

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 309 / 41. KW 2011

Seite 1

Image der Finanzinstitute: Borniert, blind, Banker

Unerträglich und unmoralisch! Derartige Vorwürfe müssen sich die Banker anhören - und das nicht nur von Anhängern der Occupy-Bewegung, sondern auch von gestandenen Managern. Noch vor 20 Jahren waren Banker angesehene Leute - heute fallen gegenüber dieser Berufsgruppe alle Hemmungen. Und das ist deren eigene Schuld: Selten hat sich ein Wirtschaftszweig so borniert gezeigt.

Den Kommentar von Karl-Heinz Büschemann am 15. Oktober in "sueddeutsche.de" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fischer-Appelt: "In drei Jahren wird es keine großen klassischen PR-Agenturen mehr geben"

Nach dem Erfolg beim Werbefestival in Cannes hat die Hamburger Agenturgruppe FischerAppelt (GPRA) mit ihrer "Initiative vermisste Kinder" am 13. Oktober zusammen mit den Agenturen

Kempertrautmann und BlueMars auch den GWA Social Effie in Gold gewonnen. "Dass wir Werbe- und PR-Preise gleichermaßen gewinnen, ist ein Novum, auf das wir stolz sind. Es zeigt, dass unsere Strategie funktioniert", sagt Agenturchef Bernhard Fischer-Appelt (45) im Exklusiv-Interview mit W&V-Redakteurin Daniela Strasser. → wuv.de

BVDW-Studie untersucht Wachstumspotenziale von Social Media in Unternehmen der deutschen Wirtschaft

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) in Düsseldorf veröffentlicht mit der neuen Studie "Social Media in Unternehmen" einen grundlegenden Überblick zur aktuellen Nutzung und über die zukünftigen Potenziale von Social Media in deutschen Unternehmen. Die Fachgruppe Social Media im BVDW thematisierte als Forschungsinteresse der Studie die Anwendungsfälle von sozialen Medien. Die zentralen Fragen befassten sich mit der Bedeutung von Social Media im Geschäftsalltag, der spezifischen Budgetentwicklung und dem generellen Erfolgspotenzial von Social Media.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Bertelsmann: Schlautmann übernimmt Unternehmenskommunikation

Karin Schlautmann (46), übernimmt mit sofortiger Wirkung die Leitung der Unternehmenskommuni-



kation des Bertelsmann Konzerns in Gütersloh. Bislang verantwortete sie die Kommunikation der Bertelsmann Stiftung. Schlautmann folgt auf Thorsten Strauß (44), der diese Position seit 2008 innehatte. Die Neubesetzung erfolgt im Hinblick auf den bevorstehenden [Wechsel im Vorstandsvorsitz](#) bei Bertelsmann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Porsche stellt Kommunikationsabteilung neu auf](#)

Der Sportwagenhersteller Porsche in Stuttgart, baut seine Kommunikation aus. Mit einer neuen Struktur passt sich der Bereich an zusätzliche Aufgaben mit neuen Modellen und Standorterweiterungen an. Unter der Leitung von Kommunikationschef Hans-Gerd Bode (50) wird künftig die Abteilung Produktkommunikation nach Baureihen strukturiert, die Unternehmenskommunikation bietet Ansprechpartner für die zentralen Unternehmensthemen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Klaus Pöttsch neuer Sprecher des Statistischen Bundesamtes](#)

Klaus Pöttsch (49) ist neuer Sprecher des Statistischen Bundesamtes (Destatis). Er tritt die Nachfolge von Thomas Riede an, der bisher den Gesamtbereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Veröffentlichungen sowie Informationsmanagement der Bundesbehörde verantwortete. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[GWA wählt neuen Vorstand](#)

Lothar S. Leonhard, Chairman von Ogilvy & Mather Deutschland, wurde von der Mitgliederversammlung des Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA in Frankfurt am Main zum Präsidenten gewählt. Er wird damit Nachfolger des bisherigen GWA-Präsidenten Peter John Mahrenholz, der nach seinem Ausscheiden bei Drafftcb nicht mehr als Präsident zur Verfügung stand. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Personalien compact \(27\) \(41.KW-2011\)](#)

AGENTUREN:

01: **Tanja Hollenstein** ist stellvertretende Geschäftsführerin von Weibel Communication in Zollikon (CH). Die Agenturinhaberin **Edith Weibel** hat diese Stelle neu geschaffen. Hollenstein ist seit rund 15 Jahren in der Kommunikationsbranche tätig, von 2001 bis 2006 war sie bereits bei Weibel, in letzten drei Jahre war sie bei der Agentur Paroli in Zürich (CH) als Mitglied der Geschäftsleitung tätig.

02: **Sofia Ben Messaoud** (25) ist neue Projektmanagerin bei brandung Internetagentur für effiziente Kommunikation und E-Business, sie betreut am Standort Köln schwerpunktmäßig Kunden aus der Textil- und Bekleidungsbranche. Nach ihrem Media Management Studium war sie als E-Commerce Managerin bei dem internationalen Herrenausstatter Hawes & Curtis tätig.



03: **Annette Matzke** (40) verstärkt als Director und Leiterin der Financial Services Practice das Team von GolinHarris in Frankfurt am Main und übernimmt damit eine zentrale Rolle bei den internationalen Aktivitäten des Büros innerhalb des Agenturnetzwerkes. Zuvor war sie von 2007 bis 2011 als Senior Consultant bei Stockheim Media in Köln tätig.

04: **Guido Balke** (46) verstärkt als Seniorberater das Team von "Die PR-Berater" am Standort Köln. Er bringt mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Marketing- und Kommunikationsberatung mit, davon die vergangenen sieben Jahre bei der Kölner Publicis Healthcare Communications Group, zuletzt in der Position des Senior Account Directors.

05: **Marion Heinz** verstärkt das Team von piroth.kommunikation in Pullach bei der Betreuung der PR-Kunden. Zuvor hat die studierte Tourismus-Betriebswirtin bei international tätigen Reisemittlern in München im Bereich Marketing sowie im Einkauf- und Produktmanagement gearbeitet.

06: **Evelyn Pesch** (27) ist neue PR-Analystin bei Möller Horcher Public Relations (GPRA) in Offenbach. Sie hat an der Rheinischen Fachhochschule Köln Medienwirtschaft und an der Hochschule Fresenius in Köln Medienmanagement studiert mit dem Abschluss Bachelor of Arts.

UNTERNEHMEN:

07: **Katharina Riedl** (38) und **Hans-Georg Mayer** (42) bilden das neue PR- und Presseteam der Kapsch Group in Wien (AT). Riedl ist Unternehmenssprecherin und leitet die Abteilung Corporate PR. Die ehemalige Hohegger|Com-Beraterin war zuletzt als Head of Marketing and Corporate Communications bei S&T Austria in Wien (AT) tätig. Mayer wird sich auf die PR-

DEUTSCHE PRESSEAKADEMIE
STUDIUM • SEMINARE • TAGUNGEN

**TAGUNG
CORPORATE MEDIA**
8. UND 9. DEZEMBER 2011, BERLIN
GEZIELT. INNOVATIV. REALISIERBAR

- ZIELGRUPPENANALYSE UND MEDIEN-AUSWAHL AN NEUE HERAUSFORDERUNGEN ANPASSEN
- CORPORATE MEDIA-INNOVATIVLÖSUNGEN IN BEST CASES KENNENLERNEN
- INNOVATIONEN ANWENDEN

JETZT ANMELDEN!
FRÜHBUCHERRABATT
BIS 11. NOVEMBER
2011

WWW.TAGUNG-CORPORATEMEDIA.DE

Kommunikation der Produkte und Lösungen der drei Schlüsselgesellschaften (Kapsch BusinessCom, Kapsch CarrierCom, Kapsch TrafficCom) konzentrieren. Er war bislang für die Kommunikation der Kapsch Tochtergesellschaft CarrierCom verantwortlich. **Brigitte Herdlicka**, die die Unternehmenskommunikation der Kapsch Group über Jahre geleitet hat, wird sich in Zukunft um die Nachhaltigkeits- und Sponsoring-Projekte des Unternehmens kümmern.

08: **Wilma Hirtz** (47) verantwortet als Leiterin Unternehmenskommunikation die interne und externe Kommunikation der Deutsche Gesellschaft zum Bau und Betrieb von Endlagern für Abfallstoffe (DBE) in Peine sowie die Öffentlichkeitsarbeit der drei Betriebsstätten Gorleben, Morsleben und Salzgitter. Zuvor war sie jeweils über sechs Jahre als Attachée bei der Wirtschaftsabteilung der Französischen Botschaft-Übifrance und auf

Geschäftsführungsebene der CDU-Bundestagsfraktion in der Öffentlichkeitsarbeit tätig.

09: **Frank Schönrock** (42) ist Pressesprecher und Vice President Corporate Communications der Grüenthal Gruppe in Aachen. Zuvor war er knapp zwölf Jahre bei Edelman tätig und verantwortete dort seit 2004 als Deputy Managing Director den Bereich Corporate Communications für Edelman Deutschland sowie als Co-Head den Frankfurter Standort. Schönrock folgt auf **Kira Goertz**, die im Rahmen ihrer Elternzeit eine berufliche Pause einlegt.

10: **Gabriele Mittag** (49) ist neue Pressesprecherin des Berliner Wohnungsunternehmens Gewobag und verstärkt damit das von **Volker Hartig** geleitete Team Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zuvor war die promovierte Literaturwissenschaftlerin an der Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde (FH) für die Kommunikation verantwortlich.

11: **Michaela Wiese** (41) ist jetzt Pressesprecherin für die 7er-Baureihe von BMW in München. Sie übernimmt die Position von **Frank Strebe**, der die Kommunikation für das Hybridtechnologie-Joint-Venture "BMW Peugeot Citroën Electrification" in München leitet. Wiese ist seit Mai 1998 für BMW Automobile als Pressesprecherin tätig.

12: **Manuel Gomez** (28) übernimmt den Posten des Marketing & Communications Managers Europe bei Mavi Europe in Dietzenbach und verantwortet damit die Bereiche PR, Event, CRM sowie Trade- und Consumer-Marketing. Zuvor war er als International Communications Manager beim spanischen Modelabel Desigual tätig.



ADVICE PARTNERS
STRATEGY COMMUNICATION MANAGEMENT

**Zeichen setzen für die Zukunft.
Aus PRGS wird ADVICE PARTNERS.**

Unternehmensberatung
für Strategie und
Kommunikationsmanagement

www.advicepartners.de

13: **Georg Stamelos** (47) hat die Position des Pressesprechers und Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Wiso Consulting in Berlin übernommen. der frühere WAZ- und WDR-Journalist war zuvor zwei Jahre lang Pressesprecher der Mühlenkreiskliniken in Minden. Stamelos folgt auf die Journalistin **Polly Schmincke**.

14: **Thomas Geiblinger** (39) ist als neuer Konzernsprecher für die Medienarbeit des Wiener (AT) Stadtwerke-Konzerns zuständig. Er leitete zuvor den Pressedienst der Sozialdemokratische Partei Österreichs (SPÖ). Die Leitung der Konzernkommunikation obliegt dem bisherigen Konzernsprecher **Robert Hierhold** (34).

15: **Silke Trost** (36) hat die neu geschaffene Stelle des Director Communications & Marketing DACH bei Nielsen Media Research in Hamburg übernommen. Die Kulturwissenschaftlerin arbeitet bereits seit acht Jahren für das Marktforschungsunternehmen, zuletzt als Senior Manager Media & Marketing Relation.

16: **Björn Riebel** übernimmt als neuer Director Marketing Central Europe auch die Pressearbeit des Softwareunternehmens AppSense in Hallbergmoos. Er kommt von dem benachbarten IT-Unternehmen Citrix Systems, wo er zuletzt als Senior PR Manager Central Europe & Eastern EMEA tätig war.

17: **Johannes Gfrerer** (39) ist neuer Konzernpressesprecher des Baukonzerns Alpine Holding in Wals bei Salzburg (AT). Der studierte Kommunikationswissenschaften war zuletzt in Wien (AT) als ÖBB-Konzernpressesprecher für die Bereiche Personenverkehr und die Güterverkehrssparte zuständig.

18: **Corinne Gurtner** ist neue Leiterin Kommunikation bei der Werbemedienforschung (WEMF) in Zürich (CH). Sie studierte Soziologie und Medienwissenschaften und sammelte danach Erfahrungen in einer PR-Agentur und im Marketing auf Auftraggeberseite. Gurtner folgt auf **Alexandra Stiegler**.

19: **Dirk Hensen** (39) ist neuer Head of Communications von PayPal Deutschland in Berlin/Dreilinden. Der studierte Amerikanist und ehemalige Yahoo-Pressesprecher leitete zuvor über dreieinhalb Jahre lang die Unternehmenskommunikation der VZnet Netzwerke.

20: **Jörg Schindler** (38) ist neuer PR-Manager EMEA beim Netzwerk-Sicherheitsspezialisten Astaro in Karlsruhe. Zuvor war er seit August 2005 Pressesprecher beim Game-Publisher Zuxxez Entertainment in Karlsruhe.

21: **Carmen Hillebrand** (43) ist Abteilungsleiterin Social Media bei Metro Cash & Carry Deutschland in Düsseldorf. Zuvor war die ehemalige Trimedia-Beraterin Pressesprecherin bei Vodafone D2 in Düsseldorf

- Anzeige -



Interne Kommunikation zwischen Change Management, Employer Branding und Enterprise 2.0 – droht die Überforderung? Dieser Frage gehen die Referenten der nächsten K2-Tagung am 23. und 24. November in Düsseldorf nach. Experten aus Unternehmen und Wissenschaft bewerten das Potential von Social Media für die Interne Kommunikation, erklären wie Kommunikatoren die zunehmenden Change-Prozesse begleiten können und welche Schnittstellen an Bedeutung gewinnen.

Es sprechen u.a. Matthias Merderacke (Schaeffler Gruppe), Ina Quilling (Deutsche Postbank), Jan Runau (adidas Group), Birgit Ziesche (Henkel).
www.k2-gipfel.de

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

22: **Christoph Schäfer** (44), bisher Presssprecher Bildung, Politik Forschung, wird nach dreizehn Jahren in der Pressearbeit der Stiftung Lesen in Mainz ab November 2011 als Deutschlehrer tätig. Die Leitung der neu strukturierten und künftig erweiterten, personell aufgestockten Kommunikationsabteilung übernimmt ab November **Bettina Müller** (44). Sie war zuvor für die Berliner Agentur Johanssen Kretschmer (GPRA) tätig.

23: **Marika Tödt** (44) ist neue Pressesprecherin beim Sozialverband SoVD Niedersachsen in Hannover. Die gelernte Juristin hat bisher als Autorin für die Verbrauchermagazine des NDR Fernsehens in Hamburg gearbeitet, die vergangenen drei Jahre war sie für das Format "Der NDR hilft" tätig. Tödt folgt auf **Christian Hoffmann**, der zur Gewerkschaft der Polizei gewechselt ist.

24: **Katharina Brandner** hat das Referat für Kommunikation und Public Affairs bei der freiwilligen Interessenvertretung Land&Forst Betriebe Österreich in Wien (AT) übernommen. Die studierte Politikwissenschaftlerin tritt damit die Nachfolge von **Karin Dworzak** an, die in den landwirtschaftlichen Betrieb wechselt.

25: **Bekir Alboga** (48) ist neuer Sprecher des Koordinationsrats der Muslime in Deutschland (KRM). Turnusgemäß folgt er auf **Aiman Mazyek** und bleibt bis zum nächsten Wechsel für sechs Monate im Amt.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

26: **Rudolf Christen** wurde zum Informationschef des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements EVD in Bern (CH) ernannt. Er ist zurzeit Kommunikationsverantwortlicher des Schweizerischen Gewerbeverbandes (sgv) in Bern (CH) und tritt am 1. November an die Stelle von **Christophe Hans**, der die Kommunikation des EVD seit 2005 leitet.

27: Stefan Möslein (27) ist neuer Pressesprecher der Industrie- und Handelskammer Halle-Dessau. Er verantwortet in dieser Position die Medienarbeit und die Kommunikationskonzeption der Handelskammer. Zuvor war er Chefredakteur des IHK-Magazins "Mitteldeutsche Wirtschaft".

Etats

[Etats compact \(16\) \(41.KW-2011\)](#)

01: Verband der Privaten Krankenversicherung (PKV), Köln/Berlin
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Serviceplan Public Opinion**, Berlin

02: Nissan Center Europe, Brühl
was: *Automobilkundenmagazin N_Magazin*
an: **G+J Corporate Editors**, Hamburg

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost

Handelsblatt

Frankfurter Allgemeine Zeitung

WELT

FINANCIAL TIMES

DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchiv und Wirtschaftsinformationen

Die PMG hat jetzt, was sich viele Kunden schon lange wünschen: den Zugriff auf die Archive wichtiger deutscher Zeitungen und Zeitschriften. Das macht neugierig, oder?

Einfach klicken und kennenlernen.

03: EWB energywerk, Berlin
was: *Medienarbeit, Corporate Development und Public Affairs*
an: **Bonne Nouvelle**, Bonn

04: Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin
was: *Kommunikationskampagne für das Wissenschaftsjahr 2012*
an: **Kompaktmedien**, Berlin
an: **Familie Redlich**, Berlin

05: Bibliographisches Institut, Mannheim
was: *integrierte Kampagne einschliesslich Markenpositionierung*
an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

06: Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
was: *integrierte Kommunikationskampagne für die Mittelstands-Initiative "Mein gutes Beispiel"*
07: Immobilien Scout, Berlin,
was: *Kommunikations-Design, Wort-Bild-Marke und Online-Informationsplattform für "Transparenzoffensive Immobilienwirtschaft"*
an: **Aperto Plenum**, Berlin

08: m2m apps, München
 was: *Konzeption, kommunikation, redaktionelle Betreuung und Vermarktung der Plattform m2mapps.com*
 an: **Maisberger**, München

09: Senckenberg Gesellschaft für Naturforschung, Frankfurt am Main
 was: *Planung und Durchführung einer Kommunikationskampagne rund um die Wissenschaftsausstellung "Safari zum Urmenschen"*
 an: **Daylight Public Relations International**, Dresden

10: Aspria Uhlenhorst, Hamburg
 was: *Einführungsetat des neu entstehenden Lifestyle Clubs*

11: GP Joule, Reußenköge
 was: *Projekt-Auftrag für Eröffnung von Deutschlands größtem Solarkomplex*
 an: **plümer)communications**, Hamburg

12: Oregon Scientific, Neu-Isenburg
 was: *PR und Social Media Relations zum Launch eines Lifestyle-Produktes*

13: TMS Travel, Wermelskirchen
 was: *PR und Social Media Beratung, Konzeption und Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen*
 an: **get noticed! communications**, Düsseldorf/Köln

14: Zell am See-Kaprun Tourismus (AT)
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
 an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

15: Taiwan External Trade Development Council (TAITRA), Taipei (TW)
 was: *Pressekonferenz mit integriertem Produktlaunch auf der IFA*

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikations-erfolg 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.de

16: APONEO Deutsche Versand-Apotheke, Berlin
 was: *PR-Strategien, Produkt-PR und Pressearbeit für den Markenauftritt*
 an: **Yamaoka International Public Relations**, Hamburg

Branche

Wilde & Partner Team Online und Social Media gegründet

Wilde & Partner Public Relations gehört als Kommunikationsagentur für die Reise-, Hospitality und Luftfahrtindustrie bereits seit Jahren zu den deutschen PR-Spezialisten im Online-Bereich. Jetzt bündelt die Agentur ihre Online-Kunden aufgrund der großen Nachfrage im Rahmen einer strategischen Weiterentwicklung in einer eigenen Division. Neben den bestehenden vier Teams Aviation, Travel, Hotel und Destination geht die

Münchner Agentur mit einem neuen Team an den Start, das sich auf die Bereiche Online & Social Media spezialisiert und Internet-Kunden aus dem Bereich Reise, Touristik, Hotellerie und Gastronomie betreut.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[JP | KOM Healthcare geht in Berlin an den Start](#)

JP | KOM erweitert das Agentur-Angebot: Die Leistungen für Unternehmen im Gesundheitswesen werden im Bereich JP | KOM Healthcare gebündelt. Dafür hat die Kommunikationsagentur in Berlin ihren dritten Standort eröffnet. Die Leistungsschwerpunkte der Neugründung liegen in den Feldern Market Access, Public Affairs und Support Unternehmenskommunikation, insbesondere in Veränderungsprozessen. JP | KOM Healthcare deckt den gesamten Prozess der strategischen Healthcare-Kommunikation ab – vom Monitoring politischer Themen und Frühwarnsystem über Analyse, Beratung und Strategieentwicklung bis hin zur Implementierung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[GWA Herbstmonitor 2011: Positive Geschäftsentwicklung der GWA Agenturen](#)

Die deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen rechnen für 2011 mit einem durchschnittlichen Umsatzzuwachs von 4,4 Prozent. Auch für 2012 erwarten 48 Prozent der Befragten eine Umsatzsteigerung und geben diese durchschnittlich mit 5,4 Prozent an. Das sind zwei Ergebnisse des GWA Herbstmonitors, einer Befragung des Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main unter den Geschäftsführern seiner Mitgliedsunter-

Initiatoren:
Prof. Dr. Lothar Rolke
Prof. Dr. Oliver Kaul

2. FORSCHUNGSCAMP
MARKETING & KOMMUNIKATION

**WEB RELATIONS &
SOCIAL MEDIA
EXCELLENCE**

23.11.2011
CAMPUS FH MAINZ

www.forschungscamp.com
www.facebook.com/forschung.mainz

nehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[GWA Effie 2011: Die effizienteste Marketing-Kommunikation des Jahres](#)

Die GWA Effie Sieger 2011 stehen fest. Gold geht in diesem Jahr an BMW, Zalando und die Initiative vermisste Kinder. In 15 Kategorien ermittelte eine Jury, bestehend aus Vertretern von werbungstreibenden Unternehmen, Medien, Agenturen, Unternehmensberatungen und Marktforschungsinstituten, die 23 Preisträger. In die Final-Runde hatten es 44 Wettbewerbsbeiträge geschafft. Von den 23 GWA Effies entfallen drei auf den GWA Social Effie, der Marketing-Kommunikation für gesellschaftliche Projekte und Institutionen ausgezeichnet. Der GWA Effie wurde am 13. Oktober in Berlin verliehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (13) (41.KW-2011)

01: Das neu gegründete **Sinnbüro, Dienstleister für Kommunikation, nimmt die Arbeit auf**. Die Kölner bieten Kommunikationsleistungen und -beratung für Unternehmen, Verbände und Institutionen. Zum Leistungsspektrum gehören Corporate Publishing, Public Relations und Marketingkonzeption sowie Redaktion und Text. Gründer und Gesellschafter von Sinnbüro sind Vera Vickermann und Christoph Klink. Vickermann verantwortete in ihrer beruflichen Vergangenheit die Unternehmenskommunikation und das Marketing unter anderem von Framfab Deutschland (heute Lbi) und ergo Kommunikation. Klink ist Betriebswirt und Wirtschaftsjournalist und hat für Handelsblatt und Wirtschaftswoche gearbeitet. Vor Sinnbüro betreute er Finanz- und Technologieunternehmen sowie Mittelständler.

02: **Behnken/Jahr/Stilcken. Die Agentur ist der Name einer neuen Agentur** für Markenkommunikation in Hamburg. Wolfgang Behnken hat zuvor die Kampagne zum Start von Gruner + Jahr's jüngster Zeitschrift "Brigitte Mom" und den Claim "Otto...find' ich gut." verantwortet. Angelika Jahr hat die Zeitschriften "essen & trinken" und "Living at home" entwickelt und war sowohl Verlagsgeschäftsführerin von G+J Living als auch journalistisches Vorstandsmitglied bei der Gruner + Jahr. Rudolf Stilcken bringt Erfahrungen von Vorwerk, Siemens und Lufthansa mit, er berät die Agentur als Senior Consultant Partner für deren Kunden. Unterstützt werden die drei Gesellschafter von Christine Besselmann, die als Senior Project Managerin die Kundenbetreuung und den Bereich Public Relations, in dem sie seit über zehn Jahren tätig ist, übernimmt.

03: Die Münchener **Kommunikationsagentur Dr. Haffa Partner feiert in diesem Herbst ihr 25-jähriges Bestehen**. Die Agentur wurde 1986

von Annegret Haffa und Horst Höfflin als eine der ersten Agenturen in Deutschland gegründet, die sich auf PR für Hightech- und IT- Unternehmen konzentrieren. Diesem technischen Fokus ist die Agentur über ein Vierteljahrhundert treu geblieben. Gleichzeitig hat Dr. Haffa & Partner ihr Angebotsspektrum im Laufe der Jahre deutlich erweitert: Neben der klassischen PR hat die Agentur heute auch vielfältige Services für Marketing und Vertriebsunterstützung, für Corporate Publishing und Online-Kommunikation sowie Social Media im Programm. Die Agentur ist Mitglied der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen AIKA und in den unabhängigen internationalen Agenturnetzwerken EuroLynx, GlobalFluency und ComVort.

04: **Über die Relevanz vieler Pressemitteilungen oder PR-Aktionen lässt sich trefflich streiten**. Denn viel zu häufig wird die zentrale Frage: "Welche Themen oder Ereignisse interessieren Menschen und Medien?" von den Absendern sträflich missachtet. Stattdessen vollzieht sich die Nachrichtenverbreitung und Selbstinszenierung von Unternehmen, Institutionen und Marken gern nach dem Motto: "Der Absender entscheidet, was wichtig ist." Und in Zeiten von Social Media kommt der Aspekt hinzu: "Je oberflächlicher und banaler, desto besser." Nach Meinung von Thomas Bartel, Inhaber der Hamburger PR-Agentur ICF Public Relations-Consulting, liegt in einem derartigen Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit die größte Gefahr für eine nachhaltig erfolgreiche Kommunikation. → icf-pr.de

05: Bereits **seit 65 Jahren ist die Flad & Flad Communication Group in Heroldsberg** eine der erfolgreichsten inhabergeführten Agenturen in Deutschland, insbesondere im Bereich Wissenschafts- und Technologiekommunikation.. Mit dem neuen Claim "Die Agentur für Zukunftskommunikation" wird der langjährigen Expertise in den Schlüsseltechnologien des 21. Jahrhunderts Rechnung getragen, um sich künftig noch stärker auf die Vermittlung von

Zukunftsthemen zu konzentrieren. Damit gehen zahlreiche Neuerungen in der Kommunikationsstrategie einher, um die Agentur als Marke zu stärken und im deutschen sowie im internationalen Markt zu etablieren.

06: Die Unternehmensberatung CQC Consulting hat in einer fünfjährigen Langzeitstudie die **Erfolgsfaktoren einer glaubhaften, professionellen CSR-Kommunikation** untersucht und empirisch belegt. Neben acht weiteren Erfolgsfaktoren muss als Grundvoraussetzung das Motto lauten: Erst handeln, dann reden! Die tatsächliche Bereitschaft und eine ganzheitliche CSR-Performance sind das Fundament für Glaubwürdigkeit und Professionalität. In wieweit die vorgestellten neun Erfolgsfaktoren bereits von Unternehmen berücksichtigt und angewandt werden, ermittelte die empirische Untersuchung von CQC Consulting bei der 60 Nachhaltigkeitsberichte analysiert wurden. Die Studie können Interessierte kostenfrei bestellen unter: cqc-consulting.de

07: Das internationale Netzwerk unabhängiger, auf Tourismus und Lifestyle spezialisierter Marketing- und PR-Agenturen, **Tourism Trademark (TTM) mit Deutschlandsitz in Frankfurt am Main, blickt auf erfolgreiche Monate im Jahr 2011 zurück**. Insgesamt 15 neue Kunden und zwei neue Partneragenturen in Australien und den USA konnte Tourism Trademark von sich überzeugen. TTM begrüßt die australische Agentur Anne Wild & Associates als neues Netzwerkmitglied. Das jüngste Mitglied ist die Agentur Zapwater Communications aus Chicago.

08: Der deutsche **Bruttowerbemarkt schließt das dritte Quartal mit einem Bruttowerbedruck in Höhe von 5,8 Milliarden Euro und einem Plus von 2,6 Prozent ab** – dies belegen die Daten von Nielsen, dem

globalen Informations- und Medienunternehmen. Die Unruhen auf den weltweiten Finanzmärkten haben Spuren auf dem Bruttowerbemarkt hinterlassen: Das Wachstum hat sich im Vergleich zu den Vorquartalen verlangsamt. Insgesamt liegt der Bruttowerbedruck nach den ersten neun Monaten bei 17,9 Milliarden Euro und damit einem Plus von 4,1 Prozent gegenüber 2010. → nielsen.com

09: Die Ergebnisse des zweiten **Swiss Corporate Communication and Public Relations Practice Monitor** zeigen, dass die digitale Kommunikation weiterhin an Bedeutung gewinnt. Die Implementierung von Social Media Governance Richtlinien steht aber noch in den Anfängen - im europäischen Vergleich sind die Nachbarländer der Schweiz voraus. Mehr als die Hälfte der Antwortenden sieht die digitale Kommunikation mit ihren sozialen Netzwerken als einen Trend mit zunehmendem Einfluss auf die Kommunikationsbranche. → persoenlich.com

10: Rechtsthemen, Pressemitteilungen und Artikel zu Gesetzen oder Urteilen müssen nicht langweilig sein. Mit einer verständlichen, aktuellen und leserfreundlichen Aufbereitung ihrer Themen können auch Rechtsanwaltskanzleien in ihrer Pressearbeit punkten und sich nachhaltig in den Medien positionieren. Das zeigt die erfolgreiche Zusammenarbeit der Essener PR-Agentur vom Stein mit GKS Rechtsanwälte aus Wuppertal. Bereits zum zweiten Mal wurde die Kanzlei für ihre Pressearbeit ausgezeichnet: Nach 2008 erhielt das Team erneut den **Eurojuris Presseaward für überdurchschnittliches Engagement in der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit**. → gks-rechtsanwaelte.de

11: Die Kommunikationsberatung **Stockheim Media** mit Hauptsitz in Köln sowie Standorten in Frankfurt am Main und New York (USA) schließt sich **mit der britischen Agentur College Hill** mit Sitz in London (GB) und zwölf weiteren Büros

weltweit zusammen. Gleichzeitig steigt mit dem Private Equity Investor Vitruvian ein neuer Gesellschafter in die College Group ein. Damit entsteht eine internationale Kommunikationsberatung mit mehr als 300 Mitarbeitern und rund 45 Millionen Euro Honorarumsatz.

12: Die Münchener Agenturgruppe **Trademark PR und Trademark Consulting wurde von der britischen Bite Communications Group mit Sitz in London (GB) übernommen**. Trademark wird umbenannt in Bite Communications und Bite Consulting, alle 25 Mitarbeiter werden übernommen. Die Trademark-Übernahme seitens Bite erfolgt nach zwei Jahren Projektarbeit für verschiedene gemeinsam Kunden. Nach der Eröffnung des französischen Büros in Paris im Jahr 2010 verfügt Bite nunmehr über 100 Mitarbeiter in Europa.

13: Die auf digitale Markenführung und Social Media spezialisierte Agentur **Torben, Lucie und die gelbe Gefahr (TLGG) hat am 8. Oktober ihr erstes Projektbüro in Hamburg eröffnet**. Unter der Leitung von Boontham Temaismithi geht zunächst ein dreiköpfiges Team an den Start. Ziel ist es, die bestehenden Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern wie Carat, Draft FCB und der Good School weiter auszubauen sowie neue Mitarbeiter zu gewinnen.

Reputation Management + CSR

Was die Guten von den Besten unterscheidet:

(cw) Der jährliche Edelman Trust Barometer brachte es mal wieder an den Tag: Nur 46 Prozent der befragten Wirtschaftsunternehmen, Behörden und NGO's vertrauen darauf, dass Unternehmenslenker die richtigen

Entscheidungen treffen. Dass lässt Vorstände aufhorchen, wie die ‚2010 Global CEO Survey‘ der IBM herausfand: Kreativität und Integrität wurden als die zwei wichtigsten Führungseigenschaften für die nächsten fünf Jahre gesehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Abu Dhabi: PublicisLive eröffnet neuen Standort

PublicisLive, das der Publicis Groupe angehörige Event-Unternehmen mit Sitz in Genf, gab die Eröffnung eines komplett besetzten Büros in Abu Dhabi bekannt. Dieses soll als Drehkreuz für weitere Geschäftstätigkeiten in der gesamten Golfregion und im Nahen Osten dienen. Abu Dhabi wird, nach Genf und Paris, nun der dritte globale Standort für PublicisLive werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Österreich: LVMH Group ist Europas wertvollstes Markenunternehmen

Die europäische Markenwert Studie eurobrand2011 wurde vom European Brand Institute in Wien (AT) präsentiert, mit einem Ranking von Europas 50 wertvollsten Markenunternehmen sowie den Top 100 Global Brand Companies. Mehr als 3.000 Markenunternehmen in 24 Ländern Europas und 16 Branchen wurden analysiert sowie Vergleiche mit Nordamerika und Asien angestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

[Social Media compact \(1\) \(41.KW-2011\)](#)

01: AT Internet, ein Unternehmen aus dem Bereich Webanalyse, hat das **Multiproduct Dashboard** veröffentlicht - ein **Tool, mit dem Unternehmen ihre Online-Strategie noch konsequenter analysieren und optimieren können**. Es verknüpft die Daten und Auswertungen aus den einzelnen AT-Internet-Modulen und bringt so Social Media Monitoring, Website Performance Analysen oder die Analyse von mobilen Sites mit den Ergebnissen der klassischen Webanalyse in Verbindung. Die entsprechenden Metriken und Analyseergebnisse werden auf einen Blick dargestellt. → pressebox.de

Medien

[Springer bündelt Lehr- und Fachmedien](#)

Springer Science+Business Media, mit Hauptbüro in Berlin, bündelt seine Angebote für Studierende und Professionals in einer neuen standortübergreifenden Einheit, die offiziell am 01. Januar 2012 startet. Mit der Zusammenlegung der deutschsprachigen Aktivitäten des Springer-Verlags – ausgenommen Springer Medizin – und den Verlagsprogrammen von Gabler, Spektrum Akademischer Verlag, Vieweg+Teubner und dem VS Verlag sowie der dazugehörigen Marketing-, Sales- und Vertriebsfunktionen wird Springer zum Marktführer für Lehr- und Fachmedien in den Schwerpunkten Wirtschaft,

Naturwissenschaften, Technik und Gesellschaft.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Pressefreiheit stärken: Deutscher Presserat fordert Pressefreiheitsgesetz](#)

"Es ist dringend notwendig, dass das „Cicero-Urteil“ des Bundesverfassungsgerichts Konsequenzen hat und von der Politik in eine klare Gesetzgebung umgesetzt wird." Mit einem offensiven Plädoyer zur „Stärkung der Pressefreiheit in Deutschland“ forderte Sprecher Bernd Hilder auf der Jahrespressekonferenz des Deutschen Presserats in Berlin die Politik auf, ihre ins Stocken geratenen Beratungen zu einem Pressefreiheitsgesetz fortzusetzen. Wie wichtig ein solches Gesetz ist, zeigt nach Meinung des Presserats der Vorschlag des Vorsitzenden des Rechtsausschusses des Deutschen Bundestags, Siegfried Kauder (CDU), der nach der Datenpanne bei der Enthüllungsplattform Wikileaks, schärfere Geheimhaltungsvorschriften für die Presse gefordert hat. Der Presserat hält solche Vorschläge für „falsch und populistisch“. Sie würden den kritischen Journalismus in Deutschland schwer belasten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

[Medien compact \(2\) \(41.KW-2011\)](#)

01: Das vom Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich (CH) zum zweiten Mal herausgegebene **Jahrbuch "Qualität der Medien - Schweiz Suisse Svizzera"** zeigt eine abnehmende Nutzung von Informationsmedien in den Mediengattungen Presse, Radio und Fernsehen. Selbst die Nutzung der wichtigen Informationsvermittler im Internet - der Newssites der Abonnementszeitungen - hat nur noch schwach zugenommen. Die für die Demokratie unabdingbaren Informationsmedien der Presse, des Radios und des Fernsehens sind einem

Nutzungsschwund ausgesetzt. Ausserdem hat die Pressekonzentration im Untersuchungsjahr einen Quantensprung erfahren. → qualitaet-der-medien.ch

02: Als Amanda Knox in ihrer Heimatstadt Seattle ankommt, wird sie nicht nur von Freunden und Unterstützern empfangen und gefeiert, sondern auch von mehr als 150 Journalisten. Sogar eine Art kurze Pressekonferenz findet statt. Das Wort übernimmt ihr **PR-Agent, David Marriott. Denn Amanda Knox ist sein Fall.** Seine Agentur hat in den vergangenen Jahren alles dafür getan, die junge Frau in ein positives Licht zu setzen. Denn "Medienberichte können auch die Gerichte beeinflussen", wie der PR-Experte Uwe Wolff meint. Diese Art der prozessbegleitenden Public Relations heißt Litigation PR und kommt gerade aus den USA auch nach Deutschland. NDR-Medienmagazin Zapp über [Amanda Knox: Freispruch mit PR-Agentur](#)

Services + Tipps

Existenzgründer: Grundverkehrt!

Der Gründungszuschuss wird massiv verändert und gekürzt – zu Unrecht, argumentiert Alexandra Werdes, die selbst gefördert wurde. Es ist eine Erfolgsgeschichte, die hier hätte erzählt werden können. Beginnen würde sie mit dem Unwort des Jahres 2002: Ich-AG. Dann wäre – wie im klassischen Entwicklungsroman – eine Wandlung vorgeführt worden: von der Ich-AG zum Gründungszuschuss und zu einem funktionierenden Arbeitsmarktinstrument. Vor allem aber hätte diese Erfolgsgeschichte kein Ende gehabt. Sie wäre einfach weitergegangen. *Den Artikel am 12. Oktober in "Zeit.Online" [hier weiterlesen](#).*

Service compact (5) (41.KW-2011)

01: Eine neue **Studie gibt Einblicke in die Innovationskultur von 200 Unternehmen mit einem erschreckenden Fazit.** Wenn es darum geht, Innovation voranzutreiben, treten deutsche Unternehmen auf die Bremse. 70 Prozent aller Unternehmen kündigen Innovation zwar in ihren Hochglanzbroschüren an – konsequent umsetzen tun sie es aber nicht. Kreatives Denken ist unerwünscht, die Einhaltung von Regeln wird belohnt. Und statt Visionen voranzutreiben, dominiert das Vollkasko-Denken: Fehler vermeiden um jeden Preis. Mehr als 80 Prozent aller Unternehmen lähmen sich selbst durch lange Entscheidungswege, jeder dritte Befragte attestiert sogar, dass sich Entscheidungen über neue Ideen "ewig in die Länge" ziehen würden. Nur jedes fünfte Unternehmen fördert aktiv Experimente, nur in jedem dritten Unternehmen ist kreatives Denken hoch angesehen. → praesenz-effizienz.ch

02: Zwei von drei **Deutschen vertrauen den Produktangaben der Lebensmittelhersteller nicht mehr.** Der Etikettenschwindel mit Kunstkäse, Klebeschinken oder Garnelen-Imitaten hat die Bundesbürger nachhaltig verunsichert. Mehr als acht von zehn Verbrauchern bemühen sich, beim Einkaufen auf solche Produkte zu verzichten. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Verbraucherumfrage zum Thema Lebensmittelimitate der Brandmeyer Markenberatung. So halten es fast vier von zehn Befragten für unmöglich, Lebensmittelimitate zu identifizieren. Ein großes Ärgernis, denn 81 Prozent wollen solche Produkte nicht in ihrem Einkaufswagen haben. → brandmeyer-markenberatung.de

03: Lachen wir mit dem "Zwergfell" oder "Zwerchfell", bestellen wir zwei Cappuccini oder Cappuccinos, sind lilane Leggings erlaubt – und was ist gleich noch mal ein "Bissnesslantsch"? **Bestsellerautor Bastian Sick erklärt die Irrungen**

und Wirrungen im Sprachalltag – und beweist das Unmögliche: Deutsche Grammatik und Rechtschreibung können Spaß machen! Hunderttausende pilgern zu seinen Deutschstunden, seine Bücher sind inzwischen Pflichtlektüre an den Schulen. Einer seiner großen Fans ist Jo Brauner – kein Wunder, gehörte die exakte Wortwahl doch jahrzehntelang zu seinem Beruf. Der frühere "Mr. Tagesschau" weist seine Kollegen noch heute auf sprachliche Fehler hin. → daserste.de

04: Die Hinrunde der Fußball-Bundesliga hat an Fahrt aufgenommen und mit ihr auch die Fußballbegeisterung weiter Teile insbesondere der männlichen Bevölkerung. **Das Interesse der Bevölkerung an den 18 Bundesliga-Vereinen fällt allerdings sehr unterschiedlich aus.** Auf Basis der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) 2011, für die zwischen Frühjahr 2010 und Frühjahr 2011 insgesamt mehr als 20.000 Personen ab 14 Jahre befragt wurden, ergibt sich ein differenziertes Ranking des Interesses an den einzelnen Bundesliga-Vereinen. Am größten ist das Interesse für den FC Bayern München. Mit 23 Prozent interessiert sich fast jeder vierte Bürger ab 14 Jahre ganz besonders für die Bayern. Von den Männern sind es sogar 34 Prozent, von den Frauen 13 Prozent. → ifd-allensbach.de

05: **Marken sind spannend:** Wer oder was hinter ihnen steckt, welche Geschichte sie erzählen und wo man sie live erleben kann, das **verrät das neue Markenportal auf marketing-site.de.** Vom "Asbach Besucher Center" über die "Dr. Oetker Welt" bis zum "Villeroy & Boch Erlebniszentrum" bietet das Markenportal einen direkten Zugang zur Erlebniswelt der großen Marken. Der Clou: ausgeklügelten Markentouren in Städten wie Berlin, Hamburg, München oder Wien bieten Geschichte, Fakten und Hintergründe zum Anfassen. Im virtuellen

Markenmuseum. erfahren Besucher alles über die Geschichte von kultigen Brands. → marketing-site.de

Termine + Tagungen

Termine compact (4) (41.KW-2011)

01: Ein Finanzhändler, der sein Finanzinstitut an den Rand des Ruins bringt, ausschweifende Lustreisen von Versicherungsvertretern, der Kachelmann-Prozess: Skandale, die immer auch mehr oder weniger öffentlich ausgetragene, juristische Auseinandersetzungen mit sich bringen, welche eine Krise unnötig verlängern oder gar verschärfen können. Gerade im Skandalfall gewinnt die Zusammenarbeit von Juristen und Kommunikatoren an Bedeutung. Doch sie klappt nicht immer. Mit zum Teil fatalen Folgen. Woran es liegt? Was es zu tun gilt, für beide Seiten? Das ist Thema beim **A&B One Best Guest-Abend am Donnerstag, den 27. Oktober im Rahmen der Woche der Kommunikation in Frankfurt am Main.**

02: Zur nächsten **Speaker's Corner am 25. Oktober in Hamburg** begrüßt die DPRG Landesgruppe Nord Karsten Broockmann, den Leiter Unternehmenskommunikation Hamburg Messe und Congress. Zunächst als Redakteur und freier Journalist für verschiedene Titel tätig, wechselte er 2006 auf die Unternehmensseite und zeichnet seitdem verantwortlich für die Kommunikation der Hamburg Messe und Congress. Bitte beachten Sie, dass sich diese Veranstaltung in erster Linie an Studenten, Volontäre, Junioren und PR-Einsteiger richtet. Bitte zu dieser Veranstaltung unter otseinladung.de anmelden.

03: Das **Solution Forum Mittelstand Social Media am 16. November** in Düsseldorf vermittelt Social Media Experten, Marketing-, Kommunikationsprofis

sowie Produktmanagern in Unternehmen den entscheidenden Wissensvorsprung für ihr tägliches Business. Veranstalter ist der Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt in Zusammenarbeit mit der Marketingfachzeitschrift absatzwirtschaft. Praxisorientierte Referenten der Veranstaltungs-Partner vermitteln in einzelnen Solution Foren fachgerechtes Wissen. → solution-forum.com

04: Am 19. Oktober befasst sich das **Panel von Roland Berger Strategy Consultants** im Rahmen der Münchener Medientage mit dem **Thema "Die nächste Revolution im TV: Wie Social Media das TV-Modell verändern wird"**. Bei der Podiumsdiskussion debattieren Medienexperten über das Eindringen der Social Media in unser Alltagsleben und in unseren Medienkonsum. So nutzen bereits 64 Prozent aller Zuschauer das Internet parallel zum Fernsehen und nehmen am TV-Geschehen aktiv teil. → medientage.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (2) (41.KW-2011)

01: Grundlagen des journalistischen Schreibens in der Praxis und mit der erforderlichen Theorie, vermittelt das **Schreibtraining S1 - Journalistisches Schreiben** vom 28. November bis 2. Dezember der AFK Akademie Führung und Kommunikation in Oberursel bei Frankfurt am Main. Nachricht, Pressemeldung, Bericht, Interview, Reportage dieses Training übt, die journalistischen Formen besser und kenntnisreicher anzuwenden. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer trainieren den sicheren im Umgang mit der Nachrichtensprache, können verständlicher, präziser, fesselnder

formulieren. Fremdtex te können Sie besser beurteilen und redigieren. → afk-online.com

02: PR Grundlagen trainieren: Eine **Einführung in die PR gibt das Seminar B1 Basistraining PR**, 1. Teil vom 5. bis 9. Dezember der AFK Akademie Führung und Kommunikation in Oberursel bei Frankfurt am Main. Die Teilnehmer erarbeiten, analysieren, konzipieren, koordinieren, schreiben, planen, um anspruchsvolle Kommunikationsaufgaben professionell lösen zu können. Inhalte des Grundlagentrainings sind Definitionen und Aufgabenfelder von PR, PR-Theorie, Wirkweisen von PR, Journalistik und Medienarbeit, PR-Konzeptionstechnik, Unternehmenskommunikation, Veranstaltungskommunikation, interne Kommunikation, Präsentationstechnik. → afk-online.com

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Deutschland, das andere Euro-Länder rettet und selbst pleite ist



Guten Tag! Nicht nur Griechenland ist pleite. Die Bundesrepublik ist es auch. Signalisiert bereits die gegenwärtige Überschreitung des Maastricht-Kriteriums, das die Neuverschuldung nicht gemäß den Verträgen unter 60 Prozent liegt, sondern bei 83 Prozent, so dürfte die Verschuldung durch die Ausgaben und Risiken zur Rettung anderer Staaten der Eurozone in noch höhere Regionen steigen. Dabei beträgt bereits die "offizielle" Staatsverschuldung 2,1 Billionen Euro, die tatsächliche 8 Billionen Euro. Es sei hier noch einmal wiederholt: die Bundesregierung hat in ihrem Etat 2011 Einnahmen von 280 Milliarden Euro eingeplant, von denen 40 Milliarden Euro

allein für Zinszahlungen verwendet werden müssen. Um überhaupt die Ausgaben finanzieren zu können, wurden noch zusätzlich 40 Milliarden Euro neue Schulden aufgenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Lektion für Wirtschaftsjournalisten in griechischer Geschichte



(nsb) Griechenland ist schon einmal bankrott gewesen, vor 118 Jahren. Die damalige Regierung hatte zur Rückzahlung ihrer Kredite, die sie vor allem von Frankreich und England

bekommen hatte, ganz auf den hohen Preis für ihr Monopolprodukt gesetzt: Korinthen. Doch als auch die Franzosen und Türken ihre getrockneten Trauben auf den Markt warfen, war Griechenland am Ende. Im Dezember 1893 sprach der Ministerpräsident Charilaos Trikoupis im Parlament die Wahrheit aus: „Leider sind wir pleite!“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Konvergenz und Digital Customer Experience

Ein Autorenbeitrag von Stephan Fuchs, Wiesbaden

Wer mich kennt, weiß, dass ich kein digitaler Außenseiter bin. Aber manchmal ist es etwas viel, was mir als Bürger der wachsenden digitalen Gesellschaft zugemutet wird. Von

unergründlichen Online-Angeboten, die mich in einen Dschungel von Informationen locken, aber mein Anliegen nicht lösen, über Sites deren Gier nach meinen Daten jegliche Kundenorientierung überstrahlt bis hin zu "Dialogangeboten" mit einem Antwortverhalten, das die Bezeichnung "Service" nicht verdient. Auch mein Vertrauen in zunehmend virtuelle Digitalangebote, in die Cloud und in die allgegenwärtige Abgabe meiner Daten an jeder Ecke des Web wird regelmäßig durch Datenschutzverletzungen, Spam, Spyware oder kriminelle Attacken erschüttert. Welcher Normalnutzer weiß schon genau, was auf dem eigenen Rechner oder Smartphone im Hintergrund passiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Veränderte Marktsituation: Das Erfolgsdreieck der Markenführung

Wer eine starke Marke etablieren will, muss dem Kunden Orientierung bieten. Außerdem zählt das Dreigestirn Relevanz, Erlebnis und Vertrauen. Erfolg verspricht die Verknüpfung mit Social Media Marketing. Im Rahmen der Digitalisierung und aktueller und künftiger Mobilisierung und damit verbunden im Rahmen zunehmender Fragmentierung von Zielgruppen, Marken und Medien wird immer lauter vom Kontrollverlust der Markenführenden, vom Ende der Marke gesprochen: Mal argumentativ, mal schwadronierend. Wer sich die Aufgabe starker Marken vor Augen führt, hält diese Gefahr für vernachlässigbar.

Den Artikel von Hartmut Scheffler (TNS Infratest) am 17. Oktober in "FTD.de" [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>

ANGEBOTE (62)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

[PR-Juniorberater \(m/w\), München](#)

[PR-Manager/-in Lifestyle, Berlin](#)

[PR-Berater \(m/w\) für Produkt- und Markenkommunikation, Hamburg](#)

[PR BeraterIn im Bereich Film & Home Entertainment, Frankfurt](#)

[Junior PR-Berater Health \(m/w\) für den Bereich Gesundheitskommunikation, Frankfurt a.M.](#)

[PR-Berater/in und Senior PR-Berater/in im Bereich Healthcare, Eltville](#)

[Trainee / Berater \(m/w\) für Markenkommunikation, Düsseldorf](#)

[PR-Berater/in Healthcare, Köln](#)

[Marketing Manager \(w/m\) als Elternzeitvertretung, Köln](#)

[Markenzeichen sucht PR Berater/innen: Telco, Banken, Energie](#)

[MSL Germany sucht PR Consultants Healthcare \(w/m\), Frankfurt](#)

[Senior-PR-Berater/in, Frankfurt a.M.](#)

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

[PR-Junior Berater \(m/w\) für Bereich Mode, München](#)

[Junior-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

[Bestfall GmbH sucht PR-Projektmanager/in, Mainz](#)

[Consultant \(m/w\) Healthcare in München](#)

[Projektmanager PR und Kommunikation \(m/w\), Köln](#)

[Juniorberater/in für die Freizeit- und Entertainment-Unit, Hamburg](#)

[Teamleiter für PR-Agentur in Berlin gesucht](#)

[Neugierig? Begeistert? Technologie-affin? Wir suchen PR-Berater / PR-Redakteur \(m/w\), Tübingen](#)

[Redakteur \(w/m\), München](#)

[PR-Berater/in Nonprofit, Hamburg](#)

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

[WBCO Public Relations sucht PR Account Manager, Frankfurt](#)

[PR-Berater \(m/w\) Healthcare, Darmstadt](#)

[Junior Manager für PR und Kooperationen \(m/w\), München](#)

[Senior-PR-Berater \(m/w\) Public Campaigning, Berlin](#)

[PR-Berater \(m/w\) Public Campaigning, Berlin](#)

[PR- Mitarbeiter Fashion / Events \(m/w\), Düsseldorf](#)

Behörden (Öffentl.Dienst)

[Referentin/Referenten Hochschulkommunikation, Rosenheim](#)

Unternehmen

[Werkstudent \(m/w\) im Bereich Kommunikation & Marketing, Meckenheim](#)

[Abteilungsleiter m/w Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Herborn](#)

[Stellvertretende/n Pressesprecher/in, Berlin](#)

[Referenten/-in Öffentlichkeitsarbeit, Berlin](#)

[Senior Media Relations Manager \(m/w\), Deutschland](#)

[Referent \(m/w\) PR und Kommunikation, Berlin](#)

[PR Specialist, Germany or UK](#)

[Online-PR und Social Media Allrounder \(m/w\)](#)

Verbände (Non-Profit)

[Assistent/in der Bereichsleitung Strategie & Kommunikation, Düsseldorf](#)

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

Freelancer

[Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell](#)

[Flexible Unterstützung PR und Marketing](#)

[Kommunikationserprobte Zeitarbeiter springen ein](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag 17. Oktober 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.520 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 (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - für Rubrik: Kelikowskys Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenow[at]yahoo.com).

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 "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 + Autoren + Rezensenten: siehe im [Impressum der Homepage](#).

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-

Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), 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, 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; http://karrierebarometer.pr-journal.de; www.prranking.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.