

PR Club Hamburg e.V.

Strippenzieher - Wie wird man Spin Doctor?

20.01.2010 - 10:21 Uhr, PR Club Hamburg e.V.

Hamburg (ots) -

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

Sie gelten als geheimnisvoll, allmächtig und unsichtbar. Was ist dran an dem Mythos des Strippenziehers im Hintergrund? Tim Arnold (Leiter der Landesvertretung von Nordrhein-Westfalen in Berlin und Ex-Sprecher Bertelsmann-Stiftung), Andreas Fritzenkötter (bis Dezember 2009 Leiter Unternehmenskommunikation Bauer Media Group und Ex-Kanzlerberater), Marcus Johst (Societät für strategische Medienberatung) und Michael Morant (Michael J. Morant - Strategische Kommunikation) diskutierten am 14.01.2010 im PR Club Hamburg unter der Moderation des Compliance- und Kommunikationsberaters Frank Sarfeld den Berufsstand des Spin Doctors.

Im Spannungsfeld zwischen Politik, Wirtschaft und Medien analysieren und beeinflussen die so genannten Spin Doctoren die öffentliche Meinung und werden häufig mit dem Vorwurf der undurchsichtigen PR in Verbindung gebracht. Wie funktioniert Spin Doctoring und wo liegt die Abgrenzung zur klassischen Imageberatung?

"Spin Doctoring ist eine bestimmte Art von Medienberatung, die darauf abzielt, Wahrnehmung gestaltbar zu machen und mit dem richtigen 'Dreh' gezielt zu steuern", erklärt Morant. Dabei komme es besonders auf die Kongruenz von kommunizierter Haltung und erlebbarer Handlung an, um nachhaltig glaubhaft zu sein. Zu seinem Job gehört, dass der Spin Doctor hinter den Kulissen und nicht auf der Bühne agiert. "Nicht der Spin Doctor soll für das Publikum strahlen, sondern derjenige, den er berät", führt Fritzenkötter aus. Daran sei nichts Unheimliches oder Bedrohliches.

Für Marcus Johst setzt gutes Spin Doctoring bei der Entwicklung stimulierender Nachrichten mit einem hohen emotionalen Brennwert an. "Redaktionserfahrung sei deshalb für den Einstieg in dieses Feld von hohem Nutzen. Für Diejenigen, die es eher in die Politik zieht, rät Tim Arnold, früh praktische Erfahrungen im Wahlkampf zu machen - möglichst auch in den USA und im Umfeld eines Spitzenpolitikers.

Über den PR Club Hamburg
Der PR Club Hamburg e.V. ist das branchenübergreifende Kommunikationsforum für die PR und verwandte Professionen in Norddeutschland. Im April 2000 von Dagmar Winklhofer-Bülow gegründet und über zehn Jahre aufgebaut, wird er heute von Torsten Panzer geleitet. Der PR Club Hamburg bietet in verschiedenen 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 40 Firmenmitglieder, 26 Sponsoren und Kooperationspartner sowie 111 Individualmitglieder.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Simone Hopf
PR Club Hamburg e.V.
c/o Hamburg@work e.V.
Habichtstraße 41
22305 Hamburg

Tel.: 040 / 36 09 76 30
Fax: 040 / 36 09 27 50
E-Mail: 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