

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 359 / 46. KW 2012

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 359. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 35 Einzelmeldungen):

1. *Er Häuptling, sie Indianer? Vorstellung einer Studie zur Feminisierung des Berufsfeldes PR*
2. *Schwarzer Tag für deutsche Printmedien - Prinz, FR und FTD vor dem Aus*
3. *Grüter wechselt von der Galeria Kaufhof zu Beiersdorf*
4. *Schleswig-Holsteinische Landtag erhält neuen Pressesprecher*
5. *OMV gestaltet Konzernkommunikation um*
6. *Christiane Schulz ist "Maverick of the Year"*
7. *Personalien compact - Agenturen (5) (46. KW-2012)*
8. *Personalien compact - Unternehmen (8) (46. KW-2012)*
9. *Personalien compact - Sonstige (3) (46. KW-2012)*
10. *Deutscher Tennis-Bund wechselt Pressesprecher*
11. *Etats compact (7) (46. KW-2012)*
12. *Vier Stiftungen erhalten Kommunikationspreis KOMPASS*
13. *BPRA bekennt sich zur Transparenz beim Lobbying*
14. *Branche compact (2) (46. KW-2012)*
15. *Medien compact (2) (46. KW-2012)*
16. *Best of Social Media Awards 2012*
17. *Wenn Social Media zur Zerreißprobe für PR-Teams wird*
18. *Deutsches Netzwerk Xing baut im Wettbewerb mit dem Branchen-Ersten LinkedIn auf Heimvorteil*

19. *Social Media compact (5) (46. KW-2012)*
20. *Gewinnt Online vor Print? Onl.Rep.Managem.: Wettbewerbsvorteile sichern, Konsumentenvertrauen stärken*
21. *Stefan Winterbauer: FR-Pleite - der Warnschuss für Print*
22. *Gerücht: Sparen bis zum Exitus*
23. *Pleil: Blogger verstehen und identifizieren*
24. *Bildung compact (2) (46. KW-2012)*
25. *Social Media Governance – hohe Relevanz, aber viele Hindernisse*
26. *Kienbaum-Studie: Employer Branding zahlt sich aus*
27. *Plank Center-Studie zeigt deutliche Veränderungen in der PR-Branche auf*
28. *Deutsche suchen im Internet Rat bei Gesundheitsfragen*
29. *Tipps compact - (1) (46. KW-2012)*
30. *Jobbörse*
31. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ-Team

Seite 1

Er Häuptling, sie Indianer? Vorstellung einer Studie zur Feminisierung des Berufsfeldes PR

Ein Blick in die Agenturen und Unternehmen Deutschlands zeigt: In der PR führen die Frauen – allerdings nur zahlenmäßig, denn eine weibliche Besetzung der Top-Managementpositionen ist noch immer die Ausnahme. Und doch gibt es eine Handvoll Frauen, die das obere Ende der PR-Karriereleiter in Agenturen und der Unternehmenskommunikation erreichen konnten. Wie ist es ihnen gelungen, die so genannte



„gläserne Decke“ zu durchbrechen? Und wie steht es um die männlichen Kollegen?

Um Antworten auf diese Fragestellungen zu finden, führten die GPRA (Gesellschaft Public Relations Agenturen), das "PR-Journal" und das PR Career Center, Düsseldorf gemeinsam mit zwei Studierenden des Instituts für Journalismus und Public Relations (Westfälische Hochschule Gelsenkirchen) eine Studie mit Kommunikations-Fachleuten in Deutschland durch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schwarzer Tag für dt. Printmedien - Prinz, FR und FTD vor dem Aus

Gleich drei traditionellen Printmedien in Deutschland droht das Aus. In Hamburg kündigte der Jahreszeiten Verlag an, das **Monatsmagazin Prinz mit der Dezemberausgabe** einzustampfen. Laut Verlag soll an die Stelle des Szeneführers eine erweiterte Onlineausgabe treten. Im Printbereich würde nur die Reihe *Prinz Top Guide* fortgesetzt werden.

Schlechte Nachrichten auch aus Frankfurt am Main: Für die **Frankfurter Rundschau** wurde der **Insolvenzantrag** gestellt. Dieser gilt für das gesamte Druck- und Verlagshaus Frankfurt am Main. Damit droht einer der traditionsreichsten deutschen Tageszeitungen das Ende, an der als Gesellschafter M. DuMont Schauberg, das SPD-Medienunternehmen Deutsche Druck- und Verlagsgesellschaft und die Karl-Gerold-Stiftung Anteile halten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Grüter wechselt von der Galeria Kaufhof zu Beiersdorf

Stefanie Grüter ist seit 1. November neue Leiterin Corporate Communications bei **Beiersdorf** in Hamburg. Dort berichtet sie an den neuen starken Mann **Sven Jacobsen**. Dieser hatte nach sechs Jahren an der Spitze der Unternehmenskommunikation der Media-Saturn-Gruppe in Ingolstadt erst im Oktober die Position des Vice President Corporate Communications bei Beiersdorf übernommen. Grüter kommt vom Kaufhauskonzern Galeria Kaufhof in Köln. Dort hatte die ehemalige Leiterin Corporate Affairs von Wal-Mart Germany seit Juli 2007 die Kommunikation geleitet. Bei der Galeria Kaufhof wird jetzt erst einmal Pressesprecher **Steffen Kern** die Unternehmenskommunikation kommissarisch leiten.

Schleswig-Holsteinische Landtag erhält neuen Pressesprecher

Jan Gömer (49) heißt der neue Pressesprecher des Schleswig-Holsteinischen Landtages sowie des Landtagspräsidenten in Kiel. Vor seinem jetzigen Wechsel in die Politik war Gömer im Journalismus fest verankert. So arbeitete er seit dem Jahre 2000 als Autor und Reporter für das Schleswig-Holstein-Magazin des NDR-Fernsehens. Zuvor war er Redakteur und Studioleiter beim Radio Schleswig-Holstein in Flensburg sowie Journalist beim Flensburger Tagblatt und den Schleswiger Nachrichten. Mit Gömer wechselt damit ein weiterer lang gedienter Journalist in die Politikkommunikation.



OMV gestaltet Konzernkommunikation um

Robert Lechner (37) ist seit Oktober neuer stellvertretender Pressesprecher beim österreichischen Energiekonzern **OMV** in Wien und damit zweiter Mann hinter **Johannes Vetter**, der die Pressestelle seit Anfang 2012 leitet. Der langjährige Wirtschaftsjournalist Lechner, zuvor u.a. Pressesprecher der Boston Consulting Group in Österreich, folgt auf **Sven Pusswald**, der wiederum die Leitung des Wiener Public Affairs-Büros übernommen hat. Zudem hat die Leiterin der OMV Konzernkommunikation, **Michaela Huber**, auch die Verantwortung für den Bereich Sustainability im Konzern übernommen. Die neue Abteilung "Corporate Communications & Sustainability" umfasst Media Relations, Internal & Public Relations, Advertising & Branding, Sponsoring, Events sowie Online.

Christiane Schulz ist "Maverick of the Year"

Christiane Schulz, Managing Partnerin von Ketchum Pleon und Standortleiterin des Berliner Büros, hat den *Stevie Award for Women in Business* gewonnen. In New York wurde sie in der Kategorie "Maverick of the Year" ausgezeichnet. Damit würdigte die Jury die nachhaltige Motivationskampagne "All in", die Schulz am Berliner Standort der Agentur initiiert und realisiert hatte. Der Stevie ist der weltweit erste Award für weibliche Führungskräfte, Unternehmerinnen oder Organisationen, die von Frauen geführt werden. Er ehrt Frauen, die dort herausragende positive Veränderungen erreicht haben.

Zu
schnell
für Ziele?

Kommunikations-
planung bei
Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

Personalien compact - Agenturen (5) (46. KW-2012)

1. Seit 1. November ist **Philipp Mann** neuer geschäftsführender Gesellschafter bei **mpm** und damit Partner des bisherigen Agenturgründers **Frank Bockius**. Der langjährige Geschäftsführer der Mainzer Kommunikationsagentur übernimmt damit die Verantwortung für das Tagesgeschäft in den drei Kernbereichen Financial Communications, Corporate Communications und Digital Publishing Solutions.
2. Die Kölner Agenturgruppe **bplusd** hat ihr Team mit fünf Nachwuchskräften verstärkt. **Günter Lewald**, Gesellschafter und Sprecher der Agenturgruppe, wird ab sofort von **Katrin Meyer** als Assistentin in den Bereichen New Business, Strategie und PR unterstützt. Meyer kommt von der Agentur Media Consulta. Seit Oktober gehört Motion Designer **Marc Lorne** zum Team, der zuvor u.a. Projekte für Red Bull und DMAX entwickelt hatte. Der Bereich Lifestyle wird künftig von **Maria Kim** als Junior Art Directorin unterstützt, während der Diplom-

Werbetexter **Alfredo Hirschfeld** und der Designer **Max Müller** als Junior Art Director zur Unit Marketing & Sales stoßen.

3. **Stefanie Sorge** ist neue Teamleiterin bei *Raike Kommunikation* am Hamburger Hauptsitz. Als Seniorberaterin übernimmt die studierte Kultur- und Wirtschaftswissenschaftlerin den Bereich Immobilien und Infrastruktur. Die gebürtige Hamburgerin hat seit 15 Jahren die Kommunikation von Unternehmen und Marken in den Bereichen eCommerce, Bauen und Wohnen sowie Tourismus gesteuert.
4. **Daniel Jörg** (33) steigt ab Januar bei *Farner Consulting* als Digital Strategist ein. Zudem wird er Mitglied der Geschäftsleitung in der Züricher Agentur. Jörg kommt von Burson-Marsteller. Dort hatte er zuletzt das digitale Kompetenzteam in der EMEA-Region geführt. Zuvor war er Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter der Abteilung Crossmedia in der Schweiz.
5. **Marina Stöcker** (32) verantwortet künftig die Beratung der Consumer-Kunden der internationalen *Kommunikationsagentur Hotwire PR* in Deutschland. Die langjährige Mitarbeiterin wird dazu die B2C-Teams an den Standorten Frankfurt und München leiten und an **Markus Hermsen**, Geschäftsführer von Hotwire in Deutschland, berichten. Stöcker arbeitet seit über fünf Jahren in der Kommunikation und betreut Kunden aus dem IT- und Technologie-Umfeld.

Personalien compact - Unternehmen (8) (46. KW-2012)

1. **Jan Burdinski** (43) wird künftig für die Lobby-Aufgaben von Opel verantwortlich sein. In seinem neuen Büro in Berlin folgt er auf **Volker Hoff**, der von Rüsselsheim zuletzt die politischen Beziehungen mitprägte und inzwischen nach Querelen das Unternehmen verlassen hat. Burdinski leitete zuletzt die Agentur Berlin Kommunikation - gemeinsam mit der ehemaligen niedersächsischen SPD-Abgeordnete **Monika Griefahn** und dem



2. Ex-FDP-Mann **Christoph Waitz**. **Urs Frei** ist neuer Interim-Kommunikationschef beim Beschichtungshersteller *Oerlikon Balzers* in Balzers, Liechtenstein. Er folgt auf **Aurel Hosennen**, der das Unternehmen zum Ende des Jahres verlassen wird. Frei hatte zuletzt die Konzernkommunikation der Georg Fischer AG im schweizerischen Schaffhausen geleitet.
3. **Steffen Kern** (49) ist kommissarischer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei *Galeria Kaufhof* aufgestiegen. Der bisherige Pressesprecher folgt auf **Stefanie Grüter**, die das Unternehmen verlassen hat. In seiner neuen Position berichtet Kern an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Lovro Mandac**.
4. **Uta Roseano** (33) ist PR-Managerin bei *Löwen Entertainment* in Bingen am Rhein. Sie verantwortet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die interne Kommunikation. Zuvor hatte Roseano seit September 2009 den Bereich PR und Kommunikation und damit die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die interne Kommunikation der GE Capital Bank in Mainz verantwortet.

5. **Andreas Pütz** (44) ist neuer Director Group Communication der *Dorma Gruppe* in Ennepetal. In dieser Position fungiert er als Unternehmenssprecher und ist für die externe und interne Unternehmenskommunikation verantwortlich. Pütz, der seit Januar 2010 als Director Corporate/Finance für Burson-Marsteller tätig war, berichtet an **Katharina Pahl**.
6. **Claudia Hajdinyak** ist neue Communications Manager Public Affairs bei *Pfizer* in Wien. Bislang war sie als Internal Communications Manager für die interne Kommunikation verantwortlich. Sie folgt auf **Christine van den Brink-Dunai**, die das Unternehmen verlassen hat. Die Pharmaexpertin berichtet künftig an **Claudia Handl**, die den Public Affairs-Bereich bei Pfizer Austria leitet.
7. **Mike Helmy** ist bei *Saab Gripen* im schweizerischen Thun eingestiegen. Dort soll der erfahrene Print- und TV-Journalist die Kommunikation und die Medienarbeit für den Kampfjet Gripen steuern. Flankierend betreut wird das Unternehmen in der Schweiz von der Kommunikations- und Wirtschaftsberatung Hirzel Neef Schmid Konsulenten.
8. **Ralph Fürther** (48) ist zum Vice President Consumer Communications von *Sky Deutschland* in Unterföhring aufgestiegen. Bereits seit Mitte 2011 leitete der frühere Sat.1- und Eurosport-Mann diesen Bereich als Direktor. Fürther, seit 1999 bei Sky, berichtet an **Wolfram Winter** (49), der seit Dezember 2010 als Executive Vice President Communications beim Unternehmen fungiert.

Personalien compact - Sonstige (3) (46. KW-2012)

1. **Mihaela Djuranovic** (38) heißt die neue Referentin Presse und Medien beim *Arbeiter-Samariter-Bund* in Berlin. In der neu geschaffenen Position berichtet sie an **Gudrun Schattschneider**, die Leiterin der Hauptstadtrepräsentanz.




TAGUNG

INTERNE KOMMUNIKATION 2012
VOM MAUERBLÜMCHEN ZUR
WICHTIGSTEN PR-DISZIPLIN?

21. und 22. November 2012 | Düsseldorf

Referenten (Auswahl):
Rainer Berghausen Celesio
Pit Hansing Infineon Technologies
Silke Hauber Carl Zeiss
Stefan Haver Evonik Industries
Dr. Antje Lüssenhop Deutsche Bahn
Annekathrin Prinz Commerzbank
Petra Röthlein Flughafen München
Bernd Stähler Deutsche Post DHL
Henriette Viebig RWE
Michael Wegscheider Allianz Deutschland
Johannes Winter Condor Flugdienst

- Djuranovic war zuvor lange Jahre Pressesprecherin des Estrel Hotel & Convention Centers in Berlin.
2. **Susann Kobienia** (29) verstärkt die Pressestelle der CDU-Landtagsfraktion in Nordrhein-Westfalen. Die Brandenburgerin war bereits zuvor als wissenschaftliche Referentin im Landtag tätig. Kobienia unterstützt als stellvertretende Pressesprecherin das Team der Stabsstelle Strategie, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Sie folgt auf **Axel Bäumer**, der zur Unterstützung des Wahlkampfs als stellvertretender Parteisprecher für ein Jahr in die Zentrale der CDU-Bundespartei nach Berlin gewechselt ist.
3. **Sergius Seebohm** (38) kommuniziert ab dem 1. Dezember als Communication Director Germany für *Change.org* in Berlin. Die Stelle bei der weltweit größten und dezentralen Petitions-Plattform wurde neu geschaffen. Der Politologe kommt von der entwicklungspolitischen Organisation ONE, wo er die letzten fünf Jahre die Kommunikation verantwortet hatte.

Etats

Deutscher Tennis-Bund wechselt Pressesprecher

Die Agentur **JPH Promotion** wird künftig die Öffentlichkeitsarbeit des *Deutschen Tennis Bundes (DTB)* mit Sitz in Hamburg betreuen. Schon in den Jahren 1984 bis 2000 hatte der Chef der Agentur, **Jens-Peter Hecht**, die Medienarbeit des Verbandes als Pressesprecher geführt. JPH Promotion übernimmt künftig die Arbeit des langjährigen Pressesprechers **Oliver Quante**, von dem sich der DTB im Rahmen der Neuausrichtung des Verbandes getrennt hat.

Etats compact (7) (46. KW-2012)

1. Fuhse & Rösch, Hamburg
was: *PR-Beratung zur Kommunikation des Getränks Vodka Bazic*
an: **PREventas**, Hamburg
2. Monotype Imaging Gruppe, Bad Homburg
was: *Medienarbeit zur Unternehmenspositionierung auf dem deutschsprachigen Markt*
an: **Maisberger**, München
3. viagogo, Zürich
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den deutschen Markt*
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg
4. Tourismusverband Paznaun-Ischgl (Au)
was: *PR-Mandat für den schweizer Markt*
an: **Primus Communications**, Wien/Zürich
5. Datagroup, Stuttgart
was: *Medienarbeit über Themensetting sowie Social Media Aktivitäten*
an: **Storymaker**, Tübingen
6. Strax, Troisdorf
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades*
an: **Sputnik**, Münster
7. dotbooks, München
was: *Pressearbeit für das eigene Buchprogramm*
an: **Gabriele Becker Agentur**, München



Mediendatenbank für Deutschland, Österreich und die Schweiz

Branche

Vier Stiftungen erhalten Kommunikationspreis KOMPASS

Der **Bundesverband Deutscher Stiftungen** hat vier Stiftungen für ihre vorbildliche Öffentlichkeitsarbeit mit dem *Kommunikationspreis KOMPASS* ausgezeichnet. Insgesamt hatten sich 84 Stiftungen für die bundesweit einzige Auszeichnung für Stiftungskommunikation beworben. Die Preisverleihung fand am heutigen Abend im Museum für Kommunikation in Berlin statt.

In der Kategorie Gesamtauftritt gewann die *Naturstiftung David* aus Erfurt, die seit 1998 Umweltinitiativen in Ostdeutschland fördert. Die karitative Stiftung *St. Franziskus Heiligenbronn* (Schramberg-Heiligenbronn) erhielt für ihre mehrjährige Spendenkampagne „Wir machen Schule. Machen Sie mit.“ zum Neubau einer Schule für sinnesbehinderte Kinder den Preis in der Kategorie Projektkommunikation. In der Kategorie Einzelne Kommunikationsmaßnahme siegte der *NaturSchutzFonds Brandenburg* aus Potsdam mit dem Abenteuer-Kinderbuch „Lilian und Fräulein Azuré im Land der Moore“. Einen Sonderpreis für den besten Jahresbericht – und dies im Westentaschenformat – erhielt zudem die *Bürgerstiftung Braunschweig*, die sich damit bereits zum zweiten Mal über einen KOMPASS freuen kann.

BPRA bekennt sich zur Transparenz beim Lobbying

Der **Bund Schweizer Public Relations Agenturen** hat sich in einem **Positionspapier** zur Transparenz beim Lobbying in der politischen Interessenvertretung klar bekannt. Bei einer Mitgliederversammlung befürwortete der BPRA eine offizielle Akkreditierung für Lobbyisten, ein öffentlich zugängliches Lobbyisten-Register und die Offenlegung der beim Lobbying vertretenen Mandate. Das Positionspapier, in dem die Maßnahmen für eine erhöhte Transparenz beim Lobbying im Detail beschrieben werden, lässt sich unter www.bpra.ch herunterladen bzw. nachlesen.

Branche compact (2) (46. KW-2012)

1. Für das kommende Jahr hat der **ADC** seinen Wettbewerb um eine **neue Kategorie** erweitert. In der 49. Ausgabe werden unter dem Juryvorsitzenden Jean-Remy von Matt erstmals auch Arbeiten aus dem Bereich **Branded Content/PR** ausgezeichnet. Einsendeschluss ist der 5. Februar 2013.
2. **Edelman Deutschland baut ihre Kompetenz in Branded Content und Visual Storytelling aus.** So hat die weltweit größte inhabergeführte PR-Agentur in Deutschland **Edelman Studios** gegründet. Damit will sie Kunden vor allem in den Bereichen Film und TV, Product und Content Placement sowie Events und Entertainment von der Strategie über die Produktion betreuen.

Medien

Medien compact (2) (46. KW-2012)

1. Für die nordrhein-westfälische Landesregierung sind es

Beratungskosten, für die Opposition ist es Regierungs-PR: Rund fünf Millionen Euro hat die Regierung ausgegeben, um sich von Kommunikationsagenturen helfen zu lassen. Darüber berichtet *die Kölnische Rundschau*. Damit ergänzt sich innerhalb kürzester Zeit eine Diskussion. So war bereits im September auf eine Anfrage *bekannt geworden*, dass die Landesregierung in den vergangenen anderthalb Jahren rund 3,5 Millionen Euro für ihre Öffentlichkeitsarbeit in Print- und Onlinemedien ausgegeben hatte.

2. Der diesjährige **New Media Journalism Award 2012** geht an das österreichische *Online-Magazin paroli*. Mit diesem mit 4.000 Euro dotierten Preis zeichnet der Österreichische Journalisten Club hervorragende journalistische Leistungen im Bereich des Online-Journalismus aus. Das von jungen Journalisten gestaltete Magazin *paroli* setzt sich inhaltlich mit Politik, Gesellschaft und Kultur auseinander und sucht nach neuen Wegen in der web-basierten Aufarbeitung dieser Themen.

Social Media

Best of Social Media Awards 2012

In Hamburg wurde der "Best of Social Media Award 2012" in drei Kategorien verliehen. Zur "einflussreichsten Social Media Persönlichkeit des Jahres 2012" wurden Ex-Schalker Fußballspieler Hans Sarpei und der Blogger Johnny Haeusler ernannt. In dem Bereich "Strategie" konnte sich die A1 Telekom Austria AG durchsetzen. Die Kategorie "Beste Social Media Kampagne" entwickelte die Agentur Faktor 3 für Tourism Australia. Die Aktion "Miles per Answer" konnte die Jury mit "Authenzität" und "hohem Nutzwert" überzeugen.

Den Artikel in der w&v vom 13. November [hier online lesen](#).

Wenn Social Media zur Zerreißprobe für PR-Teams wird

An Social Media geht kein Weg vorbei. Das gilt besonders für die Kommunikationsbranche. Von PR- und Marketing-Fachleuten wird erwartet, dass sie den Umgang mit Social Media beherrschen und Kunden in diesem Bereich kompetent beraten. Doch im Beratungsalltag kann Social Media Zündstoff in die Zusammenarbeit von Beratungsteams bringen: Nicht selten treffen hier Teammitglieder mit erstaunlich unterschiedlicher Social-Media-Affinität aufeinander. Auch wenn die älteren Kollegen – die sogenannten Digital Immigrants – sich immer häufiger in den sozialen Netzwerken bewegen, sind die jungen Nachwuchskräfte hier meist im Vorteil: Die ab 1980 geborenen Digital Natives sind mit dem Internet aufgewachsen und haben die neuen Kulturtechniken des Netzes von Beginn an gelebt. Social Media ist für sie Alltag.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsches Netzwerk Xing baut im Wettbewerb mit dem Branchen-Ersten LinkedIn auf Heimvorteil

Das professionelle Netzwerk Xing, Hamburg will den großen Rivalen LinkedIn mit neuen Angeboten für Firmenkunden und Premiumnutzer auf Distanz halten und künftig wieder kräftiger wachsen. Das Hamburger Unternehmen werde beim Geschäft mit der aktiven Personalsuche über soziale Netzwerke "richtig Gas geben", erklärte der neue Xing-Vorstandschef Thomas Vollmoeller im Interview mit dem Wirtschaftsmagazin 'Capital' (Ausgabe 12/2012, EVT: 15. November). Vollmoeller, der Mitte Oktober an die Spitze von Xing rückte, räumte im 'Capital'-Interview ein, dass der Konkurrent aus den USA dies "sehr erfolgreich" vormache. Der Branchen-Erste LinkedIn bietet

Personalmanagern schon seit einigen Jahren Software-Lösungen an, mit denen die Nutzerprofile im Netzwerk systematisch durchsucht werden können, um geeignete Kandidaten zur Besetzung offener Stellen zu finden. LinkedIn macht in diesem Firmenkundengeschäft mittlerweile mehr als die Hälfte des Umsatzes und ist damit weltweit führend. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (5) (46. KW-2012)

1. **B2B-Wertschöpfungsprozesse** verändern sich durch die zunehmende Digitalisierung und die damit einhergehende globale Vernetzung enorm. Der Endkunde spielt dabei eine immer bedeutendere Rolle. Dieses Thema aufgreifend stellte der Münchner Kreis auf dem IT-Gipfel die **Sonderpublikation „Zukunftswerkstatt 2012“** vor, die die Ergebnisse und Denkanstöße von 50 Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammenfasst. → Pressemitteilung und Publikation bei [tns-infratest.com](#)
2. In Berlin fand die depak-Tagung "Social Media Relations" statt. Als einer der Referenten hat Volker Gaßner (Greenpeace) seine **Präsentation "Crowdsourcing - die Intelligenz der Massen nutzen"** auf [Slideshare](#) zur Verfügung gestellt.
3. **Starkes Twitter-Wachstum in Deutschland:** Laut Webevangelisten stieg die Anzahl aktiver deutscher Twitter-Accounts im letzten Jahr um 50 Prozent. Aus stummen Followern werden aktive Nutzer. → Artikel bei [t3n.de](#)
4. Blogger Relations: **Tchibo Blogparade unter Foodbloggern** zum Thema Kekse → Beitrag im [Tchibo Blog](#)
5. Kraft Foods vergibt **personalisierte Tassimo Kaffeemaschinen an Blogger** → Artikel bei [wuv.de](#)

Reputation Management

Gewinnt Online vor Print? Onl.Rep.Management: Wettbewerbsvorteile sichern, Konsumentenvertrauen stärken

(cw) Studien belegen: Die Kaufentscheidung fällt heutzutage verstärkt in den Social Media und in Online-Medien – klassische Werbe- und PR-Kanäle verlieren zunehmend an Relevanz und Reichweite. Erst die aktuelle Nachricht, dass die renommierten Medien *Prinz*, *FTD* und *Frankfurter Rundschau* kurz vor dem Aus stehen, könnte ein weiterer Beweis für diese Entwicklung sein. Nach Meinung des Anbieters "OnlineMarketingBerater" benötigt es allerdings der richtigen Strategie, damit digitales Reputation Management und Präsenz in Social Networks, Blogs und Portalen auch zum Erfolg führt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Stefan Winterbauer: FR-Pleite - der Warnschuss für Print

Warum die Zeitungsbranche jetzt aufwachen sollte. Nachdem sich der erste Schock über die Pleite der Frankfurter Rundschau gelegt hat, ist die Zeitungsbranche eifrig damit beschäftigt, sich selbst baldrian einzufloßen. Management-Fehler, regionale Besonderheiten, Gratis-Kultur werden als Gründe für die Pleite herangezogen. Das mag größtenteils stimmen. Es stimmt aber auch, dass hinter den Besonderheiten der FR-Pleite die tiefer liegende Strukturkrise der Tageszeitungen sichtbar wird. Für die behäbige Branche sollte das Schicksal der FR ein Wecksignal sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Sparen bis zum Exitus

(nsb) Im Jahr 1928 schrieb Erich Kästner in seinem Gedicht „Ansprache an Millionäre“:

„Der Mensch ist schlecht. Er bleibt es künftig.

Ihr sollt euch keine Flügel anheften.

Ihr sollt nicht gut sein, sondern vernünftig.

Wir sprechen von Geschäften.

Ihr helft, wenn ihr helft, nicht etwa nur ihnen.

Man kann sich, auch wenn man gibt, beschenken.

Die Welt verbessern und dran verdienen -

das lohnt, drüber nachzudenken.“



Seit Dienstag, 12 Uhr, suchen die Eigentümer der „Frankfurter Rundschau“ (FR) dringend einen Investor – es müsste schon ein vielfacher Millionär sein – der die traditionsreiche Zeitung rettet. Wenn dies nicht gelingt, wird es die FR im nächsten Jahr nicht mehr geben.

Das Kästner-Gedicht wird heute kaum noch jemand kennen. Und sein Anspruch wird wohl erst recht nur von ganz wenigen Wohlhabenden geteilt – Geld geben, um die Welt zu verbessern. Dabei ginge es hier sogar nur um den Erhalt einer wichtigen Stimme im deutschen Journalismus; noch dazu einer Stimme aus dem linken Milieu. Nein, es besteht kaum Hoffnung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Pleil: Blogger verstehen und identifizieren

Thomas Pleil, Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt in den Studiengängen Online-Journalismus und Wissenschaftsjournalismus., hat in seinem Blog "Das Textdepot" in zwei wirklich lesenswerten Folgen über das Verhältnis von Bloggern und

Journalisten geschrieben. Bitte hier online nachlesen. [Teil 1](#) (14. November) + [Teil 2](#) (17. November).

Vor den Blogger Relations kommt das Verständnis von Bloggern. Genauso wichtig ist es, aus PR-Sicht festzustellen, mit wem man sich überhaupt unterhalten beziehungsweise Beziehungen aufbauen sollte, um im Social Web Unternehmensziele besser zu erreichen. Deshalb hat mir gut gefallen, dass auf der Fachtagung Social Media Relations der Deutschen Presseakademie in Berlin Anfang dieser Woche diesen Fragen viel Raum gegeben wurde. Ich hatte dabei die schöne Aufgabe bekommen, zu erklären, wie Blogger denn eigentlich ticken. Im Zug habe ich mir noch ein paar Gedanken zum Identifizieren relevanter Blogger beziehungsweise Influencer im Social Web gemacht. Hierzu möchte ich ein kleines Modell zur Diskussion stellen und ggf. in der Lehre einsetzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (2) (46. KW-2012)

1. Das **neu erschienene Gesamtprogramm der scm**, Berlin gibt einen umfassenden Überblick über das Weiterbildungsprogramm 2013. Unter dem Motto "aus der Praxis für die Praxis" vermitteln die erfahrenen Trainer nicht nur theoretische Kenntnisse, sondern geben in Intensivkursen, Seminaren und auf den Praxistagen stets wertvolle Tipps aus ihrem Berufsalltag. Mit **Social Media als internes "Veränderungsprojekt"** startet die scm in das neue Jahr. So finden am 6./7. März 2013 in Frankfurt die **Praxistage Interne Kommunikation 2.0** statt – zwei intensive Workshoptage zu neun verschiedenen Themen. Am 19./20. März 2013 finden dann zum dritten Mal die **Social Media Praxistage**

statt. Aber auch den klassischen Themen aus Interner Kommunikation und Public Relations bleibt die scm mit einem breit gefächerten Angebot an Weiterbildungsmaßnahmen treu. www.scmonline.de.

2. 382.000 in Deutschland lebende Menschen haben 2011 an einem Fernunterrichtsangebot teilgenommen. Dies belegt die aktuelle Studie **"Fernunterrichtstatistik 2011"** des [Fachverbandes Forum DistanceE-Learning](#) mit Sitz in Hamburg. Seit dem Jahr 2000 ist die Teilnehmeranzahl damit um über 62 Prozent gestiegen. Den größten Bereich bildete das akademische Fernstudium mit fast 133.000 Personen mit Fokus auf Angebote aus den Bereichen Wirtschaft, Freizeit und Gesundheit sowie schulische Lehrgänge.

Studien

Social Media Governance – hohe Relevanz, aber viele Hindernisse

Wie werden sich die Rahmenbedingungen für Social-Media-Kommunikation in deutschen Organisationen künftig entwickeln? Dieser zentralen Forschungsfrage geht die Studie „Social Media Delphi 2012“ nach, die am Donnerstag veröffentlicht wurde. Das Studienprojekt aus der Zusammenarbeit der Universität Leipzig mit Fink & Fuchs Public Relations (Wiesbaden) und dem Magazin *pressesprecher* (Berlin) kombiniert eine Befragung von 860 Kommunikationsmanagern in Unternehmen, Institutionen und Non-Profit-Organisationen mit einer zweistufigen Delphi-Befragung von 32 führenden Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft. Der Berichtsband bildet den Abschluss unserer dreijährigen Studienreihe „Social Media Governance“. Neben Ergebnissen zum Status quo liefert er Trendaussagen sowie Handlungsempfehlungen für die Praxis.

Die Kernergebnisse lesen und die Studienergebnisse herunterladen ist [hier im Newsroom von Fink & Fuchs PR](#) möglich.

Kienbaum-Studie: Employer Branding zahlt sich aus

Gezielte Employer Branding-Maßnahmen zahlen sich das Arbeitgeberimage und die Rekrutierung von Unternehmen aus. Dies ist das Ergebnis der Kienbaum-Studie "HR Strategie & Organisation". In der jetzt erschienenen sechsten Ausgabe hatte die Gummersbacher Managementberatung 240 Unternehmen verschiedener Größen und Branchen im deutschsprachigen Raum mit Fokus auf Employer Branding befragt.

81 Prozent der Studienteilnehmer sind sich einig, dass eine überdurchschnittliche Arbeitgeberattraktivität in Zukunft ausschlaggebend für den Erfolg eines Unternehmens insgesamt sein wird. In diesem Kontext haben auch HR-Business-Partner an Standing gewonnen: 61 Prozent kommunizieren auf Augenhöhe mit dem Management und haben sich somit als strategischer Partner des Managements positioniert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Plank Center-Studie zeigt deutliche Veränderungen in der PR-Branche auf

Das Social Web sowie der Druck durch immer schnellere Real-Time-Informationen haben gravierende Auswirkungen auf die Tätigkeit heutiger Public Relations-Berater. Zu diesem Ergebnis kommt eine breit angelegte, internationale Studie des [Plank Center for Leadership in Public Relations an der US-amerikanischen Universität Alabama](#). Dieses hatte dazu fast 4.500 PR-Profis in insgesamt 23 Ländern nach ihren Einschätzungen befragt. Als besondere Herausforderungen für PR-Leute

aus den digitalen Veränderungen wurden insbesondere vier Punkte identifiziert: Den Umgang mit Anzahl und Geschwindigkeit von Informationen (23 Prozent), die Bedeutung von Social Media insgesamt (15 Prozent), die Verbesserung der Messbarkeit (12 Prozent) sowie die Reaktion auf sich rasant entwickelnde Krisen (12 Prozent). Gleichzeitig hat die Studie gravierende Veränderungen im Beruf aufgezeigt. So wird dieser heute bereits zu mehr als 70 Prozent von Frauen ausgefüllt, die gleichzeitig immer stärker in die Führungspositionen vordrängen. Weitere detaillierte Informationen zu den Studienergebnissen finden sich auf [der Website der University of Alabama](#).

Deutsche suchen im Internet Rat bei Gesundheitsfragen

Die Dominanz des Internets als Informationskanal für Verbraucher, die an Gesundheitsfragen interessiert sind, setzt die deutsche Ärzteschaft zunehmend unter Druck. Zu diesem Ergebnis kommt die diesjährige Gesundheitsstudie der Frankfurter Kommunikationsberatung [MSL Germany](#), die in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut Skopos das Informationsverhalten der Deutschen zu Gesundheitsfragen erforscht hat. Bereits 74 Prozent der Befragten recherchieren im Internet zu Gesundheitsthemen. 37 Prozent nutzen die Informationen, um auf Augenhöhe mit ihrem Arzt zu sein. Fast ein Fünftel der Bevölkerung informiert sich, um so bei leichten Erkrankungen sogar gänzlich auf den Arztbesuch verzichten zu können. Die Ergebnisse der MSL-Gesundheitsstudie 2012 lassen sich [hier herunterladen](#).

Tipps

Tipps compact - (1) (46. KW-2012)

1. Das Beratungsunternehmen *Absolit Consulting* hat die **Studie "E-Mail-Marketing-Software"** publiziert. In mehr als 400 Kategorien werden darin Software-Lösungen von mehr als 20 führenden Anbietern verglichen. Auf diese Weise sollen sich Interessierte künftig bei der Suche nach dem richtigen System besser informieren können, worauf es beim Versand professioneller E-Mailings ankommt. Die Studie, die jetzt in der 3. Auflage vorliegt, kann [über die Website](#) für 1.200 Euro bestellt werden.

Jobangebote

Hier gibt es die Liste der aktuell in unserer Jobbörse stehenden Gesuche und Angebote.

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (51)

Volontariat/Trainee

Die 21 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *PR-Berater (m/w) Bereich Technologie, Grayling Deutschland GmbH, Düsseldorf*

- *PR-Berater (m/w) Corporate Communications, München*
- *PR-Berater (m/w) Marke, München*
- *salaction public relations sucht Empfangssekretär/in, Hamburg*
- *Berater (m/w) mit Persönlichkeit und Profil gesucht, Düsseldorf*
- *Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)*
- *PR-Junior-Berater Wirtschaft/Finanzen (m/w), Hamburg*
- *PR-Assistent/in, Hamburg*
- *PR Berater (m/w) Tourismus, Gesundheit in München bei COMEO*
- *Junior PR-Berater (m/w) Mode & Lifestyle, München*
- *Unitleiter Public Relations (m/w), Stuttgart*
- *Spass an Technik? Berater/in gesucht, Frankfurt a.M.*
- *Account Manager PR (m/w) Schwerpunkt Produkt- und Unternehmenskommunikation, Hamburg*
- *Consultant (m/w) / Senior Consultant (m/w) Consumer PR, Stuttgart*
- *Brand PR-Berater (m/w) für CrossPR Düsseldorf*
- *Junior PR-Berater (m/w) für CrossPR Düsseldorf und Hamburg*
- *Senior Kundenberater (m/w), Berlin*
- *Junior-Projektmanager Public Relations, Mainz*
- *PR Berater (w/m), München*
- *PR-Redakteur/in ITK und Technologie, Köln*
- *PR-Berater(in) Schwerpunkt Social Media, Köln*

Unternehmen

- *Projektmanager (m/w) Sponsoring/Anzeigenakquise, Leipzig*
- *International PR Manager (m/w), München*
- *Mitarbeiterin oder Mitarbeiter im Bereich Unternehmenskommunikation, Gelsenkirchen*
- *Texter (m/w), München*
- *Public Relations-Manager D/A/CH (m/w), München*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Sonntag, 18. November 2012 – 22:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **11.619 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Dominik Ruisinger (dr), Berlin (ruisinger[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Schebens Karriererat"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (strubberg[at]pr-journal.de).

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]achelis.com); **München/Bayern:** Prof. Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Brandenburg:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de);

Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** N.N.; **freie Themenwahl:** Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Sascha Stoltenow, Waldems (Bendler-Blog) (stoltenow[at]pr-journal.de);

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen Serviceseite dokumentiert: www.pr-journal.de/fotos.html.

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

Autoren + Rezensenten 2012: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Die Gesichter + Infos zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir hier auf unserer [Serviceseite dokumentiert](#).

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: [anzeigen\[at\]pr-journal.de](mailto:anzeigen[at]pr-journal.de).

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail: [redaktion\[at\]pr-journal.de](mailto:redaktion[at]pr-journal.de), [gerhard\[at\]pfeffer.de](mailto:gerhard[at]pfeffer.de)

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>; <http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-portal.de>.