

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 369 / 06. KW 2013

Zur Info: Am Donnerstag, 14. Februar 2013 übersenden wir an die Agenturen unserer PR-Datenbank die Aufforderung zur Eintragung der Daten fürs **PR-Ranking 2012**.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 369. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 56 Einzelmeldungen):

1. *Rolke: Die deutsche Blogosphäre ist im Kommen*
2. *Jobangebot für das „Krümelmonster“*
3. *So kommen Sie an die Themenpläne der Redaktion*
4. *LobbyControl: Intransparentes Wahlkampf-Blog für Steinbrück inakzeptabel - Aus für peerblog.de*
5. *Serviceplan Gruppe trauert um Mitbegründer Rolf O. Stempel*
6. *Personalien compact - Unternehmen (6) (06. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Sonstige (10) (06. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Agenturen (12) (06. KW-2013)*
9. *We do setzt weltweite DAAD-Kampagne fort*
10. *Zucker.Kommunikation gewinnt Produkt-PR Etat von Jack Wolfskin*
11. *Etats compact (10) (06. KW-2013)*
12. *Neue B+D Agentur für Gesundheitsmarkt*
13. *Automotive PR-Netzwerk mit neuen Partnern in Polen und Südafrika*
14. *Branche compact (3) (06. KW-2013)*
15. *Stühlerücken in der „Bild“-Chefredaktion*
16. *Deutscher Presserat legt Jahresbilanz 2012 vor*
17. *Medien compact (4) (06. KW-2013)*
18. *Mit Online-PR erfolgreich Kundenbeziehungen aufbauen*
19. *Kundenservice: Warum Social Media die Zukunft gehört*
20. *Jens Stoewhase: 15 Denkanstöße für die digitale PR-Arbeit*
21. *Social Media compact (4) (06. KW-2013)*

22. *Auch PR-Berater brauchen mal ne Pause*
23. *Zusatzausbildung Finanzkommunikation*
24. *Soziale Netzwerke als Werkzeug für blinde und sehbehinderte PR-Berater*
25. *Bildung compact (1) (06. KW-2013)*
26. *Weber Shandwick legt zweiten Teil der New Realities-Studie vor*
27. *Studie: Trends im E-Mail-Marketing abgefragt*
28. *Studien compact (1) (06. KW-2013)*
29. *EHI PR-Kongress am 26./27. Februar in Köln*
30. *Termine compact (1) (06. KW-2013)*
31. *Tipps compact (3) (06. KW-2013)*
32. *Neues Fachbuch erschienen: Corporate Reputation Management*
33. *Literatur compact (1) (06. KW-2013)*
34. *Jobbörse*
35. *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

Rolke: Die deutsche Blogosphäre ist im Kommen



In diesen Tagen haben Lothar Rolke und Andrea Beyer – beide Professoren von der FH Mainz – ihre aktuellen Recherchen zur deutschsprachigen Blogger-Szene unter dem Titel „Deutschland Deine

Blogger. Ein persönlicher Report aus der Blogosphäre“ veröffentlicht. Ihre Studenten haben außerdem 35 deutsche Blogger portraitiert. Das "PR-Journal" sprach mit Lothar Rolke (Foto) über ihre Bedeutung, Geldverdienen mit Blogs und künftige Entwicklungen.

PR-Journal: *Sie haben sich die deutsche Blogosphäre mit ihrer Kollegin und Studierenden genauer angeschaut – was haben Sie entdeckt? Eine neue publizistische Macht oder doch nur eine*

Ansammlung aus Idealisten und Mächtigen-Publizisten?

Lothar Rolke: Zunächst, weltweit wächst die Blogosphäre rasant. In nur drei Jahren – von 2008 bis 2011 – stieg ihre Anzahl laut Nielsen von knapp 79 auf 173 Millionen. Das ist mehr als eine Verdopplung. In Deutschland hingegen ist eher Stagnation zu beobachten. Auch die Zahl der gelegentlichen Blogleser dümpelt seit einigen Jahren bei einer knappen Million. Doch die deutschen Blogger haben sichtbar an Substanz gewonnen und sind professioneller geworden. Das hat uns überrascht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebot für das „Krümelmonster“

Manchmal irren schon ungewöhnliche Geschichten durch die Medien. Das Hannoveraner „Krümelmonster“ ist ein gutes Beispiel dafür. Doch als wäre die Geschichte nicht schon skurril genug, treibt sie jetzt in einer Fortsetzung weitere Blüten ganz besonderer Art. Wie der Online-Dienst ShortNews aus Regensburg berichtet, haben die Firmen Brand-Building- und die Designagentur Flaechenbrand aus Wiesbaden eine Anzeige aufgegeben, worin sie dem "Krümelmonster" einen Job als PR-Berater anbieten. Die Stellenausschreibung lautet: „Du hast aus einem Keks eine Geschichte gemacht, über die ganz Deutschland spricht. Wir lieben gute Geschichten - deshalb wollen wir Dich haben und zwar ab sofort!“

So kommen Sie an die Themenpläne der Redaktion

Redaktionen von Fach- und Publikumszeitschriften aber auch Online-Portale und Tageszeitungen veröffentlichen Specials zu bestimmten Themengebieten. Wer die Themenplanung der Medien kennt, kann daraus wichtige Vorteile für die Pressearbeit ziehen. Wie

 **AUSSCHNITT**
MEDIENBEOBACHTUNG

**DAS
ENTSCHEIDENDE
WISSEN**

Sie an die Themenpläne der Fachredaktionen gelangen, lesen Sie hier.

Reisemagazine stellen bestimmte Regionen vor, Wissensportale widmen sich einzelnen Branchen, ganze Beilagen erscheinen womöglich zu Ihren Themen, ohne dass Sie darüber Bescheid wissen. Zur professionellen Pressearbeit gehört aber auch, die Pläne der Redaktionen zu kennen. Dafür müssen Sie nicht einmal schnüffeln gehen. Denn Themenschwerpunkte werden lange im Voraus geplant und für Anzeigenkunden veröffentlicht.

Den Artikel von Mathias Priebe am 22. Januar in "experto.de" [hier online weiterlesen](#).

LobbyControl: Intransparentes Wahlkampf-Blog für Steinbrück inakzeptabel - Aus für peerblog.de

Der SPD-Kanzlerkandidat Peer Steinbrück lässt sich auf eine intransparente finanzielle Unterstützung aus Unternehmerkreisen ein. Er scheint aus der Debatte um seine Nebeneinkünfte keine Lehren gezogen zu haben. Das zeigt das neue Wahlkampf-Blog "peerblog". Finanziert wird es von fünf "Unternehmerpersönlichkeiten", die vorerst anonym bleiben wollen. Der Spiegel spricht von einer sechsstelligen Summe. Produziert wird der Blog von der Agentur des früheren Focus-Redakteurs Karl-Heinz Steinkühler und hat die

Zustimmung von Peer Steinbrück bekommen. Als Vorbild nennen die Macher des Blogs den US-amerikanischen Wahlkampf: "Dort spenden Unternehmer Millionen für ihre Kandidaten, weniger für die Parteien."

Den Artikel von Christina Deckwirth am 4. Februar auf der Seite von "Lobby Control" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Serviceplan Gruppe trauert um Mitbegründer Rolf O. Stempel

Rolf O. Stempel, Gründungspartner und Mitgesellschafter der Serviceplan Gruppe, ist nach langer, unheilbarer Krankheit am 31. Januar 2013 in München gestorben. Rolf O. Stempel ist Ende der 90er Jahre von seinen operativen Aufgaben zurückgetreten. Als Gesellschafter ist er der Serviceplan Gruppe bis zu seinem Lebensende erhalten geblieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (6) (06. KW-2013)

1. **Hans-Jörg Degen** ist wieder Kommunikationsleiter des **Gastronomieunternehmens Bindella terra vite vita SA** in Zürich, wie der Klein-Report in Zürich am 7. Februar berichtete. Bindella habe den Vertrag mit einer externen PR-Agentur Ende 2012 aufgelöst, heißt es. Degen ist somit in seine alte Funktion zurückgekehrt, die er bereits zwischen 2004 und 2010 innehatte.
2. **Michael Willi** wechselt nach zwanzig Jahren als Kommunikationschef bei der **Schweizer Bank UBS AG**, Zürich, in die Selbständigkeit. Beim Beratungsunter-

komm.passion



nehmen **Finance 3.0** in Altendorf steigt er mit einem 20-Prozent-Anteil als Investor und Verwaltungsratspräsident ein.

3. **Daniela Eltrop** (30) ist seit dem 1. Februar neue Pressesprecherin für die Finanz- und Wirtschaftspresse beim Spezial-**Chemiekonzern Lanxess** in Leverkusen. Die Position wurde neu geschaffen. Eltrop berichtet an den Leiter Financial and Business Media Relations, **Daniel Smith**.
4. **Martin Bommersheim** (48) wechselt am 1. März 2013 als Leiter Corporate Publishing zum **Rohstoff-Konzern K+S** in Kassel. Die Position beim DAX-Unternehmen wurde neu geschaffen. Er berichtet an den Leiter Corporate Communications, **Oliver Morgenthal**. Bommersheim kommt von der Kommunikationsberatung Hering Schuppener, für die er als Managing Director tätig war. Zuvor war er als Journalist („WAZ“, „Focus“) sowie als Pressechef der Metro Gruppe und in einer leitenden Kommunikationsfunktion bei der BASF tätig.
5. **Hermann-Josef Baaken** (52) verantwortet seit 1. November 2012 den Bereich **Corporate Reputation** in der Europazentrale des japanischen Pharmakonzerns **Daiichi Sankyo** in München. In der neu geschaffenen Funktion berichtet er an **Thomas Portz**, Vice President und Head of Corporate Communications & Public Affairs. Baaken war zuvor mehr als 20 Jahre in unterschiedlichen Funktionen der Unternehmenskommunikation des Bayer-Konzerns beschäftigt, zuletzt als Pressesprecher und Global Head of Corporate Policy & Media Relations bei der Bayer CropScience AG in Monheim.
6. **Christoph Meyer** (37) ist zum Leiter des Anfang Januar neu eröffneten Büros für **Public Affairs** der **Deutschen Rockwool** in Berlin ernannt worden. Bereits seit Herbst vergangenen Jahres ist er als Public-Affairs-Beauftragter für das auf

Dämmsysteme spezialisierte Unternehmen tätig.

Personalien compact - Sonstige (10) (06. KW-2013)

1. **Raffaela von Gunten** (34) leitet seit Anfang Februar das Ressort Kommunikation und Marketing bei der **Behindertenorganisation Procap** in Olten in der Schweiz. Von Gunten folgt auf **Bruno Schmucki**, der die Selbsthilfeorganisation von und für Menschen mit Behinderung nach vier Jahren verlässt. Schmucki wechselt als Leiter Kommunikation zur **Gewerkschaft Syndicom**. Von Gunten ist seit mehr als zwei Jahren bei Procap und hat verschiedene Projekte im Bereich Internet, Social Media, Marketing und Mittelbeschaffung geleitet.
2. **Florian T. Bergmann** (33) verstärkt seit Anfang Januar das PR-Team von **CMS Hasche Sigle** als Public- und Media-Relations Manager. In der Berliner Zentrale der international tätigen Wirtschaftskanzlei unterstützt er die Medienarbeit sowie die strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die mehr als 600 Anwälte und Steuerberater. Er berichtet an den Head of Public und Media Relations. Zuvor war er sieben Jahre bei der Agentur Engel und Zimmermann in Gauting als PR-Berater beschäftigt.
3. **Anke Sobieraj** ist neue Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des **Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD)** in Bonn. Sie ist seit 2009 beim DAAD und war zuletzt stellvertretende Leiterin des Referats Forschungsmarketing. Die Germanistin und Anglistin bringt langjährige Erfahrung in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Institutionen der Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik in Deutschland und im Ausland mit.
4. **Onuora Ogbukagu** (34) ist seit dem 1. Januar neuer **Leiter des Pressteams der Hannover Messe**. Er folgt auf



5. **Christian Riedel**, der die Messe verlassen hat. Nachfolgerin Ogbukagus als **Presseverantwortliche** für die internationale Fachmesse für Teppiche und Bodenbeläge **Domotex** wird **Katharina Siebert** (52). Ogbukagu und Siebert berichten beide an den Leiter Kommunikation der Deutschen Messe, **Hartwig von Saß**.
6. **Miriam Hauff** (28) ist seit dem 1. Februar **Pressereferentin der Hertie School of Governance** in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Sie kommt vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, wo sie ihr Volontariat abschloss. Hauff berichtet an die Leiterin Presse und Kommunikation, **Regine Kreitz**.
7. **Henry Buschmann** ist seit dem 2. Februar **Pressesprecher des Fußballvereins SG Dynamo Dresden**. Er folgt auf **Enrico Bach**, der den Verein verlässt. Buschmann verantwortet damit künftig den gesamten Bereich „Medien & PR“.
8. **Petra Vogt** wird ab dem 1. April neue **Pressesprecherin bei der Industrie- und Handelskammer Flensburg**. Sie folgt auf **Frederik Erdmann**, der innerhalb der Handelskammer eine andere Position übernommen hat. Vogt berichtet an den stellvertretenden Hauptgeschäftsführer **Ulrich Spitzer**, der die Position bis April übergangsweise übernommen hat.
9. **Vladi Barrosa** ist seit dem 1. Februar Leiter der Medienstelle und Mediensprecher bei der **Schweizer Luftsicherung Skyguide** in Düberndorf. In seiner neuen Position unterstützt er die Unternehmenskommunikation in

- strategischen Fragen. Barrosa folgt auf **Maude Rivière**, der das Unternehmen Ende 2012 verlassen hat.
- Peter Haenchen** (59), Mitglied der Geschäftsleitung von **Gruner + Jahr Corporate Editors** in Hamburg, verlässt das Unternehmen zum 31. März. Übereinstimmend melden das verschiedene Branchendienste. Mit dem Ausscheiden von Haenchen führt **Soheil Dastyari** künftig die Geschäfte von G+J Corporate Editors alleine. In Personalunion ist leitet er den Bereich Corporate Publishing, der nun personell umgebaut werden soll: Künftig wird **Sandra Harzer-Kux** (40), bislang Leiterin Digitale Medien und Video, die neu geschaffene Position der Standortleiterin in Hamburg übernehmen.
 - Philipp Kehrel** (30) ist seit Anfang Januar Referent für Politik und Kommunikation im "Forum für Automatenunternehmer" in Berlin. Er folgt auf **Simone Storch**, die das Forum verlassen hat.

Personalien compact - Agenturen (12) (06. KW-2013)

- Stefanie Wulf** (38) hat bei der Kirchhoff Consult AG, Hamburg, die Position des **Managing Directors** übernommen und ist ab sofort für die Leitung der Bereiche Reporting/Publishing und Online zuständig. Wulf kam 1998 zu Kirchhoff und war während der vergangenen fünf Jahre als Director Annual Reports neben der Projektleitung verantwortlich für die Projekt- und Personalplanung im Bereich Reporting/Publishing sowie für die Akquisition, Repräsentation und Personalführung der Agentur.
- Marc Wälti**, der in den vergangenen vier Jahren bei der „By the Way Communications AG“ in Bern als Senior Consultant und Mitglied der Geschäftsleitung tätig war, verlässt die Kommunikationsagentur und gründet ein eigenes Unternehmen. Die Murten Productions GmbH, die er zusammen mit drei Partnern ins Leben gerufen hat,

QUADRIGA
INSTITUT FÜR POLITIK UND WIRTSCHAFTSRECHT

Frühbucherrabatt
bis 18.01.2013

1. DEUTSCHER
POLITIK- UND WIRTSCHAFTSTAG
PUBLICMEETSPRIVATE

AM 20. FEBRUAR 2013 IN BERLIN

Der 1. Deutsche Politik- und Wirtschaftstag bietet Ihnen rund um aktuelle Fragestellungen beider Systeme exklusive Einsichten und Anregungen. Diskutieren Sie während der Mittagsagora mit 24 Bundestagsabgeordneten zu ihrer aktuellen Parlamentsarbeit.

1 TAG – 6 THEMEN – 35 REFERENTEN

Martin Kind, *KIND Hörgeräte* • Hans-Joachim Otto, *BMWi* • Dr. Andreas Penk, *Pfizer Deutschland* • Joe Kaeser, *Siemens AG* • Ines Pohl, *taz*

WWW.POLITIK-WIRTSCHAFTSTAG.DE

bietet Konzeption, Planung und Durchführung von Veranstaltungen aller Art an. Wälti arbeitete vor seiner Stelle bei der Berner Agentur als Kommunikationschef für den Schweizerischen Skiverband Swiss-Ski.

- Norbert Schmid** (51) wird neuer Vorsitzender der Geschäftsführung sowie Gesellschafter der **Markenrat Agenturgruppe**, Leipzig. Schmid, seit mehr als 20 Jahren in der Medienbranche verwurzelt, war zuvor bei Gruner + Jahr, der WAZ Mediengruppe sowie der Verlagsgesellschaft Madsack in verantwortlicher Position tätig. Die Markenrat Agenturgruppe mit Sitz in Leipzig beschäftigt derzeit rund 80 Mitarbeiter. Sie deckt mit Strategie, Design, PR, Mediaplanung, Eventkonzeption und -durchführung sowie digitale Services und Leistungen alle Bereiche der Markenkommunikation ab.
- Beat Ruff** wird zum 18. Februar neuer Senior Consultant bei der **Farner Consulting AG** am Standort Bern, der von **Michael Grunder** geleitet wird. Mit der Neueinstellung soll in Bern der Bereich Regulatory Affairs ausgebaut werden.

Betreuen wird Ruff, der zuletzt als Leiter Government Affairs bei den SBB tätig war, Mandate an der Schnittstelle von Wirtschaft, Politik und Verwaltung.

5. **Matthias Henkel** schließt sich zum 1. März **MetaDesign** in Berlin an, einer der führenden deutschen Agenturen für Corporate Identity und Branding. Dort wird Henkel Berater für Markenkommunikation im Kultursektor. Dafür scheidet er zum 28. Februar auf eigenen Wunsch aus seinem bisherigen Amt als **Direktor der Museen der Stadt Nürnberg** aus.
6. **Björn Seum** ist neuer Berater bei **Wildcard Communications GmbH**, Agentur für Public Relations und Marketing Communications in Krefeld. In dieser Funktion ist er unter anderem für die Kundenberatung im Games- und Consumer Electronic-Bereich sowie für die Konzipierung strategischer PR-Kampagnen und den Ausbau der Blogger Relations zuständig. Seum berichtet direkt an **Anke Kisters**, PR und Social Media Direktorin in der Agentur. In den vergangenen zwölf Jahren arbeitete Seum als Redakteur für verschiedene Zeitschriften im Computerspiele-Markt.
7. **Wiebke Gadau** (33) hat am 1. Januar bei der Bremer **Performance Marketing Agentur 42Digital GmbH** begonnen. Gadau ist Mitglied im Führungsteam und verantwortet ab sofort die Bereiche „Sales und Communications“. Als Marketingexpertin bringt sie Know-how aus dem Online Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit mit.
8. **Patrick Marty** (37) ist neuer teilhabender Partner der Berner **PR- und Marketingagentur cR Kommunikation**, bei der er seit 2011 Mitglied der Unternehmensleitung ist. Die weiteren Partner sind **Stefan Batzli**, **Thomas Löhner** und **Oliver Wimmer**. Marty hat an der Universität Zürich Politikwissenschaften und Völkerrecht studiert und einen Master of Advanced Studies in Business Administration absolviert. Bevor er 2010 zu cR Kommunikation stieß, war er mehrere Jahre als Marketingleiter in der Filmindustrie tätig.

A&B One

9. **Gian Simmen** (35) ist seit Anfang Februar als Berater im Team der **Kommunikationsagentur By the Way Communications AG** in Bern tätig. Bis Mitte Januar 2013 war er noch ein erfolgreicher Profi-Snowboarder. 1998 gewann er die olympische Goldmedaille im Halfpipe-Rennen. Auf seine neue Aufgabe vorbereitet hatte sich Simmen, indem er in den vergangenen Jahren eine Marketingausbildung absolviert hat.
10. **Sandra Bauer** verstärkt seit dem 1. Februar als Executive Head Corporate Communications die Wiener Agentur **Currycom Communications GmbH**. Sie ist dort für die strategische Weiterentwicklung des Corporate Communications Leistungsangebots der Agentur verantwortlich. Zuletzt war sie Pressesprecherin für die Immofinanz Group.
11. **Christoph Schwartz** (51), Inhaber von Schwarz Public Relations in München, ist zum neuen **stellvertretenden Chairman** des internationalen PR-Netzwerkes **Eurocom Worldwide** ernannt worden. Die Wahl fand im Rahmen der diesjährigen Jahreskonferenz von Eurocom Worldwide am 1. Februar in Krakau, Polen, statt. Eurocom Worldwide ist ein internationales und unabhängiges PR-Netzwerk. Es besteht aus 30 inhabergeführten PR- und Marketing-Agenturen mit Fokus auf Technologie und B2B-Dienstleistungen.
12. **Dev Rakshit** ist neuer Leiter des Bereichs Healthcare & Science Communications bei **Burson-Marsteller** in Zürich. Der bisherige Senior Consultant folgt auf **Toula Stoffel**, die das Unternehmen neben **Ute Dehn-Christen**, Leiterin Corporate & Financial Communications, verlässt. Die Nachfolge von Dehn-Christen tritt **David Hart** an. Rakshit war zuletzt unter anderem bei Novartis, wo er als Global Brand Communications Manager tätig war, und

bei Swarovski, wo er als Head of Strategic Marketing & Branding arbeitete.

Etats

We do setzt weltweite DAAD-Kampagne fort

Mit neuen Motiven startet die Kampagne „Study in Germany – Land of Ideas“ ins neue Jahr. Im Auftrag des Deutschen Akademischen Austauschdienstes e.V. (DAAD) entwickelt die Berliner Kommunikationsagentur We Do communication die internationale Imagekampagne weiter und setzt dabei auf ein Zusammenspiel von Tradition und Innovation. Ziel ist es, Deutschland weltweit als hervorragenden Studienstandort zu positionieren und qualifizierte ausländische Studierende anzuwerben. Die Imagekampagne richtet sich an ausländische Graduierte und Doktoranten, die für ein Aufbau- oder Promotionsstudium in Deutschland interessiert werden sollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zucker.Kommunikation gewinnt Produkt-PR Etat von Jack Wolfskin

Jack Wolfskin, einer der führenden europäischen Outdoor-Ausrüster, hat sich nach einer Ausschreibung der Produkt-PR für die Berliner Agentur Zucker.Kommunikation entschieden. Sie soll für das Idsteiner Unternehmen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz ein einheitliches Markenbild erzeugen. Die konkreten Aufgaben reichen von klassischer Medienarbeit und der Kooperation mit Testimonials und Multiplikatoren über die Begleitung von Store-Eröffnungen bis hin zu Markenerlebnissen und strategischer (Social Media) Beratung. Zucker.Kommunikation will mit



dem Etatgewinn von Jack Wolfskin die Kompetenzen in den Bereichen Sportlifestyle und Performance weiter ausbauen.

Etats compact (10) (06. KW-2013)

1. a) Deutsches Herzkompentz Zentrum (DHZ), Tübingen
b) GesundheitsZentrum Tübingen (GZT)
was: Auf- und Ausbau der Markenbekanntheit, strategische Kommunikationsberatung
c) Unifontis, Praxis für integrative Onkologie, Tübingen
was: Strategische Kommunikationsplanung für den amerikanischen und europäischen Markt
an: **Waterworks Public Relations**, Stuttgart
2. Filmproduktion Fritzsich & Tiefenbach, Essen + Hamburg
was: PR fürs Kinofilmdebüt "Endzeit"
an: **Ihns Public Relations**, München
3. Deutscher Lotto-und Totoblock (DLTB), Saarbrücken
was: Strategische Medienberatung und Positionierung
an: **Orca Affairs**, Berlin
4. Deutsche Krankenhausgesellschaft (DKG), Berlin

- was: Informationsbroschüre,
Großveranstaltung, Werbung
an: **Burson Marsteller GmbH**, Frankfurt
am Main
5. Tourismusverband Ostbayern,
Regensburg
was: Tourismus-PR
an: **Piroth.Kommunikation GmbH &
Co. KG**, Pullach bei München
6. Beratungsunternehmen Nevento GmbH,
Braunschweig
was: Pressearbeit
an: **Kommunikationsagentur PR
People**, Köln
7. Gabor Shoes AG, Rosenheim
was: Corporate Publishing: Gabor-
Onlinemagazin
an: **Condé Nast Condé Nast Verlag
GmbH**, München
8. Schneider Electric Schweiz, Ittingen
was: PR-Beratung, Media Relations,
Redaktion, Online-PR
an: **PR-Agentur C-Factor**, Zürich
9. Stanno Sport GmbH, Mönchengladbach
was: PR-Beratung und -Umsetzung
an: **Kommunikationsagentur Laurich &
Kollegen**, Hamburg
10. a) Endoclinic von Dr. Erdal Cetin, Wien
b) Implantationstechnik-Hersteller Lima
Austria, Wien
was: PR-Auftritt
an: **Comunicative Public Relations
GmbH**, Wien



Geschäftsführer die auf den Gesundheitsmarkt fokussierte Spezialagentur Healthy People innerhalb der Grey Gruppe. Königs arbeitete seit 1994 gemeinsam mit Elfmann bei der Grey-Tochter Healthy People und verantwortete zuletzt als Creative Supervisor die Auftritte der Marken Lamisil, DocMorris oder Mobilat. B+D ist eine der größten inhabergeführten Kommunikationsagenturen in Deutschland und konzentriert sich auf die Entwicklung und Realisation kreativer Kommunikation, die verkauft.

Branche

Neue B+D Agentur für Gesundheitsmarkt

Mit der Gründung der neuen Agentur B+D Healthy Brandship verstärkt sich die B+D Agenturgruppe und weitet ihr Geschäftsfeld aus. Jörg Elfmann und Rainer Königs wechseln von Grey zu der inhabergeführten Agenturgruppe in Köln und führen künftig als geschäftsführende Gesellschafter die Arbeit der neuen Agentur. Elfmann leitete zuvor seit 1994 als

Automotive PR-Netzwerk mit neuen Partnern in Polen und Südafrika

Mit 17 festen und 16 assoziierten Mitgliedern sowie mehr als 100 Mitarbeitern zählt das 2006 in London gegründete Kommunikationsnetzwerk Automotive PR (APR) rund drei Jahre nach Start seiner Internationalisierung zu den weltweit größten Beratungsunternehmen mit Spezialisierung auf die Automobil- und Nutzfahrzeugbranche. Aktuell ist APR auf allen Kontinenten und allein in Europa in zehn Ländern präsent. Seit Dezember 2012 ergänzt

APR Südafrika das globale Netzwerk. Im Juli 2012 hatte sich bereits APR Polen mit Standort in Kattowitz der Gemeinschaft angeschlossen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (3) (06. KW-2013)

1. Wie **Dialog-Marketing Kindern in Not helfen** kann, zeigt die Bonner [SuperComm Data Marketing GmbH](#), eine der führenden Online-Agenturen im E-Mail-Marketing. Das Unternehmen unterstützt seit Jahren den [SOS-Kinderdorf e.V.](#) und konnte 2012 bereits zum vierten Mal in Folge die Lead-Rally der Institution für sich entscheiden. Dabei treten Online-Agenturen gegeneinander an, um Unterstützer für die Hilfsaktionen des Vereins zu gewinnen. SuperComm hat sich kräftig ins Zeug gelegt, um dauerhafte Spender zu generieren und konnte so seinen Titel „SOS Affiliate des Jahres“ erfolgreich verteidigen.
2. Der unabhängige **Finanz- und Vermögensberater MLP** mit Hauptsitz in Wiesloch ist neuer **Hauptförderer des internationalen Musikfestivals „Heidelberger Frühling“**. Bereits seit 2005 ist MLP dem Festival als Prime Partner verbunden, im Zuge der Fokussierung seiner Sponsoring-Aktivitäten entschied sich das Unternehmen nun, das Engagement zu intensivieren. Weiterer Hauptförderer des Festivalgründung der Baustoffhersteller HeidelbergCement.
3. Eine interne Antiraucher-Kampagne: **Richard Edelman**, Chef der internationalen **PR-Agenturkette Edelman** hat ein gutes Thema gefunden, um sich während seines Deutschlandbesuchs medial zu präsentieren. Die **"Frankfurter Allgemeine"** hat es am 4. Februar in ihrer Online-Ausgabe aufgegriffen und [freundliches Portrait](#) der Agentur veröffentlicht. Übrigens: Edelman will 2.000 Dollar Belohnung an jeden Mitarbeiter zahlen, der aufhört zu rauchen.



Medien

Stühlerücken in der „Bild“-Chefredaktion

Tanit Koch (35), noch Redaktionsleiterin von „Bild-Hamburg“, übernimmt als **stellvertretende Chefredakteurin** die Leitung der Unterhaltungsredaktion der „Bild-Zeitung“. Sie folgt **Gerald Selch** (43), der die Redaktion auf eigenen Wunsch verlässt. Die bisherige Textchefin **Doris Hart** (40) wird **stellvertretende Chefredakteurin** für das Ressort Nachrichten Inland und Ausland, sowie für die „Bild“-Regionalausgaben. Sie übernimmt das Nachrichtenressort von **Carsten Gensing** (43), der nach neuen beruflichen Herausforderungen suchen möchte. Hart kam 2011 zu „Bild“, zuvor arbeitete sie bei „Bild am Sonntag“ als Ressortleiterin Nachrichten und war ebenfalls Mitglied der Chefredaktion. **Alexandra Würzbach** (44), bisher Autorin bei „Bild“, wird zur Textchefin und ebenfalls zum **Mitglied der Chefredaktion** befördert. Alle drei Damen starten in den neuen Positionen zum 15. März 2013.

Deutscher Presserat legt Jahresbilanz 2012 vor

Der Deutsche Presserat in Berlin klagte im vergangenen Jahr nicht über mangelnde Beschäftigung: 1.500 Menschen wandten sich im Jahr 2012 an die Freiwillige Selbstkontrolle der

Presse, um redaktionelle Beiträge in Zeitungen, Zeitschriften und deren Online-Seiten anhand des Pressekodex prüfen zu lassen. Damit blieb die Zahl der Beschwerden im Verhältnis zu 2011 (1.323 Beschwerden) und 2010 (1.661) gleichbleibend auf hohem Niveau. Zum Vergleich: Im Jahr 2007 wandten sich lediglich 735 Leser an den Presserat. Seit 2009 ist der Presserat auch für Online-Auftritte der Verlage zuständig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (06. KW-2013)

1. **Georg Altrogge** (51), derzeit noch Chefredakteur des Medienbranchendienstes „Meedia.de“, wird zum 1. März 2013 zum **Editorial Director** und **Chefredakteur** der Lufthansa-Medienfamilie bei **G+J Corporate Editors**, Hamburg, ernannt. Er wird somit Nachfolger von **Christian Krug**, der sich künftig auf seine Aufgabe als Gala-Chefredakteur konzentrieren wird. Altrogge war im Jahr 2008 einer der Gründer von „Meedia.de“ und machte das Portal innerhalb weniger Jahre zu einem erfolgreichen Online-Branchendienst in Deutschland. Altrogges Nachfolger bei "Meedia", Hamburg wird sein bisheriger Stellvertreter **Christian Meier**.
2. Ab sofort ist der Hamburger **Corporate Publishing-Verlag G+J Corporate Editors** auch mit einer Niederlassung in der Bundeshauptstadt vertreten. Das Berliner Team unter der Leitung von **Joerg Strauss** geht mit vier Neukunden an den Start. Darunter ist die SPD Bundestagsfraktion und das landeseigene Berliner Wohnungsunternehmen Degewo AG. Unter der Standortleitung von Strauss soll vor allem der Geschäftsbereich Institutional Publishing weiter ausgebaut werden.
3. **Ralph Grosse-Bley** ist seit dem 7. Februar **nicht mehr Chefredakteur der Schweizer Boulevardzeitung „Blick“**. Mit ihm verlässt auch sein Stellvertreter



Clemens Studer die Redaktion in Zürich. **Nachfolgerin wird Andrea Bleicher**, die bisher ebenfalls stellvertretende Chefredakteurin und Ressortleiterin im Newsroom war. Alle Dienste fügen hinzu, dass die Neubesetzung zunächst nur übergangsweise gilt.

4. Das Kinomagazin „**Filmdienst**“ erscheint am 14. Februar in einem neuen Gewand. Mit seiner klaren, leserfreundlichen Struktur wendet sich das älteste Kinomagazin Deutschlands, gegründet 1947, an alle Filmfreunde. Auf rund 50 Heftseiten spürt das Magazin aktuellen Trends nach, stellt herausragende Filmschaffende vor, bietet spannende Debatten und aufschlussreiche Interviews. Alle 14 Tage gibt es Rezensionen zu den Neustarts in deutschen Kinos. Herausgegeben von der **Katholischen Filmkommission** für Deutschland, erscheint das Magazin im Haus der Dreipunktdrei Mediengesellschaft mbH in Bonn.

Social Media

Mit Online-PR erfolgreich Kundenbeziehungen aufbauen

Das Thema Touchpoints gewinnt für die Online-PR zunehmend an Relevanz. Touchpoints sind Berührungspunkte, an denen Unternehmen und Zielgruppen zusammentreffen. Die Online-PR bietet viele wirkungsvolle Möglichkeiten, zusätzliche Touchpoints zu schaffen. So können sich Unternehmen im Rahmen des Content Marketings als kompetente Ansprechpartner und

Bezugspersonen in ihrer Branche erweisen, indem sie relevante Inhalte für ihre Zielgruppen bereitstellen. Die neuen Medien des Web 2.0 wie Presseportale und Social Media unterstützen Unternehmen zudem dabei, die Anzahl ihrer Touchpoints signifikant zu steigern und ein Netzwerk aus potentiellen Kontaktpunkten zu entwickeln.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kundenservice: Warum Social Media die Zukunft gehört

Wenn es um Social Media in der Unternehmenskommunikation geht, werden meist viele Aspekte bedacht. Die Bandbreite reicht dann von der Kommunikationsstrategie über Sprachstil und Content bis hin zu den geeigneten Social Media und Community Managern. All diese Aspekte sind zweifelsohne wichtig, doch eine wichtige Funktion der Social Media geht bei der Fixierung auf die Kommunikation oft unter: Die Bedeutung für den Kundenservice.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jens Stoewhase: 15 Denkanstöße für die digitale PR-Arbeit

Vor zwei Wochen habe ich mich mit vielen *Ideen für ein digitales Presse-Kit* auseinandergesetzt. Jetzt möchte ich daraus die Auswirkungen auf die tägliche PR-Arbeit ableiten. Schließlich wäre es zu einfach, nur mal eben schnell eine Liste mit Ideen ins Netz zu stellen. Denn erst durch angepasste Arbeitsweisen können Profis den Zuwachs an Geschwindigkeit und Umfang bewältigen, der durch ein digitales Presse-Kit entstehen kann. Die folgende Liste ist wie gewohnt als Anregung zu verstehen. Sie ist kein Mantra, hat nicht den Anspruch auf Vollständigkeit und ist auch kein Allheilmittel. Im besten Falle gibt sie Ihnen ein paar

Denkanstöße oder reaktiviert Ihre eigenen Kenntnisse.

Den Artikel von Jens Stoewhase am 28. Januar im Online-Branchenmedium "medienrot" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (4) (06. KW-2013)

1. Die Universität St. Gallen (HSG) hat gemeinsam mit der Agentur Conrad Caine die **Studie "Social Media Excellence 12"** durchgeführt. Die 500 größten deutschen Unternehmen wurden angeschrieben, rund 16 Prozent haben sich an der Studie beteiligt. Zur [Studie](#)
2. **Studie zu "Marken im Social Web" erschienen:** Thomas Heun von der MHMK (Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation) hat die Internetplattformen von 64 an Automobilmarken orientierten „Brand Communities“ untersucht. Bei der „digitalen Markenkultivierung“ taten sich insbesondere die Anhänger der Marke Opel hervor: Im Internet pflegen sie den besonderen Charakter von automobilen Klassikern wie dem Opel Kadett oder Opel Manta, und lassen die Internetnutzer die starke soziale Bindungsenergie der Marke anhand von Erzählungen, Symbolen und Bilddarstellungen nachempfinden. Zur Bestellseite der [Studie](#)
3. **Praxisbeispiel Blogger Relations: Bloggertour zur Photokina.** Bei der rund zweistündigen Tour des Pearson Verlags erlebten 54 Blogger 13 verschiedene Unternehmen. Zum Interview mit Pressesprecherin Pia Kleine Wieskamp im [Red Mod Blog](#)
4. **Blogparade zu neuen Berufsbildern.** Durch Social Media entstehen veränderte Jobrollen, Wibke Ladwig führt dazu eine Blogparade durch. Dabei beteiligen sich verschiedene Blogger mit einem Artikel zu dem übergreifenden Thema. Zur [Blogparade](#)

Lesehinweise

Auch PR-Berater brauchen mal ne Pause

Die nächste Kunden-Präsentation kommt bestimmt. Wenn es auf der Arbeit brennt, müssen Freizeit und Familie oft zurück stecken. Vor allem in der PR-Branche sind Schnelligkeit und überdurchschnittliches Engagement gefragt. Doch wer langfristig erfolgreich sein will, muss auf seine Work-Life-Balance achten. Die Agenturen "Mashup Communications" und "quäntchen + glück" zeigen, dass sich Public Relations und ein Privatleben nicht ausschließen müssen.

Nora Feist ist Geschäftsführerin von Mashup Communications. Das Angebot der neunköpfigen Agentur in Berlin reicht von der Performance-PR für Startups bis zur Personality-Kommunikation. Nora Feist ist aber auch Mama. Wenn ihr dreijähriger Sohn einmal krank ist, arbeitet sie von zuhause aus. Den Kollegen mache das nichts aus. "Wir haben sowieso alles in der Cloud", erklärt sie.

Den Artikel von Janine Graf, Studentin der Hochschule Darmstadt, am 6. Februar auf der Seite "PR-Fundsachen" [hier online weiterlesen](#).

wollen. Der Abschluss mit einem Hochschul-Zertifikat kann innerhalb von vier Monaten erreicht werden, Präsenztage vor Ort sind dabei nur zwölf erforderlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Soziale Netzwerke als Werkzeug für blinde und sehbehinderte PR-Berater

So selbstverständlich es für sehende Menschen ist, die sozialen Netzwerke zu nutzen, so schwierig ist es für Blinde. Können blinde und sehbehinderte Menschen überhaupt Vorteile für sich aus den sozialen Netzwerken ziehen? Sind diese barrierefrei? Und wie können gar blinde und sehbehinderte PR-Juniorberater dieses relativ neue Instrument für ihre eigene Arbeit einsetzen? Der blinde PR-Fachmann Heiko Kunert, Geschäftsführer und Pressereferent des [Blinden- und Sehbehindertenvereins Hamburg \(BSVH\)](#), wird angehenden PR-Juniorberatern, im Rahmen eines Praxisseminars Antworten auf diese Fragen geben. Dabei geht das Seminar über die bloße Theorie hinaus: Ziel ist, dass die Teilnehmer eine eigene Social-Media-Konzeption erarbeiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (1) (06. KW-2013)

1. „Fließend Kölsch“ zur Brauchtumpflege: *Der Kölner ist stolz auf seine Stadt, sein Bier, seinen Humor und natürlich auch auf seine Sprache. Das wissen die Verantwortlichen der **Brauerei Cölner Hofbräu P. Josef Früh** und versuchen regelmäßig das gesamte Rheinland mit ihren wortgewandten und doppeldeutigen Werbemotiven anzusprechen. Mit dem aktuellen Auftritt, erarbeitet von der **Counterpart Group**, beweist Früh Kölsch einmal mehr ein gutes Gefühl für die kölsche Sprache und damit für die Kölner Seele – natürlich rechtzeitig zu Beginn der fünften Jahreszeit.*

Bildung

Zusatzausbildung Finanzkommunikation

Die Hamburger [Stensington Internationale Management Akademie GmbH](#) bildet ab April 2013 zertifizierte **Manager der Finanzkommunikation** (CFCM) aus. Das Angebot richtet sich vor allem an Personen, die bereits in der Finanzbranche sind und die Zusatzqualifikation nebenberuflich erwerben

Studien

Weber Shandwick legt zweiten Teil der New Realities-Studie vor

Der Nutzen eines Kommunikationskanals ist für deutsche Konsumenten stark davon abhängig, in welcher Phase des Marketing-Zyklus sie sich gerade befinden. Während 46 Prozent der Befragten einen Kanal für wichtig halten, um auf eine Marke aufmerksam zu werden, spielt der gleiche Kanal bei der finalen Kaufentscheidung nur noch für 14 Prozent eine Rolle. Für die Markenbindung sind es noch neun Prozent. Zu diesem Ergebnis kommt die New Realities-Studie von Weber Shandwick in Zusammenarbeit mit Respondi Online Panels.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Trends im E-Mail-Marketing abgefragt

Im Umgang mit E-Mail-Marketing gibt es in deutschen Unternehmen noch reichlich Entwicklungspotenzial. Laut der Studie „E-Mail-Marketing Trends 2013“, die Absolit Consulting im Januar 2013 durchführte, habe bisher nur ein Viertel der Unternehmen seine Hausaufgaben gemacht. Ausgewertet wurden 254 ausgefüllte Fragebögen von Firmen, die im E-Mail-Marketing aktiv sind. Die wichtigsten Erkenntnisse war laut Studie: a) 57 Prozent der Unternehmen investieren in Mobile E-Mail-Marketing; b) 75 Prozent haben Smartphone und Tablet verschlafen; c) Big Data und Content Marketing gewinnen an Bedeutung; d) die E-Mail-Adresse löst die Postadresse ab. Die Studie kann für 98,00 Euro unter der folgenden Adresse erworben werden:

<http://www.absolit.de/EmailTrends>

Studien compact (1) (06. KW-2013)

1. Die Kölner Agentur **Kuhn, Kammann & Kuhn** hat gemeinsam mit der **school for communication and management (scm)** die Studie „E 2.0 Watch“ durchgeführt. Ziel der Studie war es, die Online-Kommunikation zu den wichtigsten Social-Software-Plattformen zu analysieren, um Rückschlüsse auf die aktuelle Marktsituation sowie auf die Wahrnehmung der Plattformen aus Sicht von Nutzern und Online-Medien zu erhalten. Die Kurzauswertung ist ab sofort erhältlich. Die ausführlichen Studienergebnisse werden auf den „scm-Praxistagen Interne Kommunikation 2.0“ am 6. und 7. März in Frankfurt am Main vorgestellt. Die Studie „E 2.0 Watch“ erscheint im März 2013 und kann bei der scm vorbestellt werden. → scm-praxistage.de

Termine

EHI PR-Kongress am 26./27. Februar in Köln

Beim EHI PR-Kongress am 26./27. Februar in Köln reden PR-Profis über ihre Erfahrungen mit TV-Formaten wie den ‚ARD Markencheck‘ und diskutieren im ‚Kölner Dialog‘ über Verrat und Verantwortung. Die Kongressteilnehmer erfahren, warum nicht reden keine Lösung ist, welche Schwierigkeiten ein kleiner Virus der Kommunikation bereiten kann und was Enkel mit Unternehmensphilosophie zu tun haben. Außerdem kommt Facebook unter die Lupe - man erfährt, warum Elefanten mit Vorsicht zu genießen sind und Maria Futura erklärt die Kommunikation von morgen. → www.pr-kongress.de

Termine compact (1) (06. KW-2013)

1. Am 24. und 25. April veranstaltet die scm – school for communication and management die **Fachtagung "Interne Kommunikation in Bewegung"** in Düsseldorf. Unter dem **Motto „Dialoge erfolgreich managen“** geben Kommunikationsexperten aus Unternehmen und Agenturen Einblicke in die Praxis und diskutieren aktuelle Fragestellungen der Disziplin. Referenten sind u.a. Ulrike Buchholz (Hochschule Hannover), Guido Heitmann (E-Plus), Monika Santangelo de Souza (Thomas Cook), Andreas Stuber (SBB) und Birgit Ziesche (Henkel). → <http://interne-kommunikation.net>

Unternehmenskommunikation oder genügt den Ansprüchen der Bild-Redakteure. Wer mit seiner Digitalkamera ästhetische und technisch **geeignete PR-Fotos** selbst erstellen will, kann sich zu dem zweitägigen Seminar **"Digitalfotografie für Pressearbeit und Events"** am 14. und 15. März in München [anmelden](#). *Veranstalter ist Media Workshops*, die Teilnahme kostet 980 Euro.

3. Praxistipps und *Webinare* für die gelungene Online-Pressearbeit sowie ein **Leitfaden für Unternehmen für die optimale Nutzung von Xing, Twitter, Facebook und Co.** - **PR-Gateway** positioniert sich als praxisorientierter **Kommunikationsdienstleister**. Laut Beschreibung auf der Website handelt es sich um "ein Projekt" der Adenion GmbH in Grevenbroich. PR-Gateway bietet Agenturen und Unternehmen Lösungen, um Pressemitteilungen auf Presseportalen, in News-Verzeichnissen und Blogs mit einem Klick schnell und einfach veröffentlichen zu können.

Tipps

Tipps compact (3) (06. KW-2013)

1. Die **Cision Germany GmbH** in Frankfurt am Main, Anbieter von Software, Dienstleistungen und Tools für die PR und Marketingindustrie, hat am 8. Februar eine Weiterentwicklung seiner bereits eingeführten und erfolgreichen **PR-Software** vorgestellt. Die neuen Funktionen erleichtern die kundenspezifische Anpassung und fortlaufende **Aktualisierung des Online-Newsrooms**, gespeicherte Multimediadateien in Pressemitteilungen und Stories einzufügen sowie den Zugang zu Analytics wie zum Beispiel Newsroom Seitenaufrufe und Unique Visitors. So haben Marketing- und PR-Profis nun Zugriff auf alle zur Verbreitung optimierter Presseerklärungen und Veröffentlichungen erforderlichen Tools in einem einzigen umfassenden Paket.
2. Mitarbeiter in Kommunikationsabteilungen müssen immer öfter selbst zur Kamera greifen und digitale Fotos sind schnell gemacht. Doch nicht jeder "Schnappschuss" eignet sich für die

Literatur

Neues Fachbuch erschienen: Corporate Reputation Management

Reputation bedeutet Wertschöpfung – diese Erkenntnis gewinnt an Bedeutung, durchgesetzt hat sie sich jedoch noch längst nicht in der Unternehmenswelt. So haben viele Unternehmen die Relevanz von Corporate Reputation Management für ihren langfristigen Erfolg zwar erkannt, jedoch noch nicht ausreichend im Fokus. **Cornela Wüst und Ralf T. Kreutzer** gehen in ihrem neuen Buch „**Corporate Reputation Management**“ daher der Frage nach, wie sich das ändern kann. Als Herausgeber und Autoren haben sie 15 Experten eingeladen, das Thema von allen Seiten zu beleuchten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (06. KW-2013)

1. Wie werden Risiken frühzeitig identifiziert? Worauf kommt es im Krisenfall an? **Hartwin Möhrle** und **Petra Hoffmann** beantworten diese und weitere Fragen in ihrem **Buch „Risiko- und Krisenkommunikation“**. Möhrle ist geschäftsführender Gesellschafter und Mitbegründer der Kommunikationsagentur A&B One. Seine Schwerpunkte liegen in der Unternehmens-, Krisen- und Risikokommunikation. Hoffmann beschäftigt sich als Senior-Beraterin in derselben Agentur ebenfalls mit der Beratung von Unternehmen und Institutionen im Krisenfall. Alle Erläuterungen zu typischen Krisenverläufen und professioneller Begleitkommunikation kommen also aus berufenem Munde. Das Herzstück des Buchs ist die Anwendung der zuvor erläuterten „goldenen Regeln“ an einem praktischen, fiktiven Beispiel. PR-Anfänger wie gestandene PR-Profis profitieren gleichermaßen vom großen Erfahrungsschatz der Autoren, der in diesem Buch gehoben wird.
Hartwin Möhrle, Petra Hoffmann: Risiko- und Krisenkommunikation; Neuauflage aus der Reihe depak PR-Bibliothek, 128 Seiten, Preis: 24,90 Euro, ISBN: 978-3-942263-14-6

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (75)

Volontariat/Trainee

Die 18 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Account Manager PR \(m/w\) für Lifestyle Kommunikation, Hamburg](#)
- [PR Assistent Mode/Lifestyle \(m/w\), München](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Senior Berater / Unit Manager \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [red roses communications sucht Junior-PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Berater/-in zum 1. April](#)
- [Senior PR Berater\(in\), München](#)
- [Berater \(w/m\) für Consumer PR Schwerpunkt Consumer Electronics/Telekommunikation, Köln](#)
- [Medienkontakter/in Schwerpunkt Markenkommunikation, Hamburg](#)
- [PR Junior Berater\(in\), Düsseldorf](#)
- [PR Junior-Projektleitung, Berlin](#)
- [MediaCompany - Agentur für Kommunikation GmbH sucht Berater, Texter, Konzeptioner \(m/w\)](#)
- [PR-Trainee \(m/w\) / Juniorberater \(m/w\) Healthcare, Eltville](#)
- [PR-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Healthcare, Hamburg](#)
- [Erfahrene\(r\) PR-Berater\(in\), Ingolstadt](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Raum Rhein-Main](#)
- [Junior-PR-Berater / PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Senior-PR-Berater/in aus Leidenschaft für Agentur in Stuttgart](#)
- [Citigate Frankfurt sucht ab sofort Junior Consultant Financial Services](#)
- [Junior-PR-Berater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln](#)

- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Ambitionen und Leidenschaft, Hamburg*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen*
- *PR-Junior-Berater (m/w) Schwerpunkt Corporate Communication, Hamburg*
- *(Senior-) PR-Berater(in), Düsseldorf*
- *Assistenten/-in und Projektmanager/-in, Düsseldorf*
- *Kommunikationsagentur für gesellschaftliche Themen sucht Projektassistent, Köln*
- *Junior- und Senior PR Manager/innen, München*
- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Gesundheitskommunikation, Frankfurt a.M.*
- *PR-Berater/in und PR-Junior-Berater/in in Stuttgart*
- *PR-Berater (m/w) Corporate & Brands, Berlin*
- *Junior Account Manager PR (m/w)*
- *Account Manager PR (m/w), München*
- *Junior PR-Berater (m/w), Bremen*
- *PR-Redakteur/Texter und/oder PR-Manager (m/w) für Industrie & Technologie, Aachen/Würselen*
- *PR-Berater/in bei FAKTUM, Heidelberg*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Online-Redakteur (m/w), Rosenheim*

Unternehmen

- *(Jr.) Social Media Manager (m/w), Berlin*
- *Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt a.M.*
- *Leitung PR Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w) für den Bereich Unternehmenskommunikation, Braunschweig*
- *Vielseitiger Textprofi (m/w), Stuttgart*
- *Pressesprecher (m/w) für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Braunschweig*
- *Manager Corporate Communications (w/m), Köln*
- *PR Manager On- und Offline (m/w), München*

- *Junior PR-Berater (w/m), Berlin*
- *Junior Manager - Corporate Communications & Responsibility (m/w), München*
- *Communications Specialist (m/w)*
- *Pressesprecher und Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *PR Manager für den Bereich Marketing in Stolberg bei Aachen (m/w)*
- *Manager Interne Kommunikation/Pressesprecher Stahl- und Metallrecycling (m/w), Frankfurt a.M.*

Verbände (Non-Profit)

- *Deutscher Marketing-Verband sucht Junior Referenten/in Kommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *Pressesprecher(in), München*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 11. Februar 2013 um 22:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.119 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"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky,

Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; RA Rainer Rothe, Hamburg (rothe[at]wanke-rothe.de) – Rubrik „Rothes Rechts-Rubrik“; 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": N.N.

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]jachelis.com); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** 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).

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)).

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

Autoren 2012/2013: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: 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, 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-prportal.de>.

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)