehen im Internet unter www.akademie-pressearbeit.de und gibt die Dozentin Viola Falkenberg unter der Telefonnummer 0421 - 78913.

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Erfolgsstatistiken nach Ostblock-Methoden



Guten Tag! "Für viele Politiker ist die Statistik wie eine Straßenlaterne für einen Betrunknen. Sie dient zum Festhalten und nicht der Erleuchtung", ist eine landläufige Erkenntnis. Sie soll vor allem die Bürger nicht erleuchten. Dazu müssen nicht einmal Statistiken gefälscht werden. Es genügt, neue Zahlen mit Vergleichszahlen zu

verknüpfen, die ein positiveres Bild geben oder neue statistische Methoden einzuführen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Öliger Masochismus

Können Sie sich noch an den Skandal wegen der giftigen Ölplattform Brent Spar erinnern? Als der Shell-Konzern 1995 die Bohrinsel im Meer versenken wollte, hat Greenpeace den Konzern wegen dessen Umgang mit diesem angeblich ver-seuchten Stahlmonstrum öffentlich angeklagt.

Der Kabarettist und Physiker Vince Ebert schreibt in der Frankfurter Rundschau über [Öffentlichkeitsarbeit und die Prügelknaben der Public Relations](#).

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Blattsalate mit Harzer Roller

Da haben wir den Salat ... und meinen damit – recht genervt – das große Durcheinander, den unerwünschten Kuddelmuddel. Deutsche Geringschätzung, ähnlich wie der Seufzer: „So ein Käse“, ist jedoch dem Gegenstand kaum angemessen. Salate sind gerade an heißen Sommertagen eine ideale Speise. Und wenn Salat und Käse sich begegnen, wie oft in südlichen Gefilden, können sie sich in ebenso unvergleichlicher Weise ergänzen wie ein verliebtes Paar beim Tango. Langweiliges Grünzeug? Von wegen, da ist viel Musik drin – auch wenn die Zwiebeln außen vor bleiben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerücht: The German Angst (vor Google)

(nsb) – In Großbritannien kann man einen giftigen Spruch lernen: „At the bottom of each problem sits a german.“ Diese Meinung findet zur Zeit eine grandiose Bestätigung – Googles „Street View“ macht unsere Landsleute nervös. Könnte es sein, dass alles Getöse um die Fotos im Internet ein zynisches Spiel der Schlagzeilenmacher mit einer typisch deutschen Schwäche ist?

Diese Vermutung ist naheliegend; nirgendwo sonst hat sich jemand aufgeregt, als die Google-Autos mit ihren auffälligen Kameras durch die Straßen fuhren. Franzosen, Belgier, Niederländer, Briten – sie alle müssen mindestens als naiv gelten, weil sie die Google-Leute einfach drauflos knipsen ließen. Und die Amis sowieso, von denen erwartet man ja nichts anderes. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Kirchhoff/Krämer: Presse in der Krise

Sabine Kirchhoff und Walter Krämer: „Presse in der Krise“. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden. 1. Aufl., Januar 2010. 130 Seiten. Preis: 14,95 Euro. ISBN: 978-3-531-17193-7
Rezension von Sebastian Wuwer, Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Landtags Nordrhein-Westfalen, Absolvent von PR Plus, Heidelberg - www.prplus.de

Krise hier, Krise da, Krise überall. Tatsächlich scheint sie in diesen Monaten allgegenwärtig, und dies weit über die Finanz- und Wirtschaftsmärkte hinaus. Denn ja, auch die Presse steckt in einer Krise. Der eingebrochene Anzeigenmarkt, rückläufige Abonnentenzahlen und die Konkurrenz der Onlinemedien machen den Zeitungshäusern zu schaffen. Nicht selten resultiert aus dieser Situation

ein Teufelskreis: Finanzielle Sparprogramme in den Redaktionen bewirken einen Verlust an journalistischer Qualität, und dieser Verlust wiederum sorgt für eine weitere Abkehr von Leserinnen und Lesern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Beispiel Deutsche Bahn: Miss-Management in der Krisenkommunikation

Die Deutsche Bahn kann einfach nicht mit Pannen umgehen, vor allem nicht in ihrer Kommunikation. Nach dem Ausfall von Zügen wegen Schnee und Frost nun das Hitzechaos aufgrund defekter Klimaanlage. Das Reisen mit der Schönwetter-Bahn wird zum Abenteuer. Informationsdefizite, Grenzerfahrungen und Szenen wie aus einem Katastrophengebiet inklusive. Und die Krisenkommunikation versagt wie so oft in der Vergangenheit. Wie äußert sich die Deutsche Bahn dazu in der Presse und Öffentlichkeit?

Den Artikel von Jens Völkerling vom 20. Juli im "pr-agentur-blog" [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

Gesuche

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

Angebote (37)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Social Media Relations Experten/in, Berlin](#)

[PR-Berater/in Touristik, München](#)

[Sn. Account Executive oder Jn. Account Manager, Germering \(bei München\)](#)

[Sopexa Deutschland sucht Junior PR-Berater \(m/w\) für Düsseldorf](#)

[Grayling Frankfurt sucht ab sofort einen Junior Consultant \(m/w\) zur Unterstützung des Consumerteams](#)

[PR Berater \(Standort Hamburg\) in Vollzeit gesucht](#)

[Berater/in \(Kundenmanagement\), Leipzig](#)

[Junior-Berater \(m/w\), München](#)

Mitarbeiter/in Projektmanagement, Köln

Junior-/ PR-Berater (m/w) Schwerpunkt
Technology/Consumer Electronics, Hamburg

PR-Berater/in, Hamburg

(Senior) PR-Berater/in für Ira Wülfing Kommunikation,
München

PR Account Manager mit Schwerpunkt Digital / Social
Media, München

Unternehmen

Gruppenleitung Internet (m/w), Soltau

Communications Strategist (f/m), Berlin

Copywriter/Editor (f/m), Berlin

Senior PR Manager (Online Games Unternehmen) in
Berlin, Hamburg, Karlsruhe und München und GmbH-
Geschäftsführer (PR-Agentur) in Berlin

Clean Energy Partnership (CEP): Pressesprecher
Projektkommunikation (m/w)

Teamleiter (m/w) im Bereich Texterstellung, Frankfurt

PR-Assistent/in, Bad Driburg (NRW)

Kundenmanager (Schwerpunkt PR/Konzeption)
gesucht, Wülfrath

PR-Fachkraft (m/w), Rhein-Main-Gebiet

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 23. August 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **17.042 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).

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.