

Hallo liebe Leser!

Das 5. LPRS>>Forum und Alumnitreffen steht vor der Tür. Am 23. April treffen sich namhafte Vertreter der PR-Branche und -Wissenschaft sowie zahlreiche LPRS-Alumni im Grassimuseum in Leipzig, um einer spannenden Podiumsdiskussion beizuwohnen und sich beim anschließenden Get Together näher kennen zu lernen und Gedanken zu aktuellen Problemen auszutauschen. Neben diesem kleinen Jubiläum hat der LPRS auch sonst gute Nachrichten zu vermelden: Mit Christof Ehrhart, Leiter Konzernkommunikation Deutsche Post DHL, und Ansgar Zerfaß, Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig, konnten zwei weitere Hochkaräter für den LPRS-Beirat gewonnen werden. Außerdem ergänzt ergo Unternehmenskommunikation den Kreis der LPRS Fördermitglieder.

Viel Spaß beim Lesen und hoffentlich bis bald auf dem 5. LPRS>> Forum

Christoph Reimann (Vorsitzender des Vorstands)

## LATEST NEWS

- >> LPRS-Fördermitglied Reemtsma wird 100 Jahre alt
- >> Jahresbericht dokumentiert Innovationsfähigkeit
- >> ergo neu im Club der Förderer
- >> Christof Ehrhart und Ansgar Zerfaß ergänzen den LPRS-Beirat

## PREVIEW

- >> 5. LPRS>>Forum und Alumnitreffen

## REVIEW

- >> Projektmanagement-Workshop
- >> LPRS>>PR-Salon mit Toni Lösch
- >> LPRS>>WISSENSchafftPRAXIS mit Heiner Herkenhoff

## STATEMENT

- >> Pascal Bormann

## e.INE FRAGE AN ...

- >> Mirko Kaminski

## V.ORGESTELLT

- >> Harry Pirwitz

## >> LPRS-Fördermitglied Reemtsma wird 100 Jahre alt

Die Unternehmensgeschichte des Tabakwarenherstellers begann 1910 in Erfurt, als Bernhard Reemtsma hier eine kleine Zigarettenfabrik übernahm. Heute zählen Namen wie Peter Stuyvesant, JPS, West, Drum und Davidoff zu den Marken des in Hamburg ansässigen Unternehmens. Trotz schwindendem Zigarettenkonsum, Erhöhungen der Tabaksteuer und einem Werbeverbot für Tabakwaren hat sich Reemtsma in den vergangenen Jahren im Wettbewerb behauptet und schaut positiv auf das Jubiläumsjahr 2010: Mit der Übernahme des Vertriebs der Marke Gauloises im April dieses Jahres will es seine Marktbedeutung und regionale Präsenz weiter stärken.

## >> Jahresbericht dokumentiert Innovationsfähigkeit

Einen umfassenden Überblick über die Leistungen der Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations ermöglicht der Jahresbericht 2009, der im Januar vorgestellt wurde. Der Bericht dokumentiert die führende Rolle des Leipziger Instituts gleichermaßen in Forschung, Lehre und Vernetzung mit der PR-Praxis. Er steht als PDF-Dokument auf der Website [communicationmanagement.de](http://communicationmanagement.de) zum Download zur Verfügung.

## >> ergo neu im Club der Förderer

ergo Unternehmenskommunikation ist seit Februar 2010 neues Fördermitglied des LPRS. Wir freuen uns, mit ergo eine weitere hochkarätige Agentur im Club unserer Förderer begrüßen zu dürfen“, so Christoph Reimann, LPRS-Vorstandsvorsitzender. Wir blicken zuversichtlich auf eine lange und enge Zusammenarbeit!“ Die 1992 gegründete Beratung mit Büros an den Standorten Berlin, Frankfurt, Köln und München gehört zu den wichtigsten Anbietern moderner Kommunikationsleistungen und bietet seinen Mandanten im In- und Ausland Unterstützung in allen Fragen der strategischen Kommunikation.

## >> Christof Ehrhart und Ansgar Zerfaß ergänzen den LPRS-Beirat

Mit Christof Ehrhart kann der LPRS seit Neuestem einen der renommiertesten Vertreter der deutschen und europäischen Unternehmenskommunikation zu seinem Beirat zählen. Der promovierte Politikwissenschaftler und Journalist war von 1995 bis 2004 bei Bertelsmann u. a. für die Leitung der Kommunikation von AOL Bertelsmann Europa zuständig. Später ging Ehrhart zu EADS, wo er für die konzernweite interne und externe Kommunikation verantwortlich zeichnete. Seit dem 1. März 2009 leitet er nun die Konzernkommunikation der Deutschen Post.



Ansgar Zerfaß, Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig, gehört nun ebenfalls zum LPRS-Beirat. Er zählt zu den führenden Wissenschaftlern im diesem Bereich. Darüber hinaus ist er als Berater

für Unternehmen, Institutionen und in der Executive-Weiterbildung tätig. Nach seiner Promotion in Betriebswirtschaftslehre bei Prof. Dr. Horst Steinmann sammelte er zehn Jahre Erfahrung in der Praxis in leitenden Positionen der Unternehmenskommunikation und Politikberatung. Berufsbegleitend habilitierte er bei Prof. Dr. Winfried Schulz.

Der [LPRS-Beirat](#) besteht nun aus zehn führenden Kommunikationsmanagern und -wissenschaftlern und berät den LPRS in strategischen Fragen.

## „Bitte wenden! Vom Spezialisten zum Generalisten. Und zurück?“

### 5. LPRS>>Forum am 23. April 2010 im Leipziger Grassimuseum

Am 23. April, also in nur wenigen Tagen, findet das 5. LPRS>>Forum statt. Unter dem Titel Bitte wenden! Vom Spezialisten zum Generalisten. Und zurück?“ diskutiert ein hochkarätig besetztes Podium über die Zukunft der Kommunikationsberatung. Wie in den vergangenen Jahren treffen sich hier Branchengrößen aus der Kommunikationswirtschaft und -wissenschaft, um miteinander und mit Leipziger Alumni und Studenten zu debattieren. Auch der LPRS-Beirat wird in diesem Jahr fast vollzählig am 5. Forum teilnehmen.

2010 dreht sich dabei alles um fusionierende Beratungsleistungen und den Anspruch der integrierten Kommunikation: Wie groß ist die Schere zwischen der optimalen strategischen Ausrichtung und dem Anspruch auf ein möglichst allumfassendes Leistungsspektrum auf Beraterseite? Birgt diese Fusion der Leistungen eine Gefahr, Stammkompetenzen zu vernachlässigen oder ermöglicht sie neue Perspektiven? Alle Beratungsdisziplinen aus einer Hand: Ein von der Agenturseite erfundenes Strohfeuer oder das vom Kunden gewünschte Zukunftsmodell?

Unsere Podiumsgäste: Béla Anda ist seit 2006 Chief Communication Officer beim AWD. Zuvor arbeitete er unter anderem als Regierungssprecher. Rupert Ahrens ist geschäftsführender Gesellschafter der A&B Communications Group. Von 1998 bis 2004 hatte er den Posten des GPRA-Präsidenten inne. Klaus Dittko gründete im Jahr 2002 die PR-Agentur Scholz & Friends Agenda. Seit 2008 ist er Partner und Vorstandsmitglied der Scholz & Friends Group. Jan Liepold ist geschäftsführender Gesellschafter, der LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH. Zuvor war er unter anderem als Account Manager und Director bei Weber Shandwick tätig. Moderiert wird das Podium von Daniela Winderl. Sie war Pressereferentin und Chefredakteurin von Unipress und arbeitet seit 2008 im Ressort Marketing/Agenturen der Redaktion W&V. Im Jahr 2009 moderierte sie unter anderem auf dem Kommunikationskongress. Das 5. LPRS>>Forum findet im Leipziger GRASSI Museum für Angewandte Kunst in der erst kürzlich wiedereröffneten historischen Art Déco-Pfeilerhalle statt.

### 5. LPRS>>Alumnitreffen am 23. und 24. April 2010

Den Auftakt bildet das LPRS>>Forum am Freitagabend. Am Samstag (24. April 2010) werden den Alumni mehrere Panels mit Diskussionsrunden angeboten, unter anderem mit Stephan Fink (Vorstand von Fink & Fuchs Public Relations) sowie der Leipziger Legende“ Prof. Dr. Jürg W. Leipziger. Ganz nach dem Motto „back to the roots“ findet der Alumni-Samstag im Neuen Hörsaalgebäude am Augustusplatz statt. Nach der jährlichen Alumni-Vollversammlung steht am Abend bei einer Party noch die traditionelle Verleihung des Goldenen Günter“ auf dem Programm. Zur inhaltlichen Einstimmung auf das Thema des Forums dient das [Forums-Blog](#) mit Hintergrundartikel und -definitionen, Beiträge und Interviews mit Branchenexperten.

Kurzentschlossene Anmeldungen sind auch jetzt noch möglich; das Formular dazu gibt es [hier](#).



## >> Projektmanagement-Workshop

Die Fachdiskussionen wollten gar kein Ende nehmen beim LPRS-Workshop im Januar. Obwohl Trainer Olaf Schickel längst bei seiner letzten Folie angekommen war (Danke für die Aufmerksamkeit“), ließ das Thema Projektmanagement die Teilnehmer kaum los. Prozesse im Griff zu haben ist schließlich auch im Communication Management bedeutsam: Ob beim Marken-Relaunch oder bei der Change-Kommunikation – der Kommunikationsmanager wird oft zum Projektmanager. Die Impulse des Projektmanagement-Workshops helfen den Teilnehmern nun aber zunächst einmal das Projekt Abschlussarbeit zum Erfolg werden zu lassen, das projektplanerische Rüstzeug haben sie nun.



## >> LPRS>>PR-Salon mit Toni Lösch

Im PR-Salon am 22. Januar stand Toni Lösch, Leiter der Unternehmenskommunikation von Siemens Deutschland, den Fragen des LPRS Rede und Antwort. Die Anwesenden folgten gespannt, als Lösch von dem ungewöhnlichen Verlauf seiner Karriere zu erzählen begann, die er als Ingenieur für Luft- und Raumfahrttechnik startete. Überraschend offen und ehrlich berichtete Lösch auch über die Herausforderungen, vor die die Bestechungsaffäre von Siemens die Kommunikationsabteilung des Global Players stellte. Er gewährte interessante Einblicke, wie die Öffentlichkeitsarbeit der Reputationskrise zu bewältigen versuchte und welche Lehren man daraus zog. Den ausführlichen Artikel zum PR-Salon gibt's [hier](#).



## >> LPRS>>WISSEnschafftPRAXIS mit Heiner Herkenhoff

Manipulieren? Das können Sie einmal machen, dann sind sie raus. Sie müssen mit Argumenten überzeugen – nicht mit Geld!“, räumt Heiner Herkenhoff, Leiter des Bereichs Public Affairs der Commerzbank mit dem gängigen Vorurteil über Lobbyisten auf. Transparenz sei das zentrale Gebot – nicht nur aus moralischer Sicht, sondern eben auch weil sonst schlicht nichts zu erreichen sei. Lobbyisten seien keine düsteren Interessenvertreter, die Politiker hinters Licht führen, sondern Player, die verfassungsrechtlich legitimiert Interessen aus der Praxis einbringen.“ Herkenhoff ist ausgewiesener Kenner des politischen Systems, des

Bankenwesens und der PR – als ehemaliges langjähriges Mitglied der Geschäftsführung des Bundesverbands deutscher Banken und in verschiedenen Positionen in der Politik. Am 9. Dezember weihte er uns im [LPRS>>WISSEnschafftPRAXIS](#) ein in die gar nicht so geheimen Geheimnisse seiner täglichen Arbeit.



## >> Der lange Weg zu Twitter. Eine Entscheidung in mehreren Akten.

*Wie und warum nutzen Sie Social Media in Ihrem Unternehmen?*

1. Akt: Ist Twitter, Facebook und Co. wirklich wichtig für unser Unternehmen? Bringt es uns weiter und wenn ja, was bringt es uns? Müssen wir eigentlich jeden Hype mitmachen?

Dies sind einige der Fragen die wir uns in mehreren Brainstorming-Sitzungen intensiv gestellt haben, als es um das Thema Hugin und Social Media ging.

Es war ein langer Prozess, an dem mehrere Mitarbeiter und Führungskräfte aus Deutschland und Norwegen beteiligt waren. Schlussendlich wurde das Projekt "Hugin twittert jetzt" von uns in Leipzig vorangetrieben. Wir haben uns bewusst für Twitter und gegen Facebook entschieden, da letzteres für uns eher eine private Nutzungsrelevanz hat.

2. Akt: Was twittern wir überhaupt? Man mag meinen, dass dies keine Frage ist für einen Kommunikationsdienstleister. Erst recht nicht, wenn dieser unter anderem Audio-PR sowie IR & PR-Meldungen distribuiert. Überhaupt, interessiert es den follower, was wir da so tagtäglich produzieren bzw. über uns an die verschiedenen Nachrichtenticker versendet wird?

Das Marketingteam machte schließlich den Vorschlag zunächst den Kanal mit eben jenem Content zu füllen, der auch über uns versendet wird.

Natürlich ist dies für den Leser vielleicht nicht ganz so sexy wie ein tweet, dass einer unserer Mitarbeiter einen Apfelkuchen gebacken hat oder der Wasserkocher von uns gegangen ist. Aber er wird dadurch mit zahlreichen Meldungen unterschiedlichster couleur versorgt, und das meist noch, bevor er diese irgendwo im Netz wiederfindet. Ganz nebenbei hat es den unternehmerisch kostengünstigen Effekt, dass wir nicht extra jemanden für dieses Tool einstellen müssen, sondern erst einmal abwarten können, wie die Reaktionen auf uns sind.

3. Akt. Es kann noch nicht losgehen, denn es folgt nun die ungeklärte Frage der Zuständigkeiten. Es geht nicht darum, dass Kompetenzen in ihrem jeweiligen Bereich beheimatet bleiben sollen, sondern um rein rechtliche Angelegenheiten.

Was ist, wenn wir auf einen Post eine unangenehme

Antwort bekommen und einer der Mitarbeiter unüberlegt antwortet? Das gemeine Netz, dies weiß jeder, der einmal ein Photo eingestellt hat bei dem er halb-nackt auf einer Party rumtanzte, vergisst nichts. Die Verantwortung blieb also bei der Marketingabteilung.

4. Akt. Jetzt geht's los: Nach einigen Wochen war es dann soweit, wir haben unsere tweets in die weite Welt des Internets hinaus gezwitschert und in relativ kurzer Zeit viele follower gefunden.

Durch den Zusammenschluss mit unserer neuen Mutter Thomson Reuters, hieß es nun allerdings Hugin geht, Thomson Reuters mit diversen eigenen Twitter-Konten kommt. Einzig unsere Audio-PR Abteilung, betreibt weiterhin erfolgreich ihren eigenen Account unter "directnews".

Bei aller privaten Liebe zu Twitter, darf man nicht vergessen, dass es als Unternehmen zwar ein leichtes ist, ein Konto bei einem der sozialen Netzwerke zu eröffnen, dann aber die Fragen um Zuständigkeiten und auch (rechtliche) Verantwortlichkeiten beantwortet werden müssen und dieses Medium erhebliche Zeit kostet. Wenn man dann berücksichtigt, dass der wirtschaftliche und soziale Nutzen immer noch nicht klar ist, kann man sich mit Recht die Frage stellen, verpasse ich was wenn ich als Unternehmen nicht dabei bin und muss ich, wie eingangs schon gefragt, überhaupt jeden Hype mitmachen?

Nach all den beschriebenen Erfahrungen, kann ich diese Frage für uns mit einem klaren Ja beantworten!

*Pascal Bormann, General Manager, Hugin Germany*



## >> Mirko Kaminski, Geschäftsführender Gesellschafter bei achtung!

*Die Kommunikationsagentur achtung! hat zum Jahresbeginn ihre Agenturbereiche neu strukturiert. Anstelle von Beratungsleistungen in Einzelbereichen bietet die Agentur zukünftig Public Relations, Werbung, Direkt-, Online- und Eventmarketing unter einem Dach an. CEO Mirko Kaminski verteidigt die Fusion. Die Beratung dürfe sich nicht auf nur ein Methodenfeld beschränken.*

*Zum Jahresbeginn hat achtung! die Agenturbereiche Public Relations und Werbung zusammengefasst. Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang bei Ihnen integrierte Kommunikation?*

Selbst wenn ein Unternehmen bei einer Agentur nur“ PR einkauft, wird es von der Agentur künftig das Bewusstsein für integrierte Kommunikation verlangen. Ein solches Bewusstsein kann sich in einer Agentur aber nur herausbilden, wenn – eine Analogie zum Hausbau – alle Gewerke regelmäßig und eng zusammenarbeiten und die Besonderheiten der anderen kennen und berücksichtigen. Deshalb haben wir alle Kommunikationsgewerke unter einem Dach zusammengefasst: PR, Werbung, Direktmarketing, Interaktiv, Event.

Lesen Sie weiter im [Blog zum LPRS>>Forum](#)



### **Über achtung!**

Die inhabergeführte GPRA-Agentur beschäftigt über 100 Mitarbeiter in ihren Standorten in Hamburg und München. Unter dem Dach der Agenturmarke finden sich achtung! pr (Public Relations, achtung! direkt (CRM und Direktmarketing), achtung! werbung (Werbung und Design), achtung! interaktiv (Social Media und Online) und achtung! event (Event). Die Agentur hat bereits mehrfach Auszeichnungen wie den Deutschen PR-Preis erhalten.

## >> Harry Pirrwitz, PR and Corporate Relations Manager, British Telecom

Mein beruflicher Einstieg vor über zehn Jahren begann bei der PR-Agentur Edelman in Deutschland und Udo Becker, dem damaligen Leiter des Bereichs Technology. Das Interesse an der IT-Branche war damit geweckt und an spannenden nationalen und internationalen Kunden und Projekten hat es durch den Dot.com Boom und einem unermüdlichen Neukundengeschäft wahrhaftig nicht gemangelt.



Mit dem Ortswechsel nach London kam ein zweijähriger Abstecher als Industry Analyst und der Leitung des Bereiches Netzwerke beim Analyst House Context mit Kunden wie z. B. Cisco, Dell und HP. Von den Kontakten zu den zahlreichen Analysten in der Branche profitiere ich immer noch. Es war aber nur ein Intermezzo und ich war zurück in der PR. In diesem Fall, eine auf Technologie spezialisierte Agentur (Mahseer) im Zentrum von London mit starkem Fokus auf Media Relations. Eine ausgezeichnete Schulung und eine glänzende Möglichkeit enge Kontakte zu britischen Journalisten zu knüpfen, nicht zuletzt durch die Gründerin der Agentur, Lucy Saunders, sowie dem gelegentlichen Treff im Pub.

Als nächste Station hatte ich den Wechsel auf die Unternehmensseite ins Auge gefasst und mit der Leitung der weltweiten PR für den Telekommunikationsanbieter Vanco auch umgesetzt.

Dort eröffneten sich mir ein neues Arbeitsumfeld und diverse neue Anforderungen: unter anderem das Management der lokalen PR Manager sowie die Koordination mit den Bereichen Marketing, Verkauf, Portfolio und Innovation. Dieses breite Umfeld hat sich dann mit dem Wechsel zu BT (British Telecom) sogar noch gesteigert.

Vor mir lag das äußerst komplexe Netz des internationalen Kommunikationsmanagements bestehend unter anderem aus dem Beziehungsgeflecht zu Kollegen, Vorgesetzten, Journalisten, Analysten, Kunden und Partnern, den unterschiedlichen Verständnis-Kulturen, sprachlichen Barrieren sowie länderspezifischen Themenschwerpunkten und Kommunikationsanforderungen.

Ohne eine solide Ausbildung und ein hervorragendes Verständnis, was Kommunikation zu leisten vermag sowie ohne einen guten Erfahrungswert hinsichtlich des PR-/ Kommunikations-Spektrums, ist es nur schwer vorstellbar, diesem kolossalen Allerlei überzeugend zu begegnen. Das erstere hat mir der Studiengang KMW an der Universität Leipzig mit seiner praxisnahen Orientierung vermittelt; das letztere, der beschriebene berufliche Weg.

Auch wenn sich einige grundlegende Erkenntnisse seit der Ausbildung nicht verändert haben, die An- und Herausforderungen an die Kommunikation haben zugenommen. Insbesondere die immense Zunahme und der Bedeutungszuwachs der Kommunikationsformen über das Internet erfordern ein ständiges Anpassen und Lernen. Die Erwartungshaltung an die Zeit, zwischen dem Senden einer Botschaft und dem resultierenden Zwischenergebnis, ist kürzer geworden. Die messbare Relevanz und Wirkung der Kommunikation für das Unternehmen auch finanziell sind weitere Aspekte, die stark an Bedeutung gewonnen haben und weiterhin gewinnen werden.

<http://uk.linkedin.com/in/harrypirrwitz>

[https://www.xing.com/profile/Harry\\_Pirrwitz](https://www.xing.com/profile/Harry_Pirrwitz)



# IMPRESSUM

LPRS – Leipziger Public Relations Studenten e.V.  
Burgstraße 21; Raum 2.23  
04109 Leipzig

E-Mail: info@lprs.de  
Internet: www.lprs.de  
Amtsgericht Leipzig, VR 4245

V.i.S.d.P.: Sina Pries (sina.pries@lprs.de)

Vorstand:

Christoph Reimann (Vors.), Sandra Tietz (Stv.), Christian Berg, Christian Engel, Sina Pries

Beirat:

Prof. Dr. Günter Bentele, Dr. Christof Ehrhart, Dr. Thomas Gaulty, Lars Großkurth, Prof. Jürg W. Leipziger, Dieter Schulze van Loon, Prof. Dr. Bernd Schuppener, Timo Sieg, Dr. Werner Süß, Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Förderer:



Falls Sie den LPRS>>Newsletter in Zukunft nicht mehr erhalten möchten, können Sie sich [HIER](#) abmelden.