

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 260 / 37. KW 2010

Seite 1

Imagepflege: Minister erhöhen Millionenausgaben für PR

Trotz Sparzwang sind in diesem Jahr in allen Ministerien mit Ausnahme des Gesundheitsressorts höhere Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen als im Vorjahr. Spitzenreiter ist das Bundesarbeitsministerium, das 13,2 Millionen Euro für seine Außenwirkung veranschlagt hat. Seit geraumer Zeit hat die Bundesregierung die Konsolidierung zum zentralen Punkt ihrer Agenda erklärt. In einer Sache allerdings zeigt sie sich weniger sparsam: in der Vermarktung ihrer eigenen Arbeit. Für die Öffentlichkeitsarbeit sind in diesem Jahr in allen Ministerien mit Ausnahme des Gesundheitsressorts höhere Ausgaben vorgesehen als im Vorjahr. Das geht aus der Antwort der Bundesregierung auf eine Frage der Grünen-Bundestagsabgeordneten Bärbel Höhn hervor, die der F.A.Z. vorliegt. *Den Artikel von Henrike Roßbach und Julia Löhr am 20. September in "FAZ.Net" [hier online weiterlesen](#). Und auch in "[Spiegel.Online](#)".*

LobbyControl an Merkel: gegen inakzeptable Lobbypolitik

Mit einem offenen Brief an die Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) hat LobbyControl am 16. September die politische Praxis der Bundesregierung scharf kritisiert. "Sie gewähren mächtigen Lobbyakteuren einen privilegierten Zugang und verhandeln mit ihnen wie mit Geschäftspartnern, statt Entscheidungen am Gemeinwohlinteresse auszurichten und allen Stimmen das gleiche Gehör zu verschaffen", heißt es in dem Schreiben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Shell-Jugendstudie 2010: Eine pragmatische Generation behauptet sich

Die heutige junge Generation in Deutschland bleibt zuversichtlich: Sie lässt sich weder durch die Wirtschaftskrise noch durch die unsicher gewordenen Berufsverläufe und Perspektiven von ihrer optimistischen Grundhaltung abbringen. Mit den Herausforderungen in Alltag, Beruf und Gesellschaft gehen Jugendliche auch weiterhin pragmatisch um. Prägend für diese Generation sind insbesondere eine starke Leistungsorientierung und ein ausgeprägter Sinn für soziale Beziehungen. Zu diesen Erkenntnissen kommt die 16. Shell Jugendstudie, die die Jugend 2010 unter die Lupe genommen hat.

Alles über die Shell-Jugendstudie [hier online abrufen](#).



Personalien

Deutscher Image Award 2010 geht an BMW Group

Kompetenz, Führungsstärke, Glaubwürdigkeit und Erfolg zeichnen nach Ansicht internationaler Meinungsführermedien den Vorsitzenden des Vorstands der BMW Group, Norbert Reithofer, in ganz besonderer Weise aus. Klare Profilierung und glaubwürdige Kommunikation sind das Verdienst von Kommunikationschef Maximilian Schöberl und seinem Team. Für die besondere Leistung erhält die BMW Group den "Deutschen Image Award 2010".

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Drexler tritt als "Stuttgart 21"-Sprecher zurück

Der baden-württembergische SPD-Landtagsabgeordnete Wolfgang Drexler (64) tritt als Sprecher des Bauprojekts "Stuttgart 21" zurück. Er habe sich Parteikreisen zufolge zu dem Schritt entschlossen, weil die SPD ihre Haltung zu dem Projekt geändert hat. Diese tritt nun für einen sofortigen Baustopp ein, um den Boden für einen Volksentscheid zu bereiten. Als Projektsprecher müsste Landtags-Vizepräsident Drexler aber die weiteren Bauarbeiten verteidigen. "Das ist nicht vereinbar", hieß es aus Parteikreisen. Insgesamt hält Drexler laut dpa eine wesentlich professionellere Öffentlichkeitsarbeit als bisher für erforderlich.

Personalien compact (15) (37.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Jürgen Friedrich** (43) übernimmt ab 1. Oktober 2010 die Position des Creative Directors bei Publicis Health in Köln. Er arbeitet seit zwanzig Jahren in der strategischen Healthcare-Kommunikation und betreute bei Healthy People, Klautzsch, Grey sowie LuedersBBDO namhafte nationale und internationale Pharmakonzerne.

André Roszik (32) verantwortet bei der Agentur für Gesundheitskommunikation ab sofort den Bereich Digital Strategy. Der studierte Biotechnologe gilt als digitaler Stratege mit besonderem Know-how in e-Detailing sowie mobile und social media, er arbeitete bisher bei antwerpes & partner sowie der grey healthcare group.

02: **Nina Hauer** (42) übernimmt am 1. Oktober als Managing Director die Leitung des Berliner Büros der Düsseldorfer Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors (DAA). Sie gehörte bis zum Ende der letzten Legislaturperiode elf Jahre lang dem Deutschen Bundestag an, unter anderem als Parlamentarische Geschäftsführerin der SPD-Bundestagsfraktion und später als deren stellvertretende finanzpolitische Sprecherin.

03: **Julia Simon** (28) ist neue PR-Redakteurin bei der Agentur 4iMEDIA Public & Media Relations in Leipzig. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin unterstützt die Ressorts 'Health Care' und 'Public'. Zuvor arbeitete sie unter anderem in der hauseigenen PR-Abteilung




des internationalen Mode-Labels Issey Miyake Middle Europe in Düsseldorf.

04: **Daniella Dear** (27) ist neue Social Media Managerin bei MikullaGoldmann PR in München. Nach ihrem Public Relations Bachelor hat sie praktische Erfahrungen in der Kommunikationsbranche bei Eck Kommunikation gesammelt.

05: **Dominic Sickelmann**, studierter Medienwissenschaftler, verstärkt seit 15. September die Düsseldorfer Agentur für Markenkommunikation Brandzeichen.

UNTERNEHMEN:

06: **Hans-Christoph Noack**, seit Januar 2009 Director für Corporate Communications bei Air Berlin verlässt am 30. September das Unternehmen.

07: **Frank Tinnfeld** verstärkt seit Juli 2010 als Managing Supervisor das Team der auf 100%-Healthcare ausgerichteten Agenturgruppe Liedler/GSW in Köln. Er kommt von der Agentur face to face.

08: **Juliane Schneider** (30) übernimmt die Leitung der Marketing- und Kommunikationsabteilung von Hausengel in Ebsdorfergrund. Die Diplom-Kauffrau und Kommunikationsmanagerin wird dort für die strategische Ausrichtung aller kommunikativen Maßnahmen zuständig sein.

09: **Albrecht Trautzburg** wird ab 1. Oktober in leitender Funktion in der Produktkommunikation von Audi in Ingolstadt tätig sein. Er war zuletzt für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Automobilclubs von Deutschland (AvD) tätig.

10: **Urs Frei** (42) übernimmt am 1. Oktober die Leitung der Kommunikation des Georg Fischer-Konzerns in Schaffhausen/Schweiz. Er war von 2006 bis 2010 Director Communications der Alstom Power Service-Region Europa & Afrika. **Bettina Schmidt**, bisherige Kommunikationschefin übernimmt strategische Kommunikationsprojekte im Konzern.

11: **Baki Irmak** (38) übernimmt am 1. Oktober die Leitung der globalen Kommunikation des Fonds-anbieters DWS Investment in Frankfurt am Main. Er kam 2003 zu dem Finanzdienstleister und verantwortet seit 2007 die Kommunikation in Deutschland. Zuvor war er als Portfoliomanager Leiter Vermögensverwaltung bei Delbrück & Co/ABN Amro. **Anke Hallmann** (32) wird Stellvertreterin der Kommunikationsabteilung. Sie ist seit 2003 in der Kommunikation der DWS tätig und dort seit 2007 für die Kommunikation im Ausland verantwortlich.

12: **Stephan Lützenkirchen** (41) übernimmt am 1. November die Leitung der Direktion Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei Citroën Deutschland in Köln. Er ist seit 1992 bei der Marke Citroën in verschiedenen Vertriebspositionen beschäftigt, zuletzt als Leiter der Abteilung Vertrieb Firmen- und Nutzfahrzeuge. Lützenkirchen folgt auf **Thomas Albrecht** (45), der das Unternehmen nach 19 Jah-

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!

ren im gegenseitigen Einvernehmen verlassen wird.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

13: **Kirstin Zeidler** (39) wird am 1. November neue stellvertretende Leiterin Presse und Information beim Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) in Berlin. Sie war zuvor langjährige Pressesprecherin beim Lebens- und Krankenversicherer Deutschen Ring. Zeidler folgt beim GDV auf **Matthias Müller**, der den Verband im Mai dieses Jahres verlassen hat.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

14: **Heiko Kusche** (37) wird neuer Sprecher der Landesregierung von Baden-Württemberg in Stuttgart, er war bisher stellvertretender Sprecher der Landesregierung und zuvor Sprecher der CDU-Fraktion im Landtag. Kusche folgt auf **Stefan Diehl**, der von der Politik wieder in die Wirtschaft wechselt, Diehl war zuvor Pressechef der Daimler-Nobelmarke Maybach und kam im März in die Regierungszentrale. **Dirk Metz** (53) wird die Regierung in Medienfragen beraten, er fungierte seit 1999 als Sprecher der hessischen Landesregierung und war am 31. August gemeinsam mit Ministerpräsident Roland Koch ausgeschieden.

15: **Lena Schmalisch** (26) wird am 1. Oktober neue Pressesprecherin (und persönliche Referentin des Bürgermeisters) der Stadt Sigmaringen. Vorgänger **Timo Hartmann** wechselte nach Sindelfingen. Zuvor volontierte sie im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Wissenschaftskommunikation an der Hochschule Ravensburg-Weingarten.

Etats

Etats compact (14) (37.KW-2010)

01: PiNkey, Oberweißbach

was: *PR-Etat*

an: **Tower PR**, Jena

02: JuicyWalls, Offenbach am Main

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PresseDesk**, Berlin

03: Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels (AVE), Köln

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **möller pr**, Köln

04: PEAG Personalentwicklungs- und Arbeitsmarktagentur, Dortmund

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation**, Düsseldorf

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!

05: Leica Camera, Solms
was: *Pre-Launch-Kampagne für eine Produkteinführung im Vorfeld der Fotomesse photokina*
an: **A&B face2net**, Berlin

06: Klinik am Steigerwald, Gerolzhofen
was: *regionale und überregionale Pressearbeit, TV-PR, B2C-Kommunikation, strategische Beratung*
an: **komm | public!**, Ehlershausen

07: e-hoi, Herisau (CH)
was: *PR-Etat für die Schweiz*
an: **Primus Communications**, Zürich (CH)

08: Kaba Total Access Schweiz, Wetzikon (CH)
was: *Redaktion des Geschäftsberichts, des jährlich aktualisierten Investorenhandbuchs sowie der Kundenzeitschrift "Security update"*
an: **Peter Eberhard Public Relations PEPR**, Oetwil am See (CH)

09: LAP GmbH Laser Applikationen, Lüneburg
was: *Fachpressearbeit*
an: **ofischer communication**, Bonn

10: Messe Frankfurt Exhibition, Frankfurt am Main
was: *PR-Aktivitäten für die ISH 2011*
an: **Schwartz Public Relations**, München

11: Verband der Automobilindustrie (VDA), Frankfurt am Main
was: *offizieller Pressepartner der IAA Nutzfahrzeuge in Hannover*
an: **news aktuell**, Hamburg

12: Klinik am Steigerwald, Gerolzhofen
was: *regionale und überregionale Pressearbeit, TV-PR, B2C-Kommunikation, strategische Beratung*
an: **komm | public!**, Ehlershausen

- 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

13: Hi-Rez-Studios, Georgia/USA
was: *Produkt-PR in den Fach- und Consumermedien (MMO-Shooter Global Agenda)*
an: **Marchsreiter Communications**, München

14: RR Software, Hasselfelde
was: *Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR*
an: **PR4You**, Berlin

Branche

Blick zurück: Medienmacher und Techniken der 80er

Wie haben Medienleute vor 25 Jahren gearbeitet? Wie recherchierte man ohne Google und ohne Handy? Wie vernetzte man sich ohne Facebook und Xing? Warum waren Amiga, Commodore und Atari die tollsten Computer aller Zeiten? Wer hat im Jahr 1985 die deutsche Medienszene geprägt und wer und was steckte hinter großartigen Geschichten und tollen Kampagnen der mittleren 80er Jahre? Was war die Welt ohne Privatfernsehen? Wie übertrug man Bilder ohne Internet? Und was hat das alles mit der Jetztzeit zu tun?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutscher PR-Preis 2010: Die Sieger

Am 17. September hat die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) im Wiesbadener Kurhaus gemeinsam mit dem F.A.Z.-Institut die Gewinner des diesjährigen Deutschen PR-Preises ausgezeichnet. Es waren insgesamt 27 Preise – incl. aller Sonder- und Nachwuchsauszeichnungen. Die Preise wurden zum 40. Mal verliehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG-Gala 2010: Beobachtungen vom Rande, Tisch 30

Norbert Reithofer, Vorstandsvorsitzender BMW, zusammen mit dem Leiter Kommunikation, Maximilian Schöberl, ausgezeichnet mit dem Deutschen Image-Award: „Solche Preise stehen

- 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, ethority GmbH

Jetzt informieren unter:

www.socialmediaakademie.de/

einem eigentlich nur zu bei der Hochzeit oder bei der Pensionierung, also sozusagen posthum“. (sic!) Ulrich Nies, Präsident der DPRG, zur Einleitung seiner Laudatio für Joachim Gauck: „Ich muss eine Entscheidung treffen – mit oder ohne Brille. Ich würde auch gerne Sie sehen, aber jetzt ist der Text wichtiger“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (3) (37.KW-2010)

01: Der Kommunikationsverband zeichnet seit 1997 **herausragende B2B-Kommunikation** aus und fördert damit die Qualität der interdisziplinären

Kommunikation in diesem Bereich. Der Ausschreibungsbeginn für den **13. BoB Award** ist der 16. September. Beispiele für herausragende B2B-Kommunikation können eingereicht werden von Agenturen, Medien, Industrieunternehmen und Institutionen über das Portal des Kommunikationsverbandes:

www.kommunikationsverband.de. Der Einsendeschluss ist der 23. Dezember 2010. Die Preisverleihung wird im April 2011 in Frankfurt am Main in Verbindung mit einem B2B-Kommunikationskongress in den Räumen der Messe Frankfurt stattfinden.

02: Klaus Flettner, Präsident des Kommunikationsverbandes, fordert in der Kommunikationsbranche eine stärkere Besinnung auf Individualität, Qualität und Sozialkompetenz.

Diese Werte sind Voraussetzung, um lang anhaltend am Markt bestehen zu können. Flettner äußerte diese Forderungen bei einer Rede zum Thema "Entwicklung der Kommunikationsbranche in Deutschland", die er anlässlich einer Feier zum 70. Geburtstag von Kurt A. Beck im Esslinger Rathaus hielt. Beck, langjähriger Vorsitzender des Kommunikationsverbandes Stuttgart sowie langjähriger Geschäftsführer der Werbeagentur Beck, hatte zu einem Empfang geladen. Neben seinem 70. Geburtstag war die Festivität auch dem 45-jährigen Agenturbestehen gewidmet. (Quelle: Horizont)

03: Mit dem in Kürze erwarteten Energiekonzept will die Bundesregierung Leitlinien für eine umweltschonende, zuverlässige und bezahlbare Energieversorgung definieren. Die Windindustrie steht dem Entwurf jedoch kritisch gegenüber. Dies belegt eine Meinungsumfrage, die Raiko Kommunikation (GPRA), Hamburg in Kooperation mit dem Landesverband Hamburg des Bundesverbandes Windenergie umgesetzt hat. 68 Prozent der Befragungsteilnehmer erwarten keine wirtschaftlichen Impulse durch das

- Anzeige -



Deutsche Presseakademie startet Buchreihe

Mit der **PR-Bibliothek** vereint die Deutschen Presseakademie die wichtigsten Themenfelder der Public Relations in einer Buchreihe. Renommiertere Autoren aus Wirtschaft, Verbänden, der akademischen Lehre und dem Journalismus beantworten aktuelle Fragen und geben praktische Hinweise.

Die ersten Bände „**Handbuch PR-Recht**“ von **Alexander Unverzagt** und **Claudia Gips** sowie „**Grundlagen der Internen**

Unternehmenskommunikation“ von **Ulrike Buchholz** und **Susanne Knorre** sind bereits im Handel erhältlich und können bei der Deutschen Presseakademie bestellt werden.

www.depak.de/shop.

Energiekonzept. „Die Windenergiebranche in Deutschland wächst rasant. Viele Unternehmen befürchten, dass das Ausdehnen der Kernkraftwerklaufzeiten die Entwicklung der Windenergie bremst. Die Laufzeitverlängerung könnte mögliche Investoren abschrecken und somit den Ausbau der zukunftssträchtigen Offshore-Windenergie verzögern“, erklärt Alexandra Fahl, Leiterin des Kompetenzfeldes Energie und Umwelt bei Raiko Kommunikation. Die unter rund 250 Branchenvertretern durchgeführte Umfrage fängt die Stimmung im Vorfeld der Leitmesse Husum WindEnergy ein.

Social Media + Web 2.0

GfK Panel Services analysiert Verweildauern im Internet

Die Verbreitung des Internets steigt in Deutschland kontinuierlich an. Mittlerweile sind rund zwei Drittel der Bevölkerung online. Einer aktuellen Analyse der GfK Panel Services zufolge, dominierten im Juli die Seiten ebay, Facebook und Google in der Gesamtnutzungsdauer aller Internetbesucher. Besonders lange halten sich die einzelnen Surfer auf Spieleseiten und sozialen Netzwerken auf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BVDW: Online-Werbemarkt wächst, Marken-Kommunikation im Internet nimmt zu

Der deutsche Online-Werbemarkt wird 2010 um 19 Prozent auf über fünf Milliarden Euro wachsen. Davon geht die neue Brutto-Prognose des Online-Vermarkterkreises (OVK) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) aus, die um fünf Prozent angehoben wurde. Vor allem der Bereich der klassischen Online-Display-Werbung wächst derzeit deutlich – hier sieht der OVK eine Bruttozunahme von 23 Prozent für 2010. Aber auch die Suchwortvermarktung und Affiliate legen in diesem Jahr weiter zu.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Durchbruch von Social Media scheint international gelungen

Social Media sind innerhalb weniger Jahre zu einem bedeutenden und seriösen Teil des Marketing-Mix geworden. Die realistische Lagebeurteilung durch Paul Marsden, einem international anerkannten Experten für digitales Marketing mit mehr als zehnjähriger Erfahrung in Online-

Marketing und Internet-Research: „Anfang 2009 erreichte Social-Media-Marketing in seinem Technologie-Hype-Zyklus einen absoluten Höhepunkt – mit deutlich übersteigerten Erwartungen. 2010, sozusagen im Tal der Enttäuschung, gibt es aber nun einige wertvolle Anhaltspunkte für Social Media als effektives und zuverlässiges Instrument zur Vermarktung von Waren und Dienstleistungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media wird in allen Unternehmen selbstverständlich sein

Der Computerbauer Dell gehört zu den Pionieren in den sozialen Medien und verkauft sogar Computer per Twitter. Doch für Manish Mehta, der das Social-Media-Engagement von Dell verantwortet, sind die sozialen Medien weit mehr als ein Vertriebskanal. "Social Media zieht sich bei Dell durch das ganze Unternehmen", sagt Mehta. Er legt große Hoffnungen auf den Social Commerce. "In einigen Jahren ist Social Media ein Tool, das in jedem Unternehmen eingesetzt wird", sagte Mehta im FAZ-Interview.

[Den Artikel von Netzökonom Holger Schmidt am 20. September in seinem Blog auf "FAZ.Net" hier online weiterlesen.](#)

Social Media compact (1) (37.KW-2010)

01: **Wo Googles Konkurrenten punkten:** Google ist nach wie vor die mit Abstand beste Suchmaschine für das Web. Doch für andere Google-Dienste wie Maps, Docs, Calendar oder Mail existieren inzwischen ernstzunehmende Konkurrenzangebote. [Handelsblatt Online](#) zeigt, bei welchen Diensten die spezialisierte Konkurrenz Google

schlägt – und wo der Such-Gigant die Nase vorn hat.

September in "Meedia" [hier online weiterlesen](#).
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

NDR-Medienmagazin ZAPP: PR-Desaster - Der Atomdeal der Regierung

Inszenierung ist eine Kunst, die gerade unsere Politiker oft meisterlich beherrschen. Auch beim Atomkompromiss wollte sich die Regierung gut verkaufen. Alle sollten denken, die Politiker hätten das Sagen gehabt und nicht die Atomlobby. Beinahe wäre der Plan aufgegangen, aber dann hat leider einer aus dem Nähkästchen geplaudert. Statt die Bevölkerung für eine "Revolution" zu begeistern, säte die Koalition Misstrauen. Denn erst unter Druck veröffentlichte sie das Atomabkommen. **Ein PR-Desaster.** [ZAPP über eine nicht ganz geglückte Inszenierung.](#)

Die verkorkste Medien-Bilanz des neuen Bundespräsidenten: Christian Wulff - der Freizeit-Präsident

Der Start von Christian Wulff als Bundespräsident gerät zu einer Pannen-Abfolge. Die Hängepartie bei der Wahl, der unglückliche Auftritt bei der Fußball-WM, der Urlaub in der Mallorca-Villa eines Industrie-Spezis, Kritik an seiner Rolle beim Rücktritt Thilo Sarrazins und jetzt auch noch eine Ermittlung wegen möglicher illegaler Wahlkampfhilfen und eine schlechte Umfrage. Den Präsidenten scheint all dies nicht zu bedrücken. Seine Frau und er strahlen unbekümmert in die Kameras der bunten Blätter.
Den Artikel von Stefan Winterbauer am 17.

Medien compact (2) (37.KW-2010)

01: Dem **Beschwerdeausschuss des Deutschen Presserats** lagen bei der Sitzung am 14. September 241 Beschwerden zur Berichterstattung über die Massenpanik mit 21 Toten bei der Loveparade 2010 in Duisburg vor. Dabei ging es vor allem um zwei Themenkomplexe: die Darstellung der Massenpanik in Fotostrecken und Videos sowie die Darstellung der Opfer der Loveparade in Fotos, Geschichten und Videos. Diese Beschwerden wurden zu 13 Sammelbeschwerden zusammengefasst, so dass insgesamt 13 Ergebnisse dazu vorliegen: Der Presserat sprach eine öffentliche Rüge sowie fünf Missbilligungen und drei Hinweise aus. Vier Beschwerden waren unbegründet.
[presserat.info](#)

02: Konvergente Produkte und Services haben im vergangenen Jahr einen deutlichen Sprung nach vorne gemacht und erreichen nun breite Teile der Bevölkerung in Deutschland. So nutzen laut aktuellem **TNS Convergence Monitor** immer mehr 14- bis 64-Jährige in Deutschland das Internet auch, um TV-Sendungen und Videoclips anzusehen. Insbesondere die Programmarchive der TV-Sender wie die ARD Mediathek, RTL now oder die ZDF Mediathek können sich über wachsende Nutzerzahlen in allen Altersgruppen freuen: 29 Prozent der 14- bis 64-Jährigen haben bereits eine der Webseiten dieser TV-Sender besucht, um dort eine Sendung anzusehen (2009: 24 Prozent). [tns-infratest.com](#)

Services + Tipps

Lautenbach Sass stellt „Communication Performance Manager“ vor

Mit dem „Communication Performance Manager“ stellt Lautenbach Sass, Frankfurt am Main eine neue Lösung für das Kommunikationsmanagement vor. Über eine webbasierte Plattform können Kommunikatoren direkt auf alle für sie relevanten Informationen zugreifen und sie empfängergerecht präsentieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (37.KW-2010)

01: Die **VerbraucherAnalyse (VA) 2010**: Das Mobile-Web auf dem Weg in den Massenmarkt / Was ist typisch deutsch? Die große Markt-Media-Studie von Axel Springer und der Bauer Media Group, ist erschienen und bietet einen Einblick in das Konsumverhalten der Deutschen. Die Schwerpunktthemen der diesjährigen Untersuchung befassen sich mit dem Mobile-Web und den gängigen Klischees gegenüber den Deutschen. Die Untersuchungsergebnisse der VA 2010 sprechen für einen Durchbruch des Mobile-Web in naher Zukunft. Die VA geht den Klischees nach und stellt fest, dass es den „typisch Deutschen“ nicht gibt. [bauermedia.com](#)

02: Zum zehnten Mal in Folge veröffentlicht Interbrand das **Ranking der 100 wertvollsten Marken der Welt**. Die Nummer eins ist und bleibt Coca-Cola. Der Markenwert des Getränkeherstellers beträgt 70,45 Milliarden Dollar. Auf den Plätzen zwei und drei rangieren wie im vergangenen Jahr der amerikanische Computerhersteller IBM und die Softwareschmiede Microsoft. Google, 2008 von Platz 20 auf zehn emporgesch

geschwungen, in 2009 weitere drei Plätze nach oben geklettert, macht auch 2010 wieder Plätze gut und heftet sich auf Position vier direkt an die Fersen von Microsoft. Der Internetkonzern steigerte seinen Markenwert um 36 Prozent auf 43,56 Milliarden Dollar. [interbrand.com](#)

03: Wer **erfolgreich mit Chinesen kommunizieren** möchte, muss wissen wie sie ticken. Bei seiner Keynote im Rahmen der Dmexco 2010 in Köln unterfütterte Harry Hui, Marketing-Vorstand von Pepsico International, diese Binsenweisheit mit sechs Trends bei chinesischen Konsumenten, die sich auch auf unseren Märkten auswirken können. Der Wichtigste: Durch die Ein-Kind-Politik wachsen immer mehr Chinesen allein auf und suchen ihre Identität in der Vernetzung über digitale Medien mit Altersgenossen. [wuv.de](#)

04: Für jeden dritten Verbraucher hat sich das **Serviceniveau im Lebensmittel-Einzelhandel** in den letzten Jahren verbessert. Damit einher geht auch ein besseres Service-Image. Welche Handelskette am meisten davon profitiert und wie der Ruf im Kundenservice bei Verbrauchermärkten, Discountern und auch Bio-Supermärkten ist, zeigt eine aktuelle Studie der Kölner ServiceValue. Zu 30 Marken wurden über 7.500 Kundenurteile eingeholt. Derzeit das beste Service-Image weist EDEKA auf, gefolgt von REWE und Kaufland. [ServiceValue.de](#)

Termine + Tagungen

„Menschen sind im Internet wichtiger als Marken“

Am 20. Oktober findet an der FH Mainz das 1. Forschungscamp Marketing und Kommunikation statt. Unter dem Thema „Web 2.0 – Toolbox für Anwender“ zeigen Kommunikationsexperten von Unternehmen wie Daimler, Dell, Nestlé und PWC und Wissenschaftler, wie sich mit den neuen

Kommunikations- und Beobachtungstools im Internet optimal arbeiten lässt. Weitere Informationen finden sich unter: www.forschungscamp.com. Das "PR-Journal" sprach im Vorfeld mit Lothar Rolke, Hochschulprofessor in Mainz, einem der Initiatoren der Veranstaltung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Konferenz Öffentlichkeit und Demokratie: Schafft eine demokratische Öffentlichkeit!

Am 2. Oktober findet um 14:30 Uhr im Rahmen der Berliner Konferenz "Öffentlichkeit und Demokratie" (Ort: Friedrich-Ebert Stiftung und des Wissenschaftszentrums Berlin) ein Workshop von LobbyControl und Netzwerk Recherche statt: "Medien und Meinungsmacher. Wie PR-Profis und Denkfabrik die Öffentlichkeit beeinflussen". Referenten: Dieter Plehwe (LobbyControl) und Günter Bartsch (Netzwerk Recherche). Medien sind im Visier zahlreicher Meinungsmacher – und die Medien spielen oft mit: sie lassen sich ihre Seiten und Programme von PR- und Lobbyorganisationen wie der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft oder der Initiative Pro-Dialog füllen oder zitieren vermeintlich unabhängige Experten oder Denkfabriken, die bezahlte Auftragsarbeit machen. Der Workshop beleuchtet, wie Lobbyisten und Denkfabriken auf Medien Einfluss nehmen und wie man dem entgegenwirken kann. Infos: www.oeffentlichkeit-und-demokratie.de.

K2-Fachtagung „Interne Kommunikation“ am 11. November in Düsseldorf

Die school for communication and management (scm) und das "prmagazin" laden ein, am 11. November in Düsseldorf mit Kommunikationsexperten aus verschiedenen Branchen aktuelle Entwicklungen der Internen Kommunikation zu analysieren und zu diskutieren. Das Motto der kommenden K2-Fachtagung Interne Kommunikation lautet: "Nach der Krise, vor dem Wandel – Mitarbeiter gewinnen, motivieren und zu Botschaftern machen."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (37.KW-2010)

01: Zu einem **Webinar mit dem Krisenforscher Frank Roselieb laden die PR-Agentur Grayling und der Heidelberger Kommunikationsausbilder PR plus am 30. September ein**. Von 17 Uhr bis 18 Uhr diskutieren Stefan Kombüchen, Grayling, und Frank Roselieb vom Kieler Institut für Krisenforschung über „Aktuelle Fälle und Trends der Krisenkommunikation“ aus der Sicht von beraterischer Praxis und wissenschaftlicher Forschung. Sie werden dabei unter anderem über Kommunikationspsychologie im Kontext der Duisburger Loveparade sprechen, über die Bedeutung des Social Web während der BP-Ölkrise im Golf von Mexiko sowie über die Rolle der Medien und deren Berichterstattung zu den Missbrauchsfällen an der Odenwaldschule. Die Teilnahme am Webinar ist kostenlos und ohne technische Vorbereitungen per Klick auf einen Einladungslink möglich, den alle registrierten Teilnehmer rechtzeitig vorab per E-Mail erhalten. Die Teilnehmerzahl ist auf 100 Personen begrenzt, daher ist eine Anmeldung bis spätestens 29. September, an info@prplus.de notwendig.

02: Am 10. November findet in der Stadthalle Wuppertal der **Tag der Informations- und Kommunikationswirtschaft Nordrhein-Westfalen** statt. Infos + Anmeldung: www.iuk-tag-nrw.de/anmeldung.

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (1) (37.KW-2010)

01: Die Wirkweisen von PR, Journalistik und Medienarbeit, Konzeptionstechnik (SWOT-Analyse, Strategie entwickeln, Taktik planen, Controlling), Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation – das sind die Schwerpunkte des **Seminars B1 – Basistraining PR, 1. Teil der AFK Akademie Führung und Kommunikation**. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erarbeiten sich systematisch die gesamte Bandbreite moderner PR. Termin: 18. bis 22. Oktober in Alzey. Infos: www.afk-online.com

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Brandenburgs Ministerpräsident Platzeck beschimpft die bösen Wessis



Guten Tag! Das 20. Jahr nach der Wiedervereinigung ist für Brandenburgs Ministerpräsident Matthias Platzeck (SPD) Anlaß, die DDR zu feiern und die Westdeutschen zu beschimpfen. Er beklagt, in Assoziation zum Anschluß Österreichs an das Deutsche Reich, den „Anschluß“ der DDR an die Bundesrepublik und die „gnadenlose Desindustrialisierung Ostdeutschlands“. In einem Spiegel-Interview kritisierte er, daß die „Anschlußhaltung“

verantwortlich für viele gesellschaftliche Verwerfungen nach 1990 im Osten sei. Den Ostdeutschen sei das Gefühl vermittelt worden, „sie müssen alles wegwerfen, es war alles Stasi und alles ideologieverseucht“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

PR-Gala mit Gutmensch Gauck und Gernegroßen

Den Preis des Besten hätte Sascha Hingst vom RBB verdient gehabt, weil er am Freitag, den 17. September, die Gala zum 40. (nun „Internationalen“) Deutschen PR-Preis, so pffiffig überzeugend und professionell fröhlich moderierte. Mehr davon, bitte. Doch da war Joachim Gauck, der Preisträger „Kommunikator des Jahres“, für den es nicht enden wollende „Standing Ovation“ gab und der mit altersweiser Lockerheit den Youngsters der PR-Branche eine freie Rede hielt, die sich mitzuschreiben gelohnt hätte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerichte: Steinpilz-Carpaccio + Kalbsleber mit Steinpilzen

Wie die Jäger und Sammler. Die Holländer sagen Paddestoel, also Krötensessel; eine Spezies heißt hierzulande „Rotgenatterter Hautkopf“. Unsere Waldpilze haben nicht nur sprachlich einen schweren Stand – die meisten Mitmenschen würden sich niemals trauen, selbst „Schwammerln“ zu sammeln. Sie wissen nicht, welche Wonnen es bereitet, einen prächtigen Steinpilz zu finden. Zu tief sitzt die Furcht, eines grässlichen Todes zu sterben. Dabei

sind einige der leckersten Waldfrüchte eindeutig bestimmbar – und sogar recht häufig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Unternehmensberater: Warum so viele Beratungen kläglich scheitern

Unternehmensberater inszenieren sich gerne als Rettungstruppe in Notsituationen. Doch durch das Engagement der Berater muss sich nicht zwangsläufig ein Erfolg einstellen. Ein Drittel aller Beratungen geht schief, weil Unternehmen falsche Consulter wählen oder die Projekte schlecht vorbereiten.

Den Artikel von Hans-Jürgen Klesse am 16. September in "Handelsblatt.com" (Quelle: wiwo.de) [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schwarz-Gelb und die Lobbyisten: Offensive der Hauptstadt-Flüsterer

Von der Gesundheitsreform bis zur Mehrwertsteuer, von Google Street View bis zur Bundeswehr: Die Regierung hat sich für den Herbst mehrere Großprojekte vorgenommen - und stößt damit auf massiven Widerstand. "SpiegelOnline" analysiert, wie Lobbyisten Merkels Pläne zerlegen wollen.

Den Artikel von Florian Gathmann, Severin Weiland und Philipp Wittrock am 16. September in "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).

Lesenswert zum Thema auch der Beitrag von Marc Brost, Elisabeth Niejahr, Petra Pinzler und Fritz Vorholz am 16. September in "Zeit.Online" : [Kanzlerin der Konzerne. Autoindustrie,](#)

Atomlobby, Krankenversicherer: Für sie macht Schwarz-Gelb Politik. Aber der Kurs der Regierung kommt nicht einmal bei der Wirtschaft an. [Hier online weiterlesen](#).

Rechtsprechung: Manipulation im Gerichtssaal

Ob Anleger-Prozesse, kriminelle Manager oder gefeuerte Kassiererinnen: PR-Strategen ziehen im Hintergrund die Fäden. Sie umgarnen Gerichte und Staatsanwälte. Und die sind beeindruckt. Einer, der damit sein Geld verdient, ist PR-Berater Stephan Holzinger. Sein Spezialgebiet heißt „Litigation PR“, nach dem amerikanischen Fachwort für Prozessführung. „Litigation PR bedeutet, die Wahrnehmung über einen Prozess oder Disput im besten Sinne des Kunden zu prägen“, sagt Holzinger. Dafür funken er und seine Kollegen in alle Richtungen. Sie funken den Bürger auf der Straße an, die Politik, die Kunden ihrer Kunden, die Mitarbeiter, die Aktionäre oder die Analysten. „Im strafrechtlichen Bereich kann Litigation PR auch Einfluss nehmen auf die Agenda der Staatsanwälte“, sagt Holzinger.

Den Artikel von Melanie Amann am 20. September in "FAZ.Net" (am 19.9. in der gedruckten "F.A.S.") [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (53)

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

Trainee / Junior / Berater Markenkommunikation (m/w), Düsseldorf

Public Affairs-Beratung bei Int. Netzwerkagentur in Berlin

Senior PR-Berater (m/w), München

Oldenburg Kommunikation sucht PR-Berater/in für Hamburg

SMM-Juniorberater/Junior-Communitymanager (m/w), Düsseldorf

PR-Berater (Senior Associate) (m/w), Frankfurt

PR-Juniorberater (Client Executive) (m/w), Frankfurt

PR Berater (Associate) (m/w), Frankfurt

Account-Manager/in, Berlin

Online-Redakteur(in) Großraum Karlsruhe

PR-Berater/-in gesucht, Hamburg

Teamassistentz für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Senior PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Marke für München

Senior-Berater mit Perspektive Unit Manager (m/w), Wiesbaden

Jeschenko Berlin sucht PR-Trainee und PR-Berater (m/w)

PR-Berater/in (Public-Relations-Manager/in) in Köln

PR-Redakteur/-in Schwerpunkt Finanzdienstleistungen

PR-Berater/-in Schwerpunkt Finanzdienstleistungen

Account Manager (w/m) für den Bereich Consumer PR in Köln

PR-Agentur in Wiesbaden sucht Junior-PR-Berater/in

Public Relations Manager/-in, München

PR-Junior Berater/in Healthcare (w/m), Köln

Redakteur Finanzkommunikation (m/w), Hamburg

PR-Berater/in für Hamburg gesucht

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

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

Unternehmen

Eventmanager/in - Bereich Organisation, Hamburg

Junior-PR-Berater (m/w) Consumer Health/Markenkommunikation, Frankfurt

Manager Corporate PR (m/w), Herzogenaurach

PR-Referent (m/w) interne Kommunikation, München

Gruppenleitung Internet (m/w), Soltau

Intern Public Relations (m/f), Berlin

Copywriter/Editor (f/m), Berlin

Verbände (Non-Profit)

[Referent/in Öffentlichkeitsarbeit, Berlin](#)

[Leiter/Leiterin Kommunikation, Osnabrück](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 30. September – 24:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **17.105 Empfänger** versandt.

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.

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).