

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 270 / 47. KW 2010

Seite 1

GPR 2.0: Social-Media-Diskussion im Internet

Am 3. Dezember startet von 09.00 bis 09.45 Uhr (mit anschl. Chat) eine neue Veranstaltungsreihe (neudeutsch: Format) der GPR Gesellschaft Public Relations Agenturen: **GPR Early Bird / Web TV** (im Studio der Düsseldorfer GPR-Agentur komm.passion). Erstes Diskussions-thema: **"Die Freiheit von Social Media? Oder warum Social zumeist Marketing bedeutet!"**
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Energieversorger: Warum bei E.on, RWE und Co. die Nerven blank liegen

In den Chefetagen zerstritten, bei den Verbrauchern verhasst, von den Anlegern gemieden – bei den Energiekonzernen wachsen die Zweifel an ihrer Zukunftsfähigkeit. Johannes Teysen, der Chef des Düsseldorfer Energiekonzerns E.On, spricht gern in einem Ton, den niedersächsische Landbewohner pflegen: vordergründig mitteilend, doch im

Grunde immer das Gleiche auf den Lippen. Selten oder nie lässt sich der gebürtige Hildesheimer aus der Reserve locken. Wenn ihn etwas wurmt, bedient er sich kleiner Lästereien und Sottisen, die er dann aber umso giftiger abschießt. Vorvorige Woche Mittwoch, in der Konzernzentrale von E.On in Düsseldorf, ist wieder so ein Moment. Die aufgeräumte Art, mit der Teysen die Neunmonatszahlen und die Konzernstrategie vorträgt, merken Vertraute schnell, kaschiert mehr, als seine Worte aussagen. Ruhig präsentiert der 51-Jährige die Neunmonatszahlen – ein Rekordergebnis.

Den Artikel von Andreas Wildhagen am 23. November in "wivo.de" [hier online weiterlesen](#).

Regierungssprecher dürfen täuschen, PR-Frauen und Mütter nicht

Der Deutsche Rat für Public Relations hat gesprochen und geurteilt. Gerügt hat er die PR-Beraterin Dr. Astrid Nelke-Mayenknecht, und zwar dafür, dass sie als Mutter in verschiedenen Berichten und Fernsehsendungen den Bildungsanbieter FastTrack Kids lobte – für den Nelke-Mayenknecht ehrenamtlich als Kommunikatorin wirkte – ohne die Redaktionen auf diese Doppelrolle hinzuweisen. Der PR-Rat sagt, dies sei verdeckte PR, und als solche verboten. So weit, so gut. Warum der PR-Rat aber in der Überschrift seiner Presseinformation schreibt, er rüge eine "PR-Frau und Mutter", wirft ebenso viele Fragen auf, wie seine Ermittlungspraxis.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Identitätskrise. Protest im Wirtschaftswunderland: Der Ländle-Mythos gerät ins Wanken

Der Kampf um das Bahnprojekt Stuttgart 21 erschüttert den legendären Ruf von Baden-Württemberg als Erfolgsländle. Vordergründig streiten Gegner und Befürworter um einen Verkehrsknotenpunkt. Tatsächlich erodiert der Konsens darüber, wie das Bundesland seine Wirtschaft in die Zukunft steuern soll. Baden-Württembergs innere Kampfzone verläuft mitten durchs Stuttgarter Zentrum. Auf knapp einem Kilometer Länge verschanzen sich Befürworter und Widersacher des Milliardenprojekts - ziemlich genau, wo der neue Tiefbahnhof "Stuttgart 21" entstehen soll. *Den Artikel von Nils-Viktor Sorge am 23. November in "manager-magazin.de" [hier online weiterlesen.](#)*

Personalien

Robert Trenkel verlässt achtung

Robert Trenkel (45), seit Februar 2008 als Geschäftsführer der Kommunikationsagentur achtung! (GPRA) für den Bereich PR sowie die Internationalisierung verantwortlich, beendet seine Tätigkeit auf eigenen Wunsch und wird das Unternehmen Ende Dezember verlassen. Trenkel kam im April 2007 zu achtung! und war zuvor als selbstständiger Berater unter anderem für T-Com tätig. Künftig führen Mirko Kaminski

(39) und Thorsten Beckmann (41) die Kommunikationsagentur mit Büros in Hamburg und München als Geschäftsführer-Duo, wobei Kaminski die bislang von Robert Trenkel verantworteten Bereiche mit übernimmt.

Neues DAPR-Präsidium gewählt

Die Gesellschafterversammlung der DAPR Deutsche Akademie für Public Relations wählte am 29. November in Frankfurt am Main ein neues Präsidium. Neuer Präsident ist Alexander Güttler, Präsident der GPRA und CEO komm.passion, Düsseldorf. Er ist seit Jahren in der PR-Aus- und Weiterbildung engagiert und lehrt u.a. am Institut für Journalistik und Public Relations der FH Gelsenkirchen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (26) (47.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Michael Gentsch** (55) verstärkt als Executive Consultant die Unit PolicyAdvice der Unternehmensberatung PRGS und wird in Berlin und Brüssel Unternehmen bei der strategischen Positionierung gegenüber Gesellschaft und Politik beraten. Der Kommunikationsexperte und ehemalige Regierungssprecher des Landes Sachsen-Anhalt leitete zuvor als Geschäftsführer die Deutschen Initiative zur Förderung eines verantwortungsvollen Umgangs mit alkoholhaltigen Genussmitteln (DIFA Forum.).



02: **Sandra Bachmann** (34) hat die Full-Service-Agentur für Public Relations "schreibbar" in Fulda gegründet. Die studierte Germanistin und Amerikanistin arbeitete nach ihrem Volontariat in einer Tageszeitung einige Jahre als festangestellte Redakteurin in einem Verlagshaus, bevor sie sich als Online-Redakteurin weiterbildete und zwei Jahre lang verantwortlich die Internet-Auftritte eines namhaften Handelsunternehmens betreut.

03: Die PR-Agentur Ecker & Partner in Wien (AT) erweitert ihr Führungsteam und holt vier langjährige Mitarbeiter in Unit-Leitungsfunktionen. Zusätzlich zu den bestehenden Unit-Leitern **Nicole Bäck, Anna Harmer, Johannes Mak** und **Axel Zuschmann** übernehmen nun **Georg Huemer, Nele Renzenbrink, Marie-Theres Roithner** sowie **Barbara Puhr-Gall** neue Führungsverantwortung und Herausforderungen.

04: **Peter Giese** (44) verstärkt die Geschäftsführung der Hamburger PR-Agentur AMG, er bildet ab sofort gemeinsam mit Inhaberin **Erdtrud Mühlens** eine Doppelspitze. Giese hatte die Agentur 2006, nach siebenjähriger Tätigkeit, zuletzt als Senior Berater, verlassen und wechselte zu der Kommunikationsagentur achtung! (GPRA), jetzt kehrt er als stellvertretender Geschäftsführer zu AMG zurück.

05: **Linda Großmann** verstärkt als Account-Managerin die Food & Beverage Unit der Düsseldorfer Agentur für Markenkommunikation

Brandzeichen. Neben ihrem Studium der Germanistik und Anglistik bringt Großmann umfassendes Know-how aus dem Online-Bereich mit.

06: **Tanja Terney Hansen** (37) verstärkt das PR-Team von Schneider Kommunikation in Stuttgart in der strategischen Kommunikationsberatung. Sie war zuvor Beraterin bei der internationalen PR-Agentur Grayling Deutschland in Frankfurt am Main.

07: **Jörg Roling** (31) wird ab dem 1. Dezember das Procter & Gamble-Team der Düsseldorfer PR-Agentur Brandzeichen verstärken.

UNTERNEMEN:

08: **Uwe Berlinghoff** (54) wird am 1. Januar 2011 neuer Director Corporate Communications von airberlin und damit Sprecher des Unternehmens. Er kommt von Opel, wo er in den letzten acht Jahren als Director Government Relations und Leiter der Hauptstadtrepräsentanz in Berlin war. Berlinghoff folgt auf **Peter Hauptvogel** (69), der diese Position vorübergehend wieder übernommen hatte, er bleibt als Berater des Vorstandes und Chefredakteur des airberlin magazins im Haus.

09: **Fritz Schwab** (43) ist neuer Leiter Presse und Information bei der Bausparkasse Schwäbisch Hall, er ist für die externe Kommunikation verantwortlich. Der studierte Jurist und ausgebildete Wirtschaftsjournalist kommt vom Nachrichtenmagazin Focus,

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

Elektronische Medienanalyse

▶ Jetzt können Sie die Medienresonanz Ihrer Kommunikationsmittel aktueller messen und bequemer per Internet abrufen. Damit erreichen Sie Ihre Kommunikationsziele schneller. Aktueller, umfangreicher und leichter war Medienanalyse noch nie!

dessen Stuttgarter Büro er seit 2001 führte. Schwab wird Nachfolger von **Stefan Speicher** (44), der künftig das Kommunikationsmanagement leitet, das u.a. die interne Kommunikation der Unternehmensgruppe und die Erstellung des Geschäftsberichts umfasst.

10: **Andrew Gowers** (53), Kommunikations-Chef des Energiekonzerns BP, verlässt das Unternehmen Ende November im gegenseitigen Einverständnis. Grund ist der von CEO Bob Dudley geplante Umbau der Kommunikationsabteilung, um das beschädigte Image des Konzerns zu verbessern. Gowers ist seit Mitte 2009 bei BP tätig, zuvor war er Kommunikations-Chef der Pleitebank Lehman Brothers und Gründungs-Chefredakteur und Herausgeber der "Financial Times Deutschland". Wer auf Gowers folgt, ist nicht bekannt.

11: **Stefan Göbel** (45) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation von CosmosDirekt in Saarbrücken. Er verantwortet künftig die interne und externe Kommunikation sowie Ratings und Marktbeobachtung des Direktversicherers. Göbel kommt von Leica Camera, wo er von 2008 bis 2010 Bereichsleiter Unternehmenskommunikation war, zuvor verantwortete er 16 Jahre die Corporate Communications der Gerolsteiner Gruppe und der Gerolsteiner Brunnen.

12: **Stefanie Dargel** (36), seit 2007 Leiterin der Unternehmenskommunikation von Europcar in

Hamburg, wird zum 1. Dezember neuer Director Marketing und folgt damit auf **Edith Rüger-Muck**, die das Unternehmen verlässt. Die Leitung der Unternehmenskommunikation wird in Kürze neu besetzt, bis dahin wird Dargel die Abteilung interimweise weiter führen. Von 2002 bis 2007 war sie Managerin Corporate Communications bei Tchibo.

13: **Michael Ahrens** (40) wird neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei dem stadteigenen Hamburger Wohnungsunternehmen Saga/GWG. Der ehemalige NDR-Redakteur war bisher Sprecher von Hamburgs Wirtschaftssenator Ian Karan (parteilos). Ahrens folgt auf **Carl Mario Spitzmüller** (46), der nach sieben Jahren bei der Saga/GWG Leiter der Unternehmenskommunikation bei Coop in Kiel wird.

14: **Daniel Raimer** (36) wird Sprecher von RapidShare in Cham (CH). Der Düsseldorfer Fachanwalt für Medien- und Internetrecht begleitet RapidShare seit der Gründung im Jahr 2006 und hat das Unternehmen in zahlreichen juristischen Auseinandersetzungen vertreten. Raimer nimmt seine Arbeit als Sprecher mit sofortiger Wirkung auf und wird weiterhin als Anwalt des Unternehmens tätig sein.

15: **Oliver Kirch** (34), ist seit dem 1. Oktober Leiter der Abteilung Marketing/PR des Essener IT-Dienstleister Itellium Services. Er berichtet weiterhin an Inhaber und Geschäftsführer **Jens-Uwe Holz**, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Partner **Uwe Brückner** Ende 2009 aus der Arcandor-Insolvenz heraus übernommen hat. Die Position

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!

wurde neu geschaffen.

16: **Christian Maertin** (40), seit 2007 Leiter Unternehmenskommunikation beim Heidelberger Finanz- und Vermögensberater MLP, hat die Leitung des neugeschaffenen Bereichs Kommunikation und Politik bei MLP übernommen. Er verantwortet ab sofort zusätzlich zur internen und externen Kommunikation des Unternehmens auch die politische Interessenvermittlung.

17: **Thomas Kötter** (33) wird am 1. Januar neuer Leiter der Unternehmenskommunikation des Flughafens Düsseldorf International. Derzeit verantwortet er als Mitglied der Geschäftsleitung und Director Marketing and Communications beim Düsseldorfer Messeveranstalter Igedo Company die Bereiche Marketing, Presse, Sponsoring und Events.

18: **Marco Dalan** (44) verstärkt die Unternehmenskommunikation von Volkswagen in Wolfsburg, er wird Ansprechpartner für die Konzern- und Finanzthemen. In den vergangenen zehn Jahren war Dalan Wirtschaftskorrespondent im Büro Nordrhein-Westfalen der "Welt"-Gruppe und betreute von dort aus im Schwerpunkt die Automobilindustrie.

19: **Silke Berg** (34) verantwortet ab sofort als Senior Managerin den Bereich PR & Marketing bei dem Anbieter von personalisierten Retargeting-Lösungen Criteo in München. Die Kommunikationsexpertin war zuvor PR Managerin bei der Münchener Agentur cocodibu.

MEDIEN:

20: Pius Strobl (54) hat die Konsequenzen aus der Abhöraffaire gezogen und ist beim Österreichischen Rundfunk (ORF) in Wien (AT) als Kommunikationschef und Pressesprecher zurückgetreten. Seit Anfang 2007 war der ehemalige

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikationserfolg durch schnellen Zugriff auf die wichtigsten Kennzahlen. Erzeugen Sie mit einem Klick ein attraktives Reporting für das Management.

Das webbasierte Tool für das Kommunikationsmanagement

Wir stellen alle relevanten Informationen über eine zentrale Plattform bereit. Sie können verschiedene Module flexibel nach Ihren Anforderungen zusammenstellen.

www.communication-performance

Mitgründer der Österreichischen Grünen-Partei für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing im ORF verantwortlich.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

21: **Catherine Abraham**, die seit 2009 die Abteilung Kommunikation und Marketing der Tonhalle-Gesellschaft Zürich (CH) leitet, gibt ihren Posten Ende 2010 aus eigenem Wunsch auf. Sie wird sich ab 2011 als Kommunikationsberaterin selbstständig machen und neben dem Tonhalle-Orchester Zürich weitere Institutionen aus Kultur und Wirtschaft in der Kommunikation und dem Social Media Marketing beraten und betreuen.

22: **Yvonne Schnur** (29) ist neue Öffentlichkeitsreferentin der evangelischen Dekanate Worms-Wonnegau und Alzey.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

23: **Stefan Hackh** (41) übernimmt am 6. Dezember die Leitung der Kommunikationsabteilung des Tiefbauamtes der Stadt Zürich (CH) und wird in der erweiterten Geschäftsleitung vertreten sein. Der eidgenössisch diplomierte PR-Fachmann war zuvor Leiter Kommunikation beim Medienunternehmen Ringier Schweiz. Interimistisch wurde die Kommunikationsabteilung des Tiefbauamtes von **Cigdem Ruf** geleitet, die nach diesem befristeten Einsatz das Tiefbauamt verlässt und eine neue Herausforderung im Kommunikationsbereich übernimmt.

24: **Matthias Arning** (47) wird am 15. Januar 2011 Sprecher von Frankfurts Oberbürgermeisterin Petra Roth (CDU) und gleichzeitig ihr Grundsatzreferent. Er kommt von der "Frankfurter Rundschau", wo er die Frankfurter Stadtreaktion geleitet hat. **Thomas Scheben**, stellvertretender Leiter des Presse- und Informationsamts, wird zusätzlich dafür zuständig sein, die Zusammenarbeit von Roth mit den Fraktionen von CDU und Grünen zu koordinieren.

25: **Melitta Thies** (44), die seit 20 Jahren die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Landratsamtes Böblingen gestaltet hat, seit 2000 als deren Leiterin, wird Frauen- und Gleichstellungsbeauftragte des Landkreises Böblingen.

26: **Roland Lang** wurde zum Beauftragten für Presse und Öffentlichkeitsarbeit des Ortsverbands der CDU in Böhmenkirch gewählt.

- Anzeige -



Bestellen Sie jetzt **die komplette Zimpel-Datenbank auf CD** zum Aktionspreis von nur einmalig Euro 399,00 statt regulär Euro 1.540,00. Mit der letzten Ausgabe ZDATaplus recherchieren Sie nach mehr als 90.000 Medienkontakten. Außerdem haben Sie Zugriff auf mehr als 40.000 Sonderthemen und Sonderseiten der Printmedien. **Ohne Abonnement oder anderweitige Verpflichtungen!** Dieses Angebot gilt bis 15. Dezember 2010. Jetzt bestellen unter www.zimpel.de!

Etats

Israel plant offenbar großangelegte Imagekampagne

Das israelische Außenministerium plant offenbar eine großangelegte Image-Kampagne in mehreren EU-Staaten. Die israelischen Botschaften in London, Berlin, Rom, Paris, Madrid, Den Haag, Oslo und Kopenhagen hätten Anweisungen erhalten, für ein besseres Bild des Landes zu sorgen, bestätigte ein diplomatischer Vertreter am Sonntag in Jerusalem. Nach Informationen der israelischen Tageszeitung "Haaretz" wurde das Budget für die Öffentlichkeitsarbeit in den acht Städten verdoppelt. stern.de

Etats compact (19) (47.KW-2010)

01: Woolworth, Unna

was: *PR-Etat*

an: **Engel & Zimmermann**, Gauting bei München

02: RatePay, Berlin

was: *klassische PR-Maßnahmen*

an: **ReComPR**, Mainz

03: Beka & Bell, Tiefenbronn

was: *PR und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Katja Schafer PR**, Düsseldorf

04: Europäische Patentorganisation, München

was: *Informationskampagne für Five IP Offices (IP5)*

an: **commlab**, Leipzig

05: ÖDMV Mein Versorgungswerk, Berlin

was: *verkaufsfördernden*

Kommunikationsmaßnahmen

an: **Kommuniqationz**, München

06: Domino's Pizza Germany, Berlin

was: *PR und Social Media-Aktivitäten zum Start im deutschen Markt*

an: **public link**, Berlin

07: Zoo Leipzig

was: *PR-Maßnahmen zur Eröffnung des neuen Themenbereichs Gondwanaland*

an: **Serviceplan Public Relations**, München

08: Vergiss Aids nicht, Berlin

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR zum Welt-Aids-Tag 2010*

an: **PR4you**, Berlin

09: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt (BSU), Hamburg

was: *Kommunikation und PR-Arbeit für das*

Projekt Umwelthauptstadt Europa 2011

an: **fischerAppelt** (GPRA), Hamburg

10: Hamburger Initiative für Medien, IT- und Telekommunikation - Hamburg@work

was: *Beratungsleistung für den Wettbewerbsgewinner der newTV-AppChallenge 2010*

an: **Tsching, Derassa & Bum**, Hamburg

11: Regionale Projektleitstelle Elektromobilität Modellregion Hamburg

was: *Kommunikationsetat des Elektromobilitätsprojekts "Hamburg fährt mit grünem Strom"*

an: **Scholz & Friends Brand Affairs**, Hamburg

12: Deutsche Castrol Vertriebsgesellschaft, Hamburg

was: *Konzeption und Umsetzung des Castrol-Kalenders, sowie PR- und Social Media-Maßnahmen*

an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

13: Sirona Dental Systems, Bensheim

was: *Veranstaltungsreihe rund um das Thema digitale Abformtechnologie und inLab CAD/CAM Software*

an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart

14: Metten Stein+Design, Overath

was: *Auftritt im Social Web*

15: Winter Jansen Lamsfuß Rechtsanwälte, Bergisch Gladbach

was: *Kommunikation mit klassischer Pressearbeit und Social Media-Aktivitäten*

an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach

16: Vion Food Group, Düsseldorf

was: *Launch-PR für das Neuprodukt hackplus*

17: Novadent Dentaltechnik, Hamburg

was: *Presse- und PR-Arbeit, Unternehmens- und Marken-PR, Online-PR-Maßnahmen*

an: **public:news Agentur für
Kommunikationsberatung**, Hamburg

18: Inter Alpen-Hotel Tyrol, Telfs-Buchen / Seefeld
(AT)

was: *Pressearbeit*

an: **Success PR Silvia Unger**, München

19: SV Group, Dübendorf (CH)

was: *Markenkommunikation und Corporate
Publishing*

an: **schneider meier külling**, Zürich (CH)

Branche

Politikaward 2010: Hannelore Kraft und Lothar de Maizière ausgezeichnet

Die nordrhein-westfälische Ministerpräsidentin Hannelore Kraft (SPD) wird vom Magazin Politik und Kommunikation in Berlin mit dem Politikaward als "Politikerin des Jahres" ausgezeichnet. Die Laudatio hält der SPD-Vorsitzende Sigmar Gabriel. Aus der Jurybegründung: "Hannelore Kraft hat sich – nach einem engagierten und bürgernahen Wahlkampf – darauf eingelassen, mit ihrer Minderheitsregierung regelmäßig für Mehrheiten werben und Überzeugungsarbeit leisten zu müssen. Sie hat den Mut bewiesen, dem eigentlichen Souverän, dem Parlament, ein Höchstmaß an Einfluss zu überlassen."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Rat rügt Astrid Nelke wegen verdeckter PR

Auch im Ehrenamt müssen PR-Kodizes beachtet werden. Astrid Nelke, Besitzerin der PR-Agentur know:bodies, pries wiederholt in Talkshows und in Zeitungsartikeln eine Einrichtung für frühkindliche Bildung an – als Mutter. Den verantwortlichen Redaktionen verschwieg sie mehrfach, dass sie für das Unternehmen ehrenamtlich die Pressearbeit betreute. Aufgrund dieser bewusst durchgeführten verdeckten PR-Aktivitäten spricht der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) nach umfangreichen Recherchen eine Rüge gegen Nelke aus. Der DRPR fand vier Artikel und drei Fernsehsendungen aus der Zeit von 2007 bis 2009, die Nelke für positive Berichte über frühkindliche Bildung und den Anbieter FastTrackKids nutzte. drpr-online.de

Fragwürdige Schöpfung einer Lobbyagentur: Non Toxic Solar Alliance

In Brüssel endete am Mittwoch (24.11.2010) eine monatelange Lobbyauseinandersetzung um Umweltvorschriften für Solarmodule. Dabei trat eine dubiose Lobbyorganisation auf, die "Non-Toxic Solar Alliance". Sie wurde von der Lobbyagentur Bohnen Kallmorgen und Partner gegründet – aber nach außen präsentiert sie sich als gemeinnützige Initiative aus Wissenschaftlern, Zivilgesellschaft und Solarunternehmern. Der Fall verdeutlicht das Scheitern des freiwilligen EU-Lobbyregisters. LobbyControl wird ihn sowohl der EU-Kommission als auch dem Deutschen Rat für Public Relations zur Beschwerde vorlegen. lobbycontrol.de

Eine Generation Nachholbedarf: Europäische Politiker und das Internet

Europäische Politiker nutzen das Internet zur eigenen Information - aber kaum für den Kontakt mit ihren Wählern. Für die Kommunikation mit ihren Wählern setzen nur wenige Politiker Online-Netzwerke wie Facebook oder Twitter und Blogs ein. 30 Prozent der europäischen Parlamentarier verbringen bis zu drei Stunden in Online-Netzwerken, aber nur 20 Prozent haben Blogs oder Twitter aktiv für ihre letzte Kampagne genutzt. Das ergab die europaweite Umfrage "Digital Democracy 2010" zur Internetnutzung von Politikern im Auftrag von Ketchum Pleon. Allerdings: Internet und soziale Netze sind für die meisten Befragten unverzichtbare Informationsquellen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (10) (47.KW-2010)

01: **Pressesprecher haben es schwer.** Erst müssen sie die Journalisten triggern, soll heißen: deren Schlüsselreize stimulieren. Dann können sie nicht um 18 Uhr nach Hause gehen wie andere Werktätige, sondern müssen im Gegenteil noch unter Zuhilfenahme von Alkohol ihren Arbeitstag des Nachrichtenverkaufens, Hintergrundvermittlung und Sonstwiebriefens zu Ende bringen. So ungefähr lautete die Arbeitsplatzbeschreibung, die der stellvertretende Regierungssprecher Christoph Steegmanns (FDP) auf einer Debattenrunde des Mainzer Mediendisputs in Berlin abgab. Mit "Hassliebe" war die Veranstaltung betitelt. [epd.de](#)

02: **50 Jahre i.m.a:** Am 24. November 1960 wurde der Verein "information.medien.agrar" (i.m.a) in Hannover von weitsichtigen Bauernvertretern gegründet. Zu einer Zeit, als das Wort "Öffentlichkeitsarbeit" noch nicht erfunden war, setzte sich die i.m.a das Ziel, die Bevölkerung

über die Landwirtschaft zu informieren. Damit war die Landwirtschaft mit den vor- und nachgelagerten Bereichen eine der ersten Branchen, die die Notwendigkeit professioneller Öffentlichkeitsarbeit gesehen hat. [verbaende.com](#)

03: Es ist die beste **PR-Aktion des Vatikans** seit der Erfindung der Wunderheilung: Dass Benedikt XVI. sich in einem Interviewbuch äußert, statt eine Enzyklika zu verfassen, zeugt von Verständnis der modernen Medienwelt. Von einem Kurswechsel kann allerdings keine Rede sein. Was für ein gelungener PR-Coup! Zum ersten Mal gibt ein amtierender Papst einem Journalisten ein XXXL-Interview in Buchlänge, rechtzeitig zur Adventszeit, wenn mehr Bücher gekauft werden als sonst im ganzen Jahr. [spiegel.de](#)

04: Mit Gold und Platin konnte **Hill & Knowlton (H&K) gleich zwei der Preise des AMEC-Awards 2010** nach Deutschland holen. H&K wurde in den Kategorien Best Use of Communication Measurement: International Multimarket Activity ausgezeichnet und gewann auch den Preis der Jury in Platin. Überreicht wurden die Auszeichnungen im Rahmen einer Galaveranstaltung in London. Alle Gewinner im Überblick: [amecorg.com](#)

05: Redner und Referenten nehmen beim Verfassen ihrer Texte und zur Vorbereitung von Vorträgen **immer häufiger die Hilfe professioneller Redenschreiber** in Anspruch. Das geht aus einer Umfrage des Verbands der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) unter seinen rund 450 Mitgliedern hervor. Demnach hat die Zahl der Anfragen nach kompletten Manuskripten wie auch nach einzelnen Formulierungsvorschlägen sowohl bei festgestellten als auch bei freiberuflich tätigen Redenschreibern zugenommen. Weitere Informationen: [vrds.de](#)

06: **PR & Lobbying in Österreich sorgen für geteilte Meinungen.** Der jüngsten PRVA-Bran-

chen-Umfrage "Image der PR in Österreich" zufolge, beurteilen über die Hälfte der befragten Branchen-Experten aus Unternehmen und Agenturen das aktuelle PR-Image als gut. Mehr als ein Drittel (38,7%) ist der Ansicht, dass sich das Image der PR in den letzten Monaten verschlechtert hat. Das Image von Lobbying wird von der Branche als eher schlecht eingeschätzt. Jede/r zweite (54,2%) sieht Lobbying als Bestandteil der PR, knapp 44 Prozent als eigene Disziplin.

prva.at

07: Im Rahmen der diesjährigen PR-Gala wurden **die Österreichischen Staatspreisträger 2010 für Public Relations** geehrt. Als Sieger aus 42 Einreichungen ging „Ke Nako Afrika - Afrika Jetzt!“ ein Gemeinschaftsprojekt von Austrian Development Agency (ADA), dem Wiener Institut für Internationalen Dialog und Zusammenarbeit (VIDC) und der Afrika Vernetzungsplattform (AVP) sowie der Agentur Grayling Austria hervor. Erstmals wurde auch ein Sonderpreis der Jury verliehen, an das Institut für Kommunikationsmanagement der FH-Wien, ESPRIT Public Relations und Telefonseelsorge – 142. Zum Kommunikator des Jahres wurden die Science Busters gekürt. prva.at

08: **Österreichischer PR-Ethik-Rat rügt "Krone bunt"**: In einer Ausgabe der Zeitschrift erschien die Beilage "Eine Stadt zum Verlieben". Es handelt sich bei diesen in die Ausgabe integrierten 32 Seiten mit der Pagina "Wirtschaftsstandort Wien", die auf der Titelseite angekündigt wurde, um eine bezahlte Kooperation. Laut dem PR-Ethik-Rat vorliegenden Unterlagen betrug der Druckkostenbeitrag EUR 30.000 netto je Doppelseite und genanntem Unternehmen. In der Beilage präsentieren zwölf Unternehmen mit Standort Wien ihre Pläne für die Zukunft, bei dieser Beilage fehlt jede Kennzeichnung nach § 26 Mediengesetz. prethikrat.at

09: **BBDO Germany**, Düsseldorf, freut sich über eine besondere Ehrung: Die **Caritas-Kampagne "Experten fürs Leben"** wurde am 25. November in Berlin mit dem **Politikaward 2010** in der Kategorie "Kampagnen gesellschaftlicher Institutionen" ausgezeichnet. Für "Menschen im Alter", die Jahreskampagne der Caritas Deutschland, entwickelte BBDO Düsseldorf einen TV- und Kinospot, der das Schicksal alter Menschen in der Gesellschaft thematisiert. "Wir freuen uns mit und für die Caritas über den Politikaward 2010", sagt Sebastian Hardieck, CCO BBDO Düsseldorf. "Und wir sind stolz darauf, dass sich unser Pro-Bono-Engagement für die gute Sache des Kunden auszahlt."

10: Angesichts der **steigenden Relevanz von CSR** **fokussiert die von BBDO Live veröffentlichte Studie "Sponsoring Trends 2010"** die CSR-Praxis deutscher Unternehmen und analysiert ausführlich Tendenzen sowie Potenziale in diesem Bereich. Demnach setzen fast 60 Prozent der Befragten auf CSR-Programme, die einen direkten lokalen Bezug zu ihrem Unternehmen haben. So nutzen drei Viertel der befragten Unternehmen ihr CSR-Engagement für die externe Kommunikation. bbdo-live.com

PRisiert Social Media unsere Gesellschaft?

Meine Jugend ist fototechnisch ein schwarzes Loch. Zwischen meinem 15. Lebensjahr und dem 25. war ich so ca. jedes Wochenende auf Partys oder mit Freunden unterwegs. Doch Fotos gibt es davon kaum - ich zumindest habe kein einziges. Niemand schleppte die teuren Kameras mit den teuren Filmen mit sich rum, um Kumpels beim Bier trinken aufzunehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (11) (47.KW-2010)

01: **In Sachen Internet haben die Bundesbürger offenbar weiterhin massive Zweifel am Sachverstand der politischen Parteien.** Jeder sechste Wahlberechtigte ist der Meinung, dass keine der größeren Parteien überhaupt etwas vom Internet oder der Netzpolitik versteht. Jeder zweite sieht sich nicht in der Lage, einer Partei besondere Sachkenntnis zuzuschreiben. Nur jeder Dritte kann bei einer politischen Partei Internetkompetenz erkennen. Am besten schneiden im aktuellen BITKOM-Webmonitor noch Bündnis 90 / Die Grünen ab. Zehn Prozent der Wahlberechtigten sind der Meinung, dass die Grünen am ehesten etwas von dem verstehen, was mit dem Internet zusammenhängt. Es folgt die CDU/CSU mit acht Prozent, Platz 3 belegt die Piratenpartei mit sieben Prozent. SPD und FDP liegen mit jeweils vier Prozent Zustimmung gleichauf. Auf dem letzten Platz landen die Linken mit zwei Prozent. bitkom.org

02: **Der Social-Media-Irrtum:** Erwartet man von einem Chirurgen, dass er selbst eine Blinddarmentzündung hatte, bevor er zum Skalpell greift? Wenn es um Social Media geht, hält sich indes hartnäckig der Irrtum, nur wer selbst auf Twitter oder Facebook sei, werde die digitale Welt verstehen. Unfug. Ein Marketer muss nicht twittern, er muss nicht einmal selbst bei Facebook sein. Schön, wenn er das tut. Doch das Management des Wandels ist keine Frage von Tools und Features. off-the-record.de

03: **Geschlossene Systeme von Social Networks würden die Entwicklung des Web gefährden,** sagt Tim Berners-Lee. Auch Apples iTunes-Modell sieht der Forscher als Gefahr. Für die Netzneutralität fordert er Schutzgesetze. Tim Berners-Lee, der als Vater des World Wide Web gilt, geht hart mit Social Networks wie Facebook

ins Gericht. Sie seien "eine Bedrohung", schreibt der ehemalige CERN-Forscher im Scientific American. diepresse.com

04: **Social Media ist widerspenstig, es funktioniert nach eigenen Regeln und der Web-Mob ist eine nicht planbare Größe.** Otto hat das nun erfahren dürfen. Zum Modelcontest des Versandhändlers hat sich auch ein Ulk-Kandidat gesellt: Ein Mann mit blonder Perücke, grell geschminkten Lippen, Netz-Handschuhen und knapper Kleidung hat sich dem Wettbewerb gestellt und wurde als "Brigitte" von den Fans der Facebook-Page an die Spitze der Bewerber gewählt. wuv.de

05: Laut einer aktuellen Studie messen 63 Prozent von knapp 100 befragten Konzernen in Deutschland, Österreich und der Schweiz **Social Media eine hohe Bedeutung für die Unternehmenskommunikation** bei. Jedoch wollen fast 40 Prozent der Unternehmen dafür kein extra Budget aufrufen, sondern intern durch ihre eigenen Mitarbeiter abdecken. Eine im Oktober 2010 von der Social Media Akademie (SMA) [in Auftrag gegebene Analyse](http://inAuftragGegebeneAnalyse) von knapp 250.000 Stellen auf jobscout24 bestätigt diesen Trend: Nur bei 14 Prozent der 12.000 Jobangebote im Bereich PR & Marketing werden explizit Social Media Kenntnisse gefordert. Insgesamt sind solcherlei Erfahrungen in mehr als zwanzig Branchen gefragt, darunter Tourismus, IT und Telekommunikation.

06: **Der zweitgrößte Turnschuhproduzent der Erde setzt voll auf das Internet:** "Das Gros unserer Kommunikation läuft über digitale Kanäle. Die klassischen Medien hingegen sind lange nicht mehr so wichtig wie früher", sagte Adidas-Vorstand Erich Stamminger dem "Handelsblatt". handelsblatt.com-

Adidas gilt als einer der Facebook-Vorreiter unter den deutschen Unternehmen. Warum sich das Unternehmen für den Start ins Web 2.0 entschieden hat lesen Sie in Teil drei der "text intern"-

Umfrage zum Thema Social Media. Die Fragen von "text intern" hat Oliver Brügggen, Director PR Market Central, beantwortet. textintern.de

07: Das Jahr 2010 neigt sich langsam dem Ende zu und die ersten Rückblicke widmen sich den Social Media Aktivitäten. **SocialMediaExaminer hat die Nutzung von Social Media im Marketing in einer Studie untersucht**, dessen Ergebnisse nun von Flowtown in einer Infografik aufbereitet wurden. Zu folgenden Punkten werden Daten, Zahlen und Fakten geliefert: - Dauer der Aktivität des Unternehmen in Social Media, - Wöchentlich investierte Zeit in Social Media, - Outsourcing von Social Media, - Die Vorteile von Social Media im Marketing, - Die wichtigsten Webseiten und Tools, - Meistgestellte Fragen hinsichtlich Social Media, - Zukünftige Planung der Social Media Aktivitäten, - Welche Tools zukünftig eingesetzt werden, .Wie mobile Applikationen (Apps) genutzt werden. elcario.de

08: **Das Internet ist unbestritten ein fester Bestandteil des Alltags junger Menschen.** Neben vielen Chancen stehen in der Öffentlichkeit oft die problematischen Aspekte im Vordergrund. Jugendliche sind sich den Gefahren im Internet durchaus bewusst. Jugendliche verbringen aktuell 138 Minuten pro Tag im Internet, überwiegend nutzen sie diese Zeit zur Kommunikation. Dies sind Ergebnisse der **JIM-Studie 2010** (Jugend, Information, (Multi-)Media) des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), die am 26. November vorgestellt wurde. mpfs.de

09: **Die Reputation von Unternehmen und Marken ist durch das Web 2.0 immer größeren Risiken ausgesetzt.** Laut The Rising CCO III, einer jährlichen Studie der internationalen Personalberatung Spencer Stuart und der weltweit agierenden Kommunikationsagentur Weber Shandwick, berichten 34 Prozent der Chief

Corporate Communication Officers (CCOs) weltweit, dass der Ruf ihres Unternehmens innerhalb der letzten zwölf Monate durch Social Media-Aktivitäten von außen gefährdet wurde. Ebenfalls ein Drittel der Befragten gibt an, sie wären auf solche Online-Attacken in keinsten Weise vorbereitet. webershandwick.de

10: **Wer zu kurze Pressemitteilungen schreibt, erhält im Internet weniger Resonanz.** Wer sie nicht über den richtigen Kanal-Mix sendet, der verschenkt Aufmerksamkeit. Damit die klassische Pressemeldung auch online bestmöglich wirkt, müssen Unternehmen einige Besonderheiten beachten. Dies hat eine Arbeitsgruppe des Fachgebiets Public Relations und Technikkommunikation der Technischen Universität Ilmenau und der Agentur scrivo Public Relations in einer Studie herausgefunden.

11: **Die Gothaer Allgemeine Versicherung hat sich entschieden, die Präsenz in sozialen Netzwerken zu erhöhen.** Zuerst will sich das Unternehmen auf Twitter, Facebook und YouTube konzentrieren. Im Rahmen der Umfrage zum Thema Social Media Marketing hat "text intern" Pressereferent Klemens Surmann befragt. textintern.de

SocialMediaAnalyse

Nachrichtenlage im Social Web: Die AlphaVersion von Diaspora



"Was ist eigentlich Diaspora?" Gist, Rockmelt und nun noch Diaspora. Der interessierte, online-affine Bürger kommt derzeit nicht damit hinterher, die

Neuheiten allesamt zu testen. Das Netzwerk wird als die Facebook-Alternative angekündigt und bestimmt seit dem 24. November besonders auf Twitter die Diskussionen. Zwischen dem 20. und 26. November 13:00 Uhr sind bereits 1.387 Beiträge in deutschsprachigen Quellen aufgelaufen. Weltweit findet das soziale Netzwerk in 7.124 Posts Erwähnung. 94 Prozent der deutschsprachigen Beiträge über Diaspora finden sich auf Twitter. Sowohl der Anteil der Newsseiten als auch der Foren ist verschwindend gering.

*Die 5. Nachrichten-Übersicht (47.KW) des Serviceangebots "SocialMediaAnalyse" des PR-Journals (powered by altares Mediamonitoring, Düsseldorf) [hier als PDF herunterladen](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Medien

DuMont: Kommunizieren wie Nordkorea

Seit Wochen demonstriert das Unternehmen, dass es ein Kommunikationsproblem hat, das viel größer ist als der merkwürdige Mitteilungsdrang von Konstantin Neven DuMont. Im Verlag glaubt man, selbst bestimmen zu können, wie viel in anderen Medien über den Machtkampf, der im Haus tobt, berichtet wird. Zunächst versuchte man es mit Totstellen und Schweigen, dann mit einer politbürohaften Verlautbarung. Weil sich beides als untauglich erwies, die Berichterstattung zu stoppen oder wenigstens im eigenen Sinne zu beeinflussen (was außerhalb des Verlages niemanden überrascht haben wird), greift das Haus nun zum nächsten klassischen Mittel und geht zum propagandistischen Gegenangriff über. [stefan-niggemeier.de](#)

Terror und die deutschen Medien

Bei der Verbreitung der bevorstehenden Terrorgefahr, fanden die politischen Entscheidungsträger willfährige Verbündete: die Medien. Aus dem Bündnis zwischen Politikern und Journalisten heraus folgte eine Medienberichterstattung, die eine ihrer Kernaufgabe in weiten Teilen nicht mehr erfüllte: nämlich Informationen nach journalistischen Gesichtspunkten wie Abgewogenheit und kritischer Distanz aufzubereiten und den Rezipienten zugänglich zu machen. Spekulationen ersetzten die harten Fakten, Terrorhysterie verdrängte Sachlichkeit. [heise.de](#)

IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 3. Quartals 2010

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen und Verbreitung der gedruckten Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Hier die wichtigsten IVW-Zahlen und die prozentualen Veränderungen der Quartale III/2010 und II/2010 im Überblick:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Für Sie gesehen: NDR-Medienmagazin ZAPP am 24. November

- Medien und Minister im Terrorwirrwarr
- Schaukampf bei den Neven DuMonts
- Finanzjournalisten in der Grauzone

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Anne Will: Wikileaks, die informationelle Revolution und die Konsequenzen

"Eine schräge Wahl": Am Sonntag um 22:30 Uhr wollte das Nachrichtenmagazin "Spiegel" in der aktuellen Ausgabe Auszüge von Dokumenten veröffentlichen, die von der Enthüllungsplattform Wikileaks kommen. Diese sollen offen legen, welche Aufzeichnungen US-Diplomaten über ausländische Politiker an ihre Regierung übermittelt haben. Aber die eifrigen Eidgenossen waren schneller: durch einen "Auslieferungsfehler" tauchten am Kiosk des Badischen Bahnhofs in Basel (CH) gegen 16:00 Uhr die ersten Hefte auf, deren Inhalt als Welle durch das Internet gingen. spiegel.de legte sofort nach und stellte den Artikel online: "Angela Teflon Merkel meidet das Risiko und ist selten kreativ, Außenminister Guido Westerwelle hat Gedanken geringer Substanz, dessen Beherrschung komplexer außen- und sicherheitspolitischer Themen noch Vertiefung erfordert."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (7) (47.KW-2010)

01: Das "Handelsblatt" bleibt die wichtigste Tageszeitung für deutsche Finanzprofis, so eines der Ergebnisse der aktuellen HBS Medien- und Markenstudie. Damit verteidigt das Handelsblatt seine Führung aus den letzten Jahren. Auch bei den Onlinemedien verteidigt der Vorjahressieger onvista.de die Führung und konnte den Abstand zu den Wettbewerbern in einzelnen Zielgruppen sogar ausbauen. Bei den Fachpublikationen ist das Bild uneinheitlich. Trotzdem scheint es einen gemeinsamen Nenner zwischen den einzelnen Befragungsgruppen zu geben: In fast allen untersuchten Kategorien stehen Capital, Börse Online und die WirtschaftsWoche auf den oberen Plätzen. hbs.com

02: In diesem Jahr wurde der International Corporate Media Award (ICMA) erstmals durchgeführt. Es haben sich 194 Publikationen aus sieben Ländern beteiligt. Der Wettbewerb soll die internationalen Trends im Bereich der Corporate Medien offen legen. Die meisten Awards gingen an Publikationen aus Deutschland und der Schweiz. Hier liegt in allen Kategorien eine seriöse, gut lesbare Gestaltung im Trend. Einreichungen aus den Niederlanden, Luxemburg und Spanien sahen zum Teil lebhafter aus, vermutlich, weil die Layouts eine größere Variationsbreite hatten und weil es natürlich länderspezifische Unterschiede gibt. Die Gewinner: corporate-media-award.com

03: Die ma Online wird aktueller: Ab Januar 2011 sollen die Online-Reichweiten nicht mehr quartalsweise, sondern monatlich ausgewiesen werden. Dies hat die Mitgliederversammlung der ag.ma am 24. November einstimmig beschlossen. Das letzte Wort hat Anfang Dezember allerdings noch die Technische Kommission (TK) der ag.ma. Zu diesem Zeitpunkt werden den Experten der TK die Ergebnisse eines letzten Realtests der monatlichen Ausweisung vorgelegt, die sie letztmalig prüfen werden. Wenn auf diesem Weg die Qualität gesichert ist, steht der monatlichen Ausweisung der ma Online bereits im Januar 2011 nichts mehr im Wege. agma-mmc.de

04: Printmedien: Seniorenthemen sind der Hit. Über welche Verbraucherthemen Zeitschriften, Zeitungen und Anzeigenblätter am liebsten berichten, wissen die deutschen journalisten dienste (djd). Nach Auswertung aller Suchbegriffe, mit denen Journalisten das djd-eigene Rechercheportal www.presse-treff.de im vergangenen Jahr gefüttert haben, ist der Bedarf an Themen für ältere Menschen am größten. 933 Mal wurde der Begriff "Senioren" gefragt, dicht gefolgt von "Garten" (906), mit deutlichem Abstand vor "Hochzeit" (732), "Weihnachten" (646), "Auto" (488) und "Mode" (437). djd.de

05: **Das Jugendwort des Jahres 2010 ist "Niveaulimbo"**. Beeindruckt hat die diesjährige Jury, die trotz ihrer äußerst heterogenen Besetzung ihre Entscheidung einstimmig getroffen hat, die Zusammensetzung der beiden Begriffe "Niveau" und "Limbo" zu einem neuen selbstständigen Wort mit einer völlig anderen Bedeutung. Mit der Neuschöpfung "Niveaulimbo" bezeichnen die Jugendlichen ein "ständiges Absinken des Niveaus", vor allem in Bezug auf aktuelle TV-Formate, aus dem Ruder laufende Partys und sinnlose Gespräche. jugendwort.de

06: **Mimikry-Marketing "Kauf dich glücklich"**: Ob Kaffee, Mode oder Saucen: Marken suchen ihr Heil in ausgeklügelten Inszenierungen. Sie bieten Authentizität feil – das klappt, auch wenn die Patina oft nur geliehen ist. (...) Konsum findet zuallererst im Kopf statt: Entscheidend ist, dass die Inszenierung der Marke den Vorstellungen von Authentizität entspricht. Das schafft Chancen für Marken, die für das Publikum über längere Zeit glaub- und deshalb vertrauenswürdig wirken und ein in sich stimmiges Gesamtbild erschaffen. wiwo.de

07: Der ehemalige WeTab-Chef Helmut Hoffer von Ankershoffen erhält von dem Online-Magazin "netzpiloten.de" den **Oops-Award 2010 für den schlimmsten Internet Fehltritt des Jahres**. Der Preis wurde neu eingerichtet und die Leser konnten den Sieger aus einer Shortlist von fünf Kandidaten wählen. Auf den weiteren Plätzen befinden sich: 2. Nestlé / KitKat, 3. Deutsche Bahn, 4. Verlagsgruppe Constantin Neven DuMont und 5. Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble. netzpiloten.de

...und dann noch das:

Die Kölner Buddenbrooks, gespielt von der Augsburger Puppenkiste, [ein Interview mit Konstantin Neven DuMont](#).

Services + Tipps

Zitieren, verlinken, Bilder veröffentlichen: Was ist erlaubt? Wo drohen Strafen?

Ein **Super-Service** von "PR-Doktorin" Kerstin Hoffmann (in ihrem Blog vom 23. November): Häufig bekomme ich Anfragen bezüglich Urheberrecht, Zitierrecht und sogar zu Bilderrechten. Zum Beispiel: Was darf ich verlinken? Wie lang darf ein Zitat sein? Muss ich Fotos von jedem einzelnen der Abgebildeten genehmigen lassen? Habe ich Stock-Fotos für immer gekauft? Doch auch wenn ich mittlerweile einiges darüber weiß: Ich mache dazu grundsätzlich keine Aussagen, die über meine persönliche Meinung hinausgehen. Denn ich darf gar nicht juristisch beraten. Da mein Blog aber regelmäßig Anlaufstelle für solche Fragen ist, habe ich einmal die wichtigsten zusammengestellt. Die qualifizierten Antworten dazu kommen von Rechtsanwältin Anja M. Neubauer. [Hier online weiterlesen](#).

Service compact (2) (47.KW-2010)

01: Neues Buch I: Im Pedion Verlag, Neuss ist das zweibändige **Fachbuch "Kommunikation – Planung und Gestaltung öffentlicher Meinung"** von Heinz W. Droste erschienen. Das Buch stellt ein realistisches, empirisch abgesichertes Modell für die systematische Gestaltung von öffentlichen Meinungsbildungs-Prozessen vor. Basis des Buchs ist die vermutlich weltweit erste detaillierte Studie über die konzeptionellen Voraussetzungen von Kommunikation. Band 1: 312 Seiten, 79.90 Euro; ISBN: 978-3-9812300-4-8. Band 2: 460 Seiten, 89.90 Euro; ISBN: 978-3-9812300-5-5.

02: Neues Buch II: Im **FAZ-Institut** ist soeben erschienen: **"Richtig recherchieren"** von Matthias Brendel, Frank Brendel, Christian Schertz, Henrik

Schreiber. Wie Profis Informationen suchen und besorgen. Ein Handbuch für Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter. Das Buch zeigt, wie man möglichst schnell brauchbare Informationen beschafft, ohne dabei ungewollt Falsches zu verbreiten, und außerdem, wie sich aufdecken lässt, was andere aus Eigeninteresse verhüllen. Preis: 24,90 Euro. ISBN-13: 9783899812367.

Ausbildung + Seminare

Employer Branding – Mittelstand nutzt vermehrt Social Media

Zunehmend mehr Mittelständler erkennen die Chancen von Social Media – und nutzen diese. Etwa, um ihr Arbeitgeberimage zu verbessern oder um gezielter fehlende Fachkräfte einzustellen. Das ist zugleich der Versuch, aus der Not eine Tugend zu machen. Weil Konzerne in der Regel über deutlich größere Budgets verfügen, um ihre Arbeitgebermarke bekannt zu machen, Imageanzeigen zu schalten, sich auf Messen zu präsentieren oder Hochschulmarketing zu betreiben, haben viele mittelständische Unternehmen beim Kampf um Talente oft das Nachsehen. Die wenigsten von ihnen tauchen in den Ranglisten der beliebtesten Arbeitgeber auf. Doch heißt das eben nicht, dass es dort automatisch schlechtere Jobs gäbe. Sie sind nur weniger bekannt. *Den Artikel von Jochen Mai am 29. November im Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).*

Ausbildung compact (1) (47.KW-2010)

01: Viel Schreibpraxis und individuelles Feedback bietet das **AFK-Seminar S1** –

Journalistisches Schreibtraining vom 07. bis 11. Februar 2011 in Alzey. Die Teilnehmer trainieren alle wichtigen journalistischen Darstellungsformen. Sie üben, Nachrichtensprache sicher einzusetzen. Sie erfahren über die Bedarfe von Journalisten, lernen Nachrichtenwert zu erkennen und zu gestalten. Infos: www.afk-online.com.

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 47: Positiv zusammen leben. Aber sicher

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

Interview mit Prof. Dr. Elisabeth Pott zum Welt-Aids-Tag am 1. Dezember



PR-Journal: *Wie kann man das schwierige Thema Aids kommunizieren?*

Elisabeth Pott: HIV/Aids ist deshalb ein schwieriges Thema, weil es leider immer noch mit Tabus und Vorurteilen behaftet ist. Unser Anliegen ist es, diese Tabus und Vorurteile abzubauen – zum Beispiel, indem wir in unserer aktuellen Kampagne „Positiv zusammen leben. Aber sicher!“ HIV positive Menschen gemeinsam mit ihren Freunden und Kollegen zu Wort kommen lassen und damit für Aufklärung und Solidarität werben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... die von Politikern geschürte Angst vor Attentaten



Guten Tag! Am vergangenen Freitag, dem 19. November, wollte ich auf dem Nachhauseweg nach dem Ende der Jahrestagung des Verbandes deutscher Zeitschriftenverleger

schnell noch mein Postfach in der Goethestraße in Berlin-Charlottenburg leeren. Pech! Die Polizei ließ mich nicht. Sie hatte die Straße gesperrt. "Es ist ein verdächtiger Gegenstand gefunden worden", erklärte mir einer der Polizisten. Er nahm die ganze Sache leicht, weil er von blindem Alarm ausging.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Glauben ist nicht wissen



Ein Besuch bei Berufskollegen im Mekka der Kommunikation macht Glauben, dass der wirtschaftliche Aufschwung sich verfestigt. Auch bei den Werbern und bei den Brüdern und Schwestern der New Yorker PR-Branche geht es zunehmend aufwärts, wenn auch längst nicht für jeden. Die Medien melden gerade, die US-Wirtschaft sei im dritten Quartal um 2,5 Prozent gewachsen und das sei schön. Aber es ist nicht wirklich schön, denn es reicht auch nach amerikanischen Erfahrungen nicht, die Zahl der Arbeitslosen zu verringern. Eher im Gegenteil. So sind denn Glauben und Hoffen Amerikas Zeitgeist in der Vorweihnacht. "Believe" heißt das auf den Punkt gebrachte Weihnachtsmotto bei Macy's, dem unvermeidlichen Kaufparadies im

Big Apple.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KKK Klaus Kocks Kommentare

KKK: Elite – wenn von besonderer Klasse nur schlapper Joghurt bleibt



Fragt man die Menschen in diesem Land, was ihnen zu Elite einfällt, so ist das mehrheitlich nur noch eine Joghurt-Marke. Nicht von ungefähr. Die allgemeine Verantwortungslosigkeit hat

inzwischen jene erreicht, die für das Gegenteil bezahlt werden. Wenn es irgendeinen Sinn macht, aus dem Heer der einfachen Soldaten Offiziere herauszuheben, so liegt der doch darin, dass diese klüger und mutiger sind als der sprichwörtliche Schütze A. Und so war es mal selbstverständlich zu Preußens Gloria, dass die Anführer in der ersten Reihe standen, wenn die feindlichen Einschläge näher kamen. „Mir nach!“ lautete der Schlachtruf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Hoefert, Hellmann (Hg.): Kommunikation als Erfolgsfaktor im Krankenhaus

Hans-Wolfgang Hoefert und Wolfgang Hellmann (Hrsg.): "Kommunikation als Erfolgsfaktor im Krankenhaus". Gesundheitswesen in der Praxis. Verlag: Economia/medizinrecht.de. Dezember 2008, ca. 340 Seiten. Preis: 68,00 Euro. ISBN: 978-3-87081-556-1

Rezension von Sigi Lieb, selbstständige PR-

Beraterin (www.gespraechswert.de) und Absolventin von PR Plus (www.prplus.de)

„Kommunikation als Erfolgsfaktor im Krankenhaus“ geht über die Bedeutung von Kommunikation für Marketing und PR hinaus und versucht eine umfassende Sichtweise. Die Herausgeber, Wolfgang Hellmann und Hans-Wolfgang Hoefert, schreiben der Kommunikation im Krankenhaus drei wesentliche Funktionen zu: Sie ist Diagnostikum, Therapeutikum und Imagetransporteur. Damit ist sie relevant für Qualität und Image eines Krankenhauses. Sie plädieren für eine professionelle Kommunikation im Krankenhaus und erarbeiten Empfehlungen, wie diese zu gestalten sei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Innocence in Danger und die Freifrau als verfolgte Unschuld: Undurchsichtige Finanzen, dubiose Methoden

Eigentlich mag Freifrau Stephanie zu Guttenberg nicht in der Öffentlichkeit stehen. Behauptet sie. Sie wolle ihre Möglichkeiten für ein "echtes Anliegen" nutzen: für den Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch. Wer sollte dagegen etwas einwenden, nach all den schrecklichen Berichten aus Kirchengemeinden und Internaten? Für zu Guttenbergs Engagement gibt es oberflächlich betrachtet eine Menge Hinweise: Sie hat einen Ratgeber geschrieben für Eltern. "Schaut nicht weg", heißt das Buch. Seit es erschien, ist zumindest ein Übersehen der Freifrau kaum mehr möglich, weil sie allerorten ihr Anliegen vertritt. Wohin fließt das viele Geld?

Den Artikel von Matthias Thieme und Katja

Tichomirowa am 27. November in der "Berliner Zeitung" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 15 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (57)

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

[PR Trainee \(m/w\) für Emanate, München](#)

[PR-Projektleitung, Berlin](#)

[PR-Berater/Senior PR-Berater \(m/w\) für Agentur, München](#)

PR-Junior oder Trainee (w/m), München

PR-Berater (w/m), Düsseldorf

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications, Hamburg

Consultant (w/m) Corporate Communications, Hamburg

Junior Consultant (w/m) Marketing Communications, Hamburg

Consultant (w/m) Marketing Communications, Hamburg

Account Director (w/m) für Brand/Consumer und Corporate PR, Köln

PR-Berater/in, Berlin

PickMeUp sucht Junior-PR-Berater/in, Hamburg

Junior PR-Berater (m/w) Healthcare & Lifestyle, München

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

Junior Consultant/Trainee in Frankfurt/Main

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

Unternehmen

Media Relations Executive, Germany

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, München

Referent/in Öffentlichkeitsarbeit, Heidelberg

Referent/in für Marketingkommunikation – Schwerpunkt Text bei der MACH AG, Standort Lübeck

Verbände (Non-Profit)

PR-Referent/-in Vereinigung Cockpit, Frankfurt

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. Oktober 2010 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.193 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).

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Karte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Michael Ehring, Hürth (SSP-Kommunikation) (m.ehring[at]ssp-kommunikation.de).

Redaktionsrubrik "Karrierebarometer": Thomas Lüdeke + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg,
Leipzig (LPRS) (holger.strubberg[at]gmx.de)

Korrespondenten: Michael Bürker, München, Agentur
ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik
und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr
(berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New
York/USA (frau.scheben[at]gmx.de).

Autoren 2010: Stephan Fink, Wiesbaden; Jörg Führer,
Neckargemünd; Andreas Günther, Hamburg; Mirko
Lange, München; Prof. Dr. Klaus Merten, Münster;
Wolfgang Michal, Berlin; Thomas Mickleit, München;
Uwe Mommert, Berlin; Frank Muscheid, Lingen; Jens
Nordlohne, Oederquart; Jörg Pfannenbeerg,
Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Prof. Dr.
Lothar Rolke, Frankfurt am Main; Melanie Tamblé,
Grevenbroich; Andreas Vill, Hamburg; Alexander
Weber, Hamburg.

Rezensionen: Thomas Mavridis,
Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de);
Ulrike Mellenthin, Düsseldorf (ulrike.mellenthin[at]pr-
journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal
(consultant[at]piwinger.de); PR+plus, Heidelberg
(Koordination: Simone Heinrich
(simone.heinrich[at]prplus.de)); Regina Raab, Bad
Wildungen (raab.regina[at]t-online.de).

**Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-
Verkauf:** TwinShore Ltd., Büro Hamburg, Telefon: +49
(0)4193 75.83.99, Telefax: +49 (0)4193 75.83.88, E-
Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 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: redaktion@pr-journal.de Diese E-Mail-Adresse
ist gegen Spambots geschützt! JavaScript muss
aktiviert werden, damit sie angezeigt werden kann. ,

gerhard[at]pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-
journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info;
www.pr-journal.net; www.pr-jobs-und-karriere.de;
www.pr-datenbanken.de; www.agenturcafe.de;
www.neues-prportal.de; www.przentrum.de; www.pr-
barometer.de; http://karrierebarometer.pr-journal.de;
www.prranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-
komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.