

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/25569/1076134/radikale-aenderungen-in-der-kommunikationslandschaft-fordern-die-branche-heraus> abgerufen werden.

# PR Club Hamburg e.V.

Radikale Änderungen in der Kommunikationslandschaft fordern die Branche heraus

01.11.2007 - 16:04 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

- Querverweis: Bild ist unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> abrufbar -

Am Mittwoch, 31. Oktober 2007, drehte sich auf der Veranstaltung des PR Club Hamburg alles um die Zukunft der Kommunikation. Im Hotel Louis C. Jacob diskutierten vor mehr als 150 Teilnehmern Dr. Bernd Buchholz (G+J-Zeitschriftenvorstand), Dr. Willms Buhse (Director Marketing Core Media AG), Carsten Neitzel (GF Radio Hamburg), Dr. Walter Richtberg (Medienkoordinator des Hamburger Senats), Dietrich Schulze van Loon (Molthan van Loon Communications Consultants GmbH und GPRA-Präsident) und Dr. Michael Trautmann (GF Kempertrautmann GmbH) über die Trends in der Kommunikationsbranche.

Gespannt verfolgten die Mitglieder und Gäste des PR Club Hamburg auf der seit Wochen ausgebuchten Veranstaltung "Die Zukunft der Kommunikation im 21. Jahrhundert" den Schlagabtausch zwischen den Spitzen der Kommunikationsbranche der Medienstadt Hamburg. Welche Medien werden infolge des sich wandelnden Mediennutzungsverhaltens vom Markt verdrängt? Welche Kommunikationsinstrumente gewinnen an Relevanz?

Alle Gesprächsgäste stimmten dahingehend überein, dass jede Mediengattung durch neue Technologien ihre spezifischen Chancen hat und sie wahrnehmen wird. Das Radio werde sich mit neuen digitalen Standards auf ein verändertes Mediennutzungsverhalten einstellen, so Carsten Neitzel. Er sieht im Zusammenwachsen von bewegten Bildern und Tontechnik vielfältige Möglichkeiten für sein Medium.

Dr. Bernd Buchholz setzt trotz der stagnierenden Mediennutzungszeit im Zeitschriftenmarkt auch künftig auf den Print-Bereich: "Die ursprünglichen Print-Marken müssen sich weiterentwickeln zu Medienmarken, bei denen Print- und Non-Print-Angebote sich wechselseitig ergänzen." Buchholz sieht die Journalisten auch künftig als Gatekeeper.

Als Vertreter des Web 2.0 machte Dr. Willms Buhse deutlich, dass die Vernetzung und die Empfehlung von Usern des world wide web einen immer höheren Stellenwert im Meinungsbildungsprozess einnehmen. Er beschreibt das Web 2.0 nicht als Technologie, sondern als Haltung.

Der Wechsel von der Push- zur Pull-Kommunikation bedeutet für die PR- und auch Werbebranche, dass die Zielgruppenansprache interaktiv gestaltet werden muss, um mit den Öffentlichkeiten und Verbrauchern auf allen Ebenen konstruktive Dialoge führen zu können. Glaubwürdigkeit und Transparenz bilden dabei die Basis der Kommunikation.

Durch die Förderung von Talenten möchte Dr. Walter Richtberg den Medienstandort Hamburg stärken, der einst durch Medienpersönlichkeiten groß geworden ist. Dabei soll dem multimedialen Mix der Kommunikation vermehrt Rechnung getragen werden.

Über den PR Club Hamburg e.V. :  
Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR in Norddeutschland. Er bietet mit seinen acht Veranstaltungsreihen praxisnahe Fortbildung und Networking für PR-Profis, Unternehmer und alle Interessierten. Unter seinem Claim "Hamburg macht PR" setzt er sich außerdem für eine Stärkung des traditionsreichen PR-Standorts Hamburg und für postgraduale PR-Ausbildungsgänge mit anerkannten Zertifizierungen ein.

Heute hat der PR Club Hamburg ca. 30 Firmenmitglieder, ca. 25

Sponsoren und Kooperationspartner, sowie ca. 130 Individualmitglieder und ist als gemeinnützig anerkannt.

@@infblk@@

Pressekontakt:  
Simone Hopf  
PR Club Hamburg e.V.  
Großer Grasbrook 15  
20457 Hamburg

Tel.: 040 / 36 09 76 30  
Fax: 040 / 36 09 27 50  
E-Mail: [sh@pr-club-hamburg.de](mailto:sh@pr-club-hamburg.de)

Originaltext:

PR Club Hamburg e.V.

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/25569/pr-club-hamburg-e-v>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_25569.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_25569.rss2)