

PR Club Hamburg e.V.

Agenda Setting - Wer besetzt die Themen?

26.11.2008 - 12:45 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

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

Zum Gespräch geladen waren auf der PR Club Hamburg-Veranstaltung am 24.11.2008 Rüdiger Ditz (Chefredaktion SPIEGEL ONLINE), Dr. Kai Gniffke (Erster Chefredakteur ARD-aktuell), Dr. Wilm Herlyn (Chefredakteur dpa), Matthias Iken (Stellvertretender Chefredakteur Hamburger Abendblatt) und Peter Turi (A-Blogger), um darüber zu diskutieren, welche Medien in Deutschland die Themen besetzen. Moderiert wurde die Veranstaltung von Dr. Martin Wilhelmi (Kommunikationsberater).

Mit der Vielfalt von Medienangeboten in Deutschland ist die Jagd nach Informationen verbunden. Die Beschleunigung der Medienwelt birgt Fehler. Wie bewegen sich die Medien in diesem Feld und wie gestaltet sich die Zusammenarbeit zwischen Journalismus und PR? Die Agenda entstehe wie eh und je, erklärt Rüdiger Ditz, neu sei jedoch, dass sie über immer mehr Lautsprecher verkündet würde. Von Politik, PR und Medien. Leitmedien komme dabei die Funktion zu, Menschen verlässliche Informationen und kluge Einordnungen zu bieten.

Dr. Kai Gniffke meint ebenfalls, dass in den kommenden Jahren journalistisches Ethos und handwerkliche Exzellenz immer bedeutsamer würden. Ein Problem sieht er in dem Interesse der Medien, dass eine Meldung "Karriere" machen soll. "Nicht selten wetteifern Kollegen aus anderen Medien danach, zitiert zu werden und versuchen, über die Tagesschau den Weg in die Nachrichten zu machen", so Dr. Kai Gniffke. Eine genaue Medienrecherche und eigene Bewertung der Nachrichten sei für den Journalismus unerlässlich, auch wenn es noch so zeitaufwendig sei.

Auch die dpa ist besonders sensibel, wenn es um fremde Quellen und Nachrichten geht. Ein PR-Text habe es beispielsweise bei der dpa extrem schwer. Er könne zwar auf Themen aufmerksam machen, erklärt Dr. Wilm Herlyn, aber die dpa bediene sich nicht aus dem Topf der PR. Matthias Iken spricht sich ebenfalls für eine klare Trennung zwischen PR und Journalismus aus. Eine Demarkationslinie zwischen diesen beiden Berufsfeldern müsse für die Leserschaft bestehen, aber auch nach innen für die Journalisten klar sichtbar bleiben. Jedoch könnten PR-Schaffende den Redaktionen gute Impulse für Themen geben und neue Aspekte eines Sachverhalts aufzeigen.

Peter Turi unterstreicht als Einziger aus der Runde die Bedeutung des User Generated Contents bei der Setzung der Themen. Web 2.0 bedeutet, dass jeder mitmachen kann ohne die Medien als Mittler zu nutzen. Das führe dazu, dass der aktive Webnutzer die gesamte Informationshierarchie auf den Kopf zu stellen und alte Autoritäten teilweise zu ersetzen vermag. Der Medienkonsument sei von der Rückbank auf den Fahrersitz gewechselt.

Über den PR Club Hamburg e.V.
Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR und verwandte Professionen in Norddeutschland. Im April 2000 von Dagmar Winklhofer-Bülou gegründet und bis heute geleitet, bietet er in 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. 35 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

Originaltext:

Pressemappe:

Pressemappe als RSS:

PR Club Hamburg e.V.

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

http://presseportal.de/rss/pm_25569.rss2