

IN KÜRZE

Agenturchef Holger Zastrow verzichtet auf Ministeramt

Der FDP-Politiker und Agenturchef Holger Zastrow verzichtet auf ein Ministeramt in der neuen Landesregierung von Sachsen. Dafür hätte er seine Anteile an der Dresdener Agentur Zastrow & Zastrow abgeben müssen. Zastrow bleibt allerdings Fraktionsvorsitzender der FDP im sächsischen Landtag.

Financial Gates relaucht Markt und Mittelstand

Der Fachverlag Financial Gates relaucht sein Unternehmernmagazin „Markt und Mittelstand“ im Oktober. Die FAZ-Tochter hat den Titel im Mai von Axel Springer übernommen. In Planung sind zudem die Mittelstandsmesse Wachsen 2010 und neue Angebote beim Online-Auftritt.

Warner-Künstler bald wieder auf YouTube zu sehen

Medienberichten zufolge werden Künstler von Warner Music bald wieder auf dem Google-Portal YouTube zu sehen sein. Laut „Wall Street Journal“ könne Warner Music Werbung im Umfeld der Videos vermarkten. Der Musikkonzern hatte Ende 2008 alle Videos für YouTube gesperrt.

Auskunft GoYellow sucht für neuen Service neue Agentur

Die Internet-Auskunft GoYellow sucht für einen neuen Verbindungsdienst eine Agentur. Dies berichtet der „Kontakter“ in seiner neuen Ausgabe. Demzufolge bemühen sich u. a. McCann Erickson und Serviceplan um den Etat. 2010 soll der Service mit einer Kampagne bekannt gemacht werden.

Aktuell auf wuv.de

Tagesaktuelle News, brandneue Kampagnen und über 1000 Studien auf W&V Online.

Diese Woche neu in der Studien-datenbank: **City Update/Hochschule Kufstein – „Marketing-Controlling in der Praxis“.**

www.wuv.de/studien

PRGS

Verstoß gegen PR-Kodex?

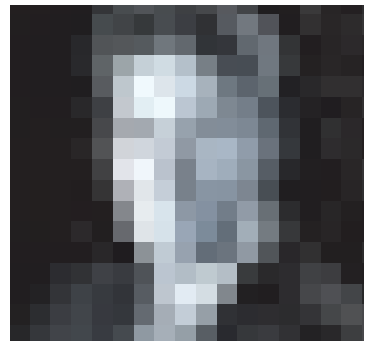
Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) überprüft ein Lobby-Konzept, das die Berliner Public-Affairs-Beratung PRGS für e.on Kernkraft erstellt hat.

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) prüft, ob die Berliner Agentur PRGS gegen den Verhaltenskodex im politischen Lobbying verstoßen hat. Dies bestätigte der DRPR-Ratsvorsitzende Richard Gaul gegenüber W&V.

Vergangene Woche war, offenbar durch den Fehler eines Mitarbeiters, ein Konzept für e.on Kernkraft öffentlich geworden. Darin liefert PRGS auf 109 Seiten ein detailliertes Drehbuch, wie die „politisch-öffentliche Debatte um die Verlängerung der Restlaufzeiten deutscher Atomkraftwerke positiv beeinflusst“ werden kann.

Daran wäre an sich nichts verwerflich. Aufmerken lässt jedoch ein Absatz, der darauf hindeutet, dass PRGS in Gesprächen mit Politikern, Journalisten führender Meinungsmedien und NGOs Informationen und Einschätzungen gesammelt hat, ohne den Auftragge-

ber offenzulegen. „Selbstverständlich wurden diese Gespräche ohne Nennung e.ons (*geschwärzt*) oder des Auftrags geführt“, heißt es in



Krisen-PR in eigener Sache Ein Papier von PRGS-Chef Hofmann wird überprüft.

dem Konzept. Hat es einen Auftrag gegeben, wäre dies ein klarer Verstoß gegen das Wahrhaftigkeitsprinzip, wie es die Deutsche Gesellschaft für Politik-Beratung (Degepol) in ihrem Kodex definiert hat. PRGS-Geschäftsführer Thorsten

Hofmann ist diesem Kodex als Degepol-Mitglied verpflichtet.

„Es gab lediglich einen Auftrag, neue Botschaften und Argumente zu entwickeln“, sagt Petra Uhlmann, Sprecherin der e.on Kernkraft, Hannover. PRGS sei aber mit dem gelieferten Konzept „weit darüber hinausgegangen“. Hofmann selbst sieht sich als Opfer einer „Desinformationskampagne“. Bei dem Papier handle es sich nur um eine „Ideensammlung“. Das erklärt allerdings nicht, wieso im Papier selbst von „Auftrag“ die Rede ist.

Als Vorschläge zur verdeckten PR können bestimmte Formulierungen zumindest missverstanden werden. Von der „Entwicklung diskreter Pressekampagnen“ ist im Papier die Rede und davon, „Argumente pro Kernenergie in den Web-Diskurs einzuspeisen“. Der DRPR will im November einen Beschluss zu dem Fall fassen. *lip*

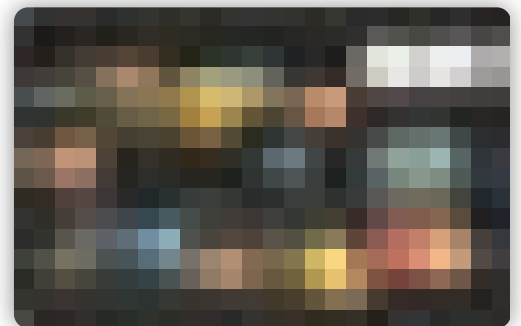
CAP

Happy Digits am Ende

Kündigung - Kein Happy End für Happy Digits: Das Multipartner-Bonusprogramm wird eingestellt. Gegenüber W&V haben einige Partnerunternehmen des Programms – Runners Point, Sixt, die Gesundheits-bunt-Apotheken, die Hotelkette Best Western sowie der Strom-Anbieter Yello – ihren Ausstieg zum 30. September bestätigt. Bereits vor Monaten hatten sich die insolvente Warenhauskette Karstadt und die Telekom, die das Programm einst gründeten, von Happy Digits verabschiedet. Das Bonusprogramm hatte einst über 20 Millionen Karten im Markt.

Laut der Zentrale von Happy Digits können ab 1. Oktober nur noch

Punkte eingelöst, aber nicht mehr gesammelt werden. Die Online-Partner des Programms sollen zum 30. November aussteigen. Olaf Reimann, Marketingchef von Best Western, sagt: „Die Verhandlungen zur Fortsetzung der Partnerschaft sind gescheitert. Das Zukunftsszenario zu Happy Digits hatte nach unserer Ansicht keine nachhaltige Substanz.“ Insidern zufolge soll Best Western zum Branchenprimus Payback wechseln. Auch der Filialfachhändler Runners Point steigt Mitte November bei Payback ein. Wie



Happy Digits Zum 30. September steigen auch Partner wie Runners Point und Yello Strom bei dem Bonussystem aus.

sich Yello entscheidet, ist bis dato offen. Die Gesundheits-bunt-Apotheken werden ab 1. Oktober ein eigenes Kundenkartensystem anbieten. Sixt-Kunden können ihre Happy Digits-Karte in eine Sixt-Gold-Card umtauschen. Von CAP in Köln, der Betreibergesellschaft von Happy Digits, der war kein Statement zu erhalten. *lip*

Fotos: Marco Urban; Jean-Luc Valentin; Unternehmen