

17.06.2004 - 10:55 Uhr

media coffee der dpa-Tochter news aktuell: "PR wird strategischer"

Hamburg (ots) -

PR wird immer strategischer und journalistischer, so das Fazit des jüngsten media coffees der dpa-Tochter news aktuell, dem deutschen Partner von news aktuell schweiz. Die Diskussionsveranstaltung fand gestern Abend (Mittwoch) in München statt. Mehr als 160 PR-Profis, Pressesprecher und Journalisten diskutierten über das Thema "PR-Trends 2010 - Wohin steuert die Kommunikation?". Moderiert wurde die Veranstaltung von Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach, news aktuell.

In einem Impulsreferat fragte Peter Hausmann, Partner und Pressesprecher der Beratungsfirma Deloitte & Touche, wo sich heute überhaupt noch die Kommunikation von Unternehmenssprechern in den Medien wahrnehmen lasse. Seiner Meinung nach zögen sich Nachrichten mittlerweile mehr und mehr in ein Nischendasein zurück. Trotzdem werde man in den nächsten Jahren die "Renaissance der Qualitätszeitungen erleben". Zeitungen würden wieder "mehr zu einem Meinungsforum werden", so der ehemalige Regierungssprecher von Helmut Kohl.

Florian Martius, Leiter der Unternehmenskommunikation bei Glaxo Smith Kline, vertrat die These, dass es immer schwieriger werde, "komplexe Themen in den Medien unterzubringen". Seiner Meinung nach würden die Zeitfenster für derartige Aktivitäten "immer kleiner". Das merke man besonders in der Krisenkommunikation. Martius konstatierte, dass es zukünftig eine zentrale Aufgabe für Pressesprecher sein wird, die immer kleiner werdenden Zeitfenster "schon im Vorfeld zu erkennen".

Dass die Zeit der "Bauchladen-Agenturen" vorbei sei, bemerkte Christiane Dirkes, CEO der PR-Agentur Weber Shandwick Deutschland. Dieser Trend habe sich "als falsch erwiesen". Axel Schafmeister, Pressesprecher von Siemens Mobile, meinte, dass sich Unternehmen heute und in Zukunft "immer mehr in die Karten schauen lassen werden". Die Transparenz werde immer grösser und die Pressestellen der Unternehmen vollzögen einen Wechsel von einer "reaktiven hin zu einer proaktiven PR", so Schafmeister weiter.

Eine kritische Sichtweise vertrat Marc Beise von der Süddeutschen Zeitung. Der Wirtschaftsjournalist wies darauf hin, dass es Pressesprechern und PR-Leuten immer besser gelänge, "ihre eigene Wahrheit zu verkaufen". Ein gutes Beispiel sei der Börsengang der Postbank. Für Journalisten sei es heute sehr schwierig, "den Haken an einer Sache herauszufinden".

Digitale Pressemappe: <http://presseportal.de/story.htx?firmaid=6344>

Kontakt:

news aktuell GmbH
Sandra Striegler
Public Relations Manager
Tel. +41/40-4113'2772
Fax +41/40-4113'2876
E-Mail: info@newsaktuell.de