

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 215 / 38. KW 2009

Seite 1

PR-Barometer 2: Berufsbezogener Bildungsstand in der Public Relations

Welchen beruflichen Erfolg bringt eine berufsbezogene Aus- und Weiterbildung in der Kommunikationsbranche? Wo arbeiten die an Hochschulen und Instituten ausgebildeten Kommunikationspraktiker? Welche Unterschiede gibt es nach Art und Größe des Arbeitgebers, nach Geografie, nach der Hierarchie am Arbeitsplatz? Um die Beantwortung dieser Fragen geht es in der neuen Ausgabe des PER-Barometers (www.pr-barometer.de). *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

Bundesfinanzhof: Geld zurück fürs Arbeitszimmer?

Eine Entscheidung des Bundesfinanzhofs (BFH) in München macht vielen Steuerzahlern Mut: Ein Lehrerehepaar wollte sich die Kosten für die Arbeitszimmer als Freibetrag auf der Lohnsteuerkarte eintragen lassen. Das Finanzamt lehnte mit Verweis auf eine seit 2007 geltende Neuregelung ab. Denn seitdem sind die Kosten nur absetzbar, wenn der Steuerzahler

schwerpunktmäßig von zuhause arbeitet. Die Pädagogen klagten - und bekamen nun Recht. Wie geht es jetzt weiter? Die wichtigsten Fragen und Antworten im SZ-Überblick.

Den Artikel von Miriam Olbrisch am 18. September in sueddeutsche.de [hier online weiterlesen](#).

GPRA widmet sich der Bedeutung von Social Media für die PR

Die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) will ihren Mitgliedern und anderen Interessierten Informationen in Sachen Social Media vermitteln. Beim nächsten „GPRA Dialog“ am 7. Oktober in München, der parallel via Livestream im Netz übertragen wird (vom Veranstaltungspartner zaplive auf der WebTV-Plattform www.zaplive.tv/web/gpra), soll die Frage diskutiert werden, was Phänomene wie Blogs, soziale Netzwerke und Twitter für die kommerzielle Unternehmenskommunikation bedeuten und wie sie für diese nutzbar sind. Thema: "Social Media – Zukunft der Kommunikation oder Spielzeug für Web-Geeks? Die Wahrheit über Twitter, Blogs und soziale Netzwerke". Zu den Referenten gehören neben Verbandspräsident Alexander Güttler (komm.passion) die GPRA-Experten Mirko Lange (talkabout), Bernhard Jodeleit (sympra) und Jan Manz (wbpr). Anmeldungen bis 1. Oktober auf www.gpra.de.



Kommunikation: Twitter ist für Unternehmen Chance und Risiko

Immer mehr Unternehmen nutzen den Kurznachrichtendienst Twitter für ihre Öffentlichkeitsarbeit. Dabei verschwimmen die Grenzen von geschäftlich und privat. Das erhöht die Kundenbindung. Doch die neue Offenheit birgt auch Risiken. Halb Deutschland schläft noch, als um 06:13 Uhr mitteleuropäischer Zeit eine eindringliche Warnung übermittelt wird: "Wenn man direkt nach einer Red-Bull-Cola Kaffee trinkt, schmeckt der wie verschimmelt". Kristin Walther, Inhaberin der Saftkellerei Walthers in Arnsdorf in Sachsen, hatte eben jene Entdeckung gemacht - und sie über die Online-Plattform Twitter ihren knapp 1.500 dortigen Anhängern, den so genannten Followern, mitgeteilt. über Nutzen und Informationsgehalt der Nachricht lässt sich streiten, doch hinter der Banalität steckt System: Die mittelständische Unternehmerin nutzt Twitter für ihre Öffentlichkeitsarbeit.

Den Artikel von Harald Czycholl am 16. September in Handelsblatt.com [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Personalien compact (5) (38.KW-09)

AGENTUREN:

01: **Katharina Bauer** (23) ergänzt das Team der Agentur Konsens in Werne in den Bereichen

Multimedia und Kommunikation/Presse. Neben der allgemeinen PR- und Pressearbeit für die Kunden der Agentur wird sie zukünftig auch die Betreuung der Fachpressestelle der Deutschen Gesellschaft für Pneumologie und Beatmungsmedizin übernehmen. Bauer machte zuvor eine Ausbildung zur Industriekaufrau bei Remondis Assets & Services mit ausbildungsbegleitendem Studium an der Hessischen Berufsakademie mit dem erfolgreichen Abschluss zum Bachelor of Arts in Business Administration.

02: **Henning Jakob** (24) unterstützt den Berliner Standort von Leipziger & Partner als Junior Berater. Jakob war bereits seit 2006 während seines Politik- und Wirtschaftsstudiums in Berlin und Baltimore, USA, für Leipziger & Partner tätig. Weiterer Neuzugang ist **Janina Zitz** (29), die bei Leipziger & Partner ein einjähriges Volontariat absolviert. Zitz studierte Politikwissenschaft, Soziologie und Medienkultur in Hamburg und an der University of Queensland, Australien. Sie war zuvor für die Kommunikationsagentur ludwig+partner und den Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung tätig.

03: **Steffen Bäuerle** (31) verstärkt das Berater-Team von Plus PR Agentur für Public Relations in Köln, dort übernimmt er schwerpunktmäßig die Kommunikation für Beratungsunternehmen und Unternehmen aus der IT- und Telekommunikationsbranche. Bäuerle kommt von Scholz & Friends Agenda in Berlin, wo er Kunden wie das Bundesministerium für Bildung und Forschung und das Staatsministerium Baden-Württemberg betreute.



komm.passion



Medien-Analysen
mit Qualitätssiegel!

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBSACHTUNG

04: **Ulrich Stockmann** (58) verstärkt das Team der Politikberater bei Ehrenberg Kommunikation in Lübeck, der studierte Diplom-Ingenieur baut damit das Geschäftsfeld „Public Affairs“ der Agentur weiter aus und soll Kunden aus der Transport- und Logistikwirtschaft bei der politischen Interessenvertretung beraten. Stockmann saß von 1994 bis Juni dieses Jahres für die SPD im Europaparlament und war dort Mitglied des Verkehrsausschusses. Davor war er von 1991 bis 1994 Beobachter des EU-Parlaments für Sachsen-Anhalt.

UNTERNEHMEN:

05: **Uta Roseano** (30) verantwortet ab sofort den Bereich PR und Kommunikation von GE Capital Germany in Mainz und fungiert als Ansprechpartnerin für Presse und Medien, in Ihren Verantwortungsbereich fallen die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die interne Kommunikation. Ihre Karriere bei GE startete Roseano 2005 als Public Relations & Communications Specialist bei der GE Capital Bank (damals noch Heller Bank AG). Zuvor war sie fünf Jahre als Pressereferentin für die Unternehmenskommunikation und Programm-PR im Sat.1 Landesstudio Mainz zuständig.

Etats

CDU setzt im Bundestagswahlkampf auf komm.passion

Die Kommunikationsagentur komm.passion unterstützt am Berliner Standort den Online-Wahlkampf für weibliche Wähler und Jungwähler der CDU. Die Interactive-Unit kreierte für die Partei verschiedene Online-Quizzes, Banner & Microsites, um politische Inhalte spielerisch zu kommunizieren. Über die Integration in soziale Netzwerke wie StudiVZ sollen vor allem junge Frauen und Erstwähler aktiviert werden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (11) (38.KW-09)

01: STA Travel, Frankfurt am Main

was: PR-Etat

an: **ReComPR**, Mainz

02: pentahotels Germany, Frankfurt am Main

was: PR- Betreuung am deutschsprachigen Markt

an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

03: Gebr. Schütt, Landscheide

was: *Komplette kommunikative Beratung und Betreuung*

an: **Leiseder Kommunikation Plus**, Hamburg

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

Elektronische Medienanalyse

▶ Jetzt können Sie die Medienresonanz Ihrer Kommunikationsmittel aktueller messen und bequemer per Internet abrufen. Damit erreichen Sie Ihre Kommunikationsziele schneller. Aktueller, umfangreicher und leichter war Medienanalyse noch nie!

04: Althoff Beratungs- und Betreuungsgesellschaft, Köln
was: *Programm-Magazin zum Automobilevent „1. Schloss Bensberg Classics 2009“*
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

05: deepinvent Software, Viersen
was: *B2B-Kommunikation für MailStore Server, B2C-Pressearbeit für MailStore Home*
an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach

06: ByteFM
was: *Sponsoring- und Kommunikationskonzept*
07: FC St. Pauli
was: *Markenkommunikation und bundesweite Image-PR*
an: **A&B ONE** (GPRA), Hamburg

08: Pioneer Electronics Deutschland, Willich
was: *projektbezogenen PR-Arbeit in der deutschen Tuning- und Auto-Szene für Pioneer ProCar*

09: MenschDanke, Hamburg
klassische Pressearbeit und Medienkooperationen zum Launch des Online-Sparportals GutscheinPony
an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

10: Candoo Concert Management, Wien (AT)
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR-Agentur PR4you**, Berlin

11: IDAPT Europe, Barcelona (ES)
was: *Pressearbeit zur IFA*
an: **Worldcom Public Relations Group**
HBI Helga Bailey, München
LF Channel, Barcelona (ES)

Branche

Öffentlichkeitsarbeit: Wenn Mitarbeiter zu mitteilsam sind

Wenn Mitarbeiter bloggen, wird die PR-Abteilung nervös. Der Grund: Häufig geben sie interne Informationen preis oder durchkreuzen die Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen. Warum Social Media immer mehr zur Herausforderung wird – und was Profis empfehlen, um Katastrophen zu vermeiden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschnitt Medienbeobachtung engagiert sich weiter im Bereich Social Media Evaluation

Bei ihrer letzten Mitgliederversammlung in Hamburg wählte die Arbeitsgemeinschaft Social Media einen neuen Vorstand. Maren Heltsche, Medien-Analystin bei Ausschnitt Medienbeobachtung wurde in ihrem

PMG · Presse-Monitor®



Mehr Info? Bitte hier klicken!

PMGmobil – Pressespiegel aufs Handy

▶ Mit PMGmobil haben Sie täglich Zugriff auf Hunderte von Zeitungen, Zeitschriften, Agenturmeldungen und Online-Medien über Volltextrecherche und individuelle Suchprofile. Machen Sie jetzt den 1-wöchigen Gratis-Test!

Amt bestätigt - zusammen mit Jörg Blumtritt (Vorsitzender), Benedikt Köhler (stellvertretender Vorsitzender) und Richard Jörges (Kassenwart). Neue Vorstandsmitglieder sind Eric Hofmann und Oliver Berger. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (1) (38.KW-09)

01: Am 8. September erhielt die **Kampagne „bester beifahrer“ des Deutschen Verkehrssicherheitsrates (DVR)** den 1. Preis der europäischen Initiative „eSafety Aware. Der Vizepräsident der Europäischen Kommission Antonio Tajani überreichte den Preis auf der eSafety Challenge Konferenz in Rom. Seit drei Jahren verantwortet das **Berliner Team der MediaCompany** alle Aktivitäten der integrierten Informationskampagne für den DVR. Ausgezeichnet wurde die Kampagne für die beispielhafte Aufklärungsarbeit über den Nutzen von Fahrerassistenzsystemen. Den Schwerpunkt bilden dabei Testveranstaltungen für Multiplikatoren wie Fahrlehrer und -trainer, Fahrzeughändler und Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft.

Gründungspräsidenten gemacht hat und namhafte Journalisten für den Beirat anwerben konnte. ZAPP folgert: "Eine Verbindung, die sich eigentlich verbietet." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bundestagswahlkampf weit entfernt von der Online-Strategie im US-Präsidentenwahlkampf

Die Parteien schöpfen das Potenzial des Internets nur geringfügig für den aktuellen Bundestagswahlkampf 2009 aus. Laut der aktuellen Umfrage "Trend in Prozent" des Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Düsseldorf bewegt sich der aktuelle Wahlkampf fast auf dem Niveau von vor vier Jahren. Der deutsche Wahlkampf ist damit weit entfernt von der im US-Wahlkampf angewandten Strategie von Präsident Obama, zur Mobilisierung von Wählerstimmen mit Hilfe des Internets. Der BVDW hat eine Woche lang schwerpunktmäßig Beschäftigte aus Unternehmen der digitalen Wirtschaft zum "Bundestagswahlkampf 2009 im Web" befragt. Insgesamt sind 110 Fragebögen in die Auswertung eingeflossen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

ZAPP kritisiert Engagement von Journalisten bei der neuen Quadriga Hochschule

Provokant eröffnet das NDR-Medienmagazin ZAPP am 16. September seine Sendung: "Der natürliche Feind des Journalismus ist die PR." Kritisiert wird in dem Beitrag, dass die neue Berliner PR-Ausbildungsstätte Quadriga Hochschule (ein Helios Media-Projekt) mit Peter Voß einen renommierten ARD-Journalisten zum

Medien compact (3) (38.KW-09)

01: **Welche Branchen in Deutschland sind fit für die Zukunft?** Und in welchen Regionen gibt es besonders viele solcher Zukunftsfelder? Diesen Fragen sind das Handelsblatt und Prognos in einer Studie nachgegangen. Das Schweizer Wirtschaftsforschungsinstitut hat im Auftrag des Handelsblatts alle 413 Kreise und kreisfreien Städte auf ihre Wachstumspotenziale untersucht. Der „Zukunftsatlas Branchen 2009“ zeigt, welche Standorte in Deutschland künftig zu den wettbewerbsstärksten deutschen Clusterregionen zählen. Ausgangspunkt der Analyse war, dass sich

die deutsche Wirtschaft global nur mit besonders technologie- und wissensintensiven Produkten und Dienstleistungen behaupten kann.

02: Die Print-Klassiker "Focus" und "Geo" verlieren in der Gunst der besserverdienenden Leser. "Spiegel" und "Stern" können dagegen geringfügig zulegen. Das ist das Ergebnis der Sonderauswertung AWA First Class, die das Institut für Demoskopie Allensbach jährlich herausgibt. Der "Spiegel", weiterhin die beliebteste Informationsquelle der sogenannten First-Class-Zielgruppe, gewinnt 0,1 Prozent an Reichweite im Vergleich zu 2008 und kommt damit auf 20,9 Prozent und 1,3 Millionen Leser. Auf Rang 2 liegt, wie schon im vergangenen Jahr, der "Stern" mit 19,8 Prozent. Das G+J-Magazin kann gegenüber der Vorjahresstudie um 0,7 Prozentpunkte zulegen. horizont.net

03: nachrichten.de, das automatisierte News-Portal der Tomorrow Focus ist in den öffentlichen Beta-Test gestartet. Ab sofort können alle Internet-Nutzer unter www.nachrichten.de das neue Angebot testen. nachrichten.de analysiert minütlich rund 500 deutsche Nachrichtenquellen. Meldungen zum gleichen Thema werden automatisch gebündelt, Themen-Ressorts zugeordnet, nach Relevanz gerankt und mit Bildmaterial versehen. nachrichten.de bietet ebenso einfache wie komplexe Suchmöglichkeiten im umfassenden News-Archiv, das bereits bis zum Januar 2009 zurückreicht sowie zehntausende automatisch erstellte Themen-Dossiers.

Services + Tipps

Oriella-Umfrage 2009: "Journalismus im digitalen Zeitalter"

Das internationale Oriella PR-Netzwerk hat die Studie „European Digital Journalism“ veröffentlicht. Die europaweite Untersuchung zeigt, wie die Digitalisierung der Medien die Arbeitsweise von Journalisten verändert und welche Auswirkungen die Wirtschaftskrise auf Medien und Journalismus hat. Teilgenommen haben insgesamt 354 Journalisten aller Mediengattungen aus Belgien, Deutschland, Frankreich, den Niederlanden, Spanien, Schweden und Großbritannien. In Deutschland wurde die Studie von den Oriella-Partnern PR-COM und Fink & Fuchs PR durchgeführt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GfK: Bürger wieder hoffnungsvoller

Die Deutschen blicken wieder etwas optimistischer in die Zukunft als noch vor ein paar Monaten. Die Zahl derer, die ein Ende der Krise für möglich halten, nimmt bundesweit leicht zu. Zudem fürchten immer weniger Menschen einen weiteren Absturz der Wirtschaft. Dies zeigen Ergebnisse aus drei Umfragen zur Krisendauer, die zwischen Mai und September im Auftrag der GfK-Nürnberg durchgeführt wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pressesprecher küren ihren "schönsten Fehler"

Pressestellen machen in ihrer Zusammenarbeit mit den Medien regelmäßig gravierende Fehler. Zu diesem selbstkritischen Ergebnis kamen am 10. September die Teilnehmer eines Workshops der

Deutschen Presseakademie (depak) in Berlin. Zum "schönsten Fehler" wählten sie Pressemitteilungen, die als Word-Dokument im Korrekturmodus verschickt werden. Die Unart, eine Mitteilung zu verschicken und dann für Rückfragen nicht mehr erreichbar zu sein, landete auf Platz zwei. Dahinter folgte der offene Verteiler für Presseinfos, bei dem jeder alle Empfänger sehen kann. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine + Tagungen

Termine compact (2) (38.KW-09)

01: Klassische Marketing- und PR-Ansätze reichen im Zeitalter des Web 2.0 nicht mehr aus, um die Meinungsbildung mündiger Zielgruppen zu steuern. Auf der **PR Club Hamburg**-Veranstaltung am 24. September demonstrieren Rene Hermes (CoreMedia), Hans-Joachim Gras (New Communication) und Anja Weitemeyer (eResult) unterschiedliche Techniken für den **Aufbau von Meinung und Ruf im Internet**. Die Veranstaltung beginnt um 19.30 Uhr im Mercure Hotel Hamburg an der Messe. Infos: pr-club-hamburg.de. Anmeldung über: www.presseportal.de/otsEinladung/event/4c31b5a324.

02: Die **DPRG Landesgruppe Norddeutschland** bietet unter der Leitung von Andrea Montua das neue Veranstaltungsformat **"Forum Interne Kommunikation"** an. Die erste gemeinsame Veranstaltung beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die interne Kommunikation: „Beim nächsten Mal wird alles anders. Was wir interne Kommunikatoren aus der Krise lernen können.“ Am 1. Oktober ab 18:30 Uhr im Hotel "Grand Elysee" in Hamburg. Anmeldung: DPRG LG Nord dprg-nord@ratingwissen.de.

Ausbildung + Seminare

Quadriga Foren: Zukunft Kommunikationsmanagement

Im Rahmen der Veranstaltungsreihe "Quadriga Foren" diskutieren unter der Moderation von Hochschulpräsident Peter Voß Verantwortungsträger die Zukunft des Kommunikationsmanagements und zeigen auf, wie eine professionelle Ausbildung den drängendsten Fragen des Kommunikationsmanagements begegnen kann: Quadriga Forum "Zukunft Kommunikationsmanagement". Die Stationen der Podiumsdiskussion: am 30. September in München; am 20. Oktober in Berlin; am 28. Oktober in Düsseldorf und am 21. November in Hamburg. Auf den Veranstaltungen informiert die Quadriga Hochschule Berlin, eine Ausgründung der Deutschen Presseakademie (depak), über ihr Studienangebot. Weitere Infos: www.quadriga.eu.

Weiterbildung zum PR-Berater mit Non-Profit-Zusatz

In sozialen und anderen Non-Profit-Organisationen sind trotz allgemeiner Finanzkrise erfahrene PR-Leute gesucht. Die Öffentlichkeitsarbeit ist in diesem Bereich noch vielfach ausbaufähig und wird vermehrt nachgefragt. Eine Weiterbildung zum zertifizierten PR-Berater (AKOMM oder PZOK) mit Zusatzqualifikation Non-Profit-PR bietet das Institut burcom an. Aufgeteilt auf fünf Wochenendmodule, startet der nächste Kurs Anfang November in Augsburg. Zielgruppe sind Personen, die in sozialen Organisationen, in Kultur, Wissenschaft oder Verbänden professionelle PR-Arbeit leisten wollen. Informationen unter www.burcom.de oder Telefon 089-45249700.

Ausbildung compact (2) (38.KW-09)

01: E-Mails, Briefe, Mailings Memos, Texte für Online-Medien oder Flyer – der Arbeitsalltag ist voll von schriftlicher Kommunikation. Vieles davon geht an der Zielgruppe vorbei. Um Kunden, Mitarbeiter, Vorgesetzte oder wichtige Opinionleader anzusprechen, ihnen die Inhalte verständlich zu vermitteln und sie so zum Handeln zu bewegen, braucht es Übung. Das **AFK-Seminar S4 – Schreibwerkstatt: überzeugend texten**, vom 26. bis 27. November in Alzey, trainiert treffende Sprache und klare Struktur. Infos: www.afk-online.com.

02: PR-Profis für das Kreativlabor Berlin. Um eine kompakte und praxisnahe Einstiegsmöglichkeit für Quereinsteiger zu schaffen, bietet das **Seminarzentrum Göttingen an seinem Standort Berlin-Wilmersdorf** eine siebenmonatige **Qualifizierung zum/r PR- und Media-Assistent/in** an. Erfolgreiche Qualifizierung zum/r PR- und Media-Assistent/in startet noch einmal am 12. Oktober. Infos: www.szg.de.

Das PR-Interview

Interview Nr. 17: Bilder, die das alte Image wegblasen sollen

"Das PR-Interview" wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation

PR-Interview mit Marc Oliver Hänig über die Öffentlichkeitsarbeit für die europäische Kulturhauptstadt Essen.

PR-Journal: Was erhofft man sich im Ruhrgebiet von der Kulturhauptstadt Essen über das Jahr 2010 hinaus?



Marc Oliver Hänig: So abgedroschen es klingen mag: Nachhaltigkeit ist nicht nur das Ziel, sondern auch unser Auftrag. Das Ruhrgebiet ist reich an Natur und Kultur - der Titel hilft, diesen Schatz auch sichtbar zu machen. Im Übrigen: Wer hätte das gedacht - der Pott als Hotspot? Die Besucher sollen auch nach 2010 noch kommen und staunen, und die Bewohner erfahren ein neues Bewusstsein: Hier ist es lebens- und liebenswert. Dieser Wandel durch Kultur lässt neue Bilder entstehen, die das alte Image wegblasen sollen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Bartel: Erfolgreiche Online-PR

Rainer Bartel: "Erfolgreiche Online-PR - Mehr Verkaufserfolg durch professionelle Öffentlichkeitsarbeit im Web". Verlag: Data Becker, Düsseldorf. Juni 2009. 374 Seiten. Preis: 39,95 Euro. ISBN: 978-3-8158-2965-3.
Rezension von Frank Hamm

Die Bedeutung des Internets hat für Unternehmen in den letzten Jahren rasant zugenommen. Die Anzahl der Veröffentlichungen zu Online-PR nimmt ebenfalls zu, um dem gestiegenen Bedarf Rechnung zu tragen. Doch die Literatur ist meistens konzeptionell orientiert oder behandelt Fragestellungen größerer Unternehmen. Rainer Bartels Buch "wendet sich ganz ausdrücklich an Selbständige und Unternehmen, die über ein sehr begrenztes Marketing-Budget verfügen" und will neben Grundlageninformationen vorwiegend pragmatische Anregungen, Anleitungen und Hinweise geben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Finanzinstitute: Banken in der Imagekrise

Das Ansehen der Banken bei den deutschen Führungskräften hat sich vor dem Hintergrund der Finanzkrise deutlich verschlechtert. Allerdings werden die Institute von den Managern nicht alle über einen Kamm geschoren. Wie private, genossenschaftliche und öffentliche Institute abschneiden und welche Lehren die Banker aus der Imagekrise ziehen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Führung: Frauen können alles - außer Karriere

Dass reine Männerteams an der Unternehmensspitze schlecht für die Rendite sind, ist mittlerweile erwiesen. Trotzdem bleibt die Tür zur Chefetage für Frauen oft immer noch verschlossen. Warum eigentlich? Sind Frauen die besseren Führungskräfte? Eine provokante Frage, auf die die Führungsforschung bis vor Kurzem noch keine klare Antwort hatte. Mangels weiblicher Masse in den Chefetagen konzentrierte sich die Wissenschaft bislang vor allem auf Männer. Doch seit einigen Jahren hat sich die Führungsforschung der Spezies Frau angenommen - und dabei Dinge herausgefunden, die eigentlich eine Revolution in den Chefetagen hätten auslösen müssen. Denn inzwischen steht fest: Frauen, die den Weg in die Führungsetagen schaffen, sind im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen die wirkungsvolleren und erfolgreichereren Führungskräfte. *Dem Artikel von Monika Henn am 18. September in [manager-magazin.de](#) [hier online weiterlesen](#).*

Wie weit darf PR gehen? Journalisten im Umgang mit Web 2.0

Das Web 2.0 hat das Internet verändert. Der passive Rezipient hat sich zu einem aktiven Nutzer entwickelt, der mithilfe von Blogs, Wikis oder Tags Beiträge publizieren kann, die für andere leicht zugänglich und zudem noch kommentierbar sind. Doch wie nutzen Journalisten die Web 2.0-Angebote in ihrem Arbeitsalltag? Welche Rolle spielen sie bei der täglichen Recherche und welche Glaubwürdigkeit wird ihnen zugeteilt? Genau diese Punkte untersuchte die Studie „Journalisten im Internet 2009“, die die Bernet PR AG für Kommunikation zusammen mit dem Institut für Angewandte Medienwissenschaft (IAM) in Zürich im Juli veröffentlichte. Das Ergebnis ist repräsentativ für die Medienschaffenden der gesamten Schweiz. *Den Artikel von Anne Kressler am 18. September im Blog "PR-Fundsachen" der PR-Studenten der Hochschule Darmstadt [hier online weiterlesen](#).*

Internes - aus der Redaktion

GoogleMap-Service für Datenbanken des PR-Journals

Für die Datenbanken des PR-Journals gibt es einen neuen optischen Service: die Termineinträge werden jetzt mit einer GoogleMap ergänzt, so dass der Tagungs-/Seminarort sofort zu lokalisieren ist. Auch die einzelnen Datenbankeinträge von Agenturen, Dienstleistern und Ausbildern enthalten zur Lokalisierung eine GoogleMap-Anzeige. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

Gesuche

Die 16 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

Angebote

Volontariat/Trainee

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

Redaktions- und Projektleiter/in in Köln gesucht, Schwerpunkt TV

Verstärkung gesucht! (Wiesbaden)

HEINRICH Agentur für Kommunikation sucht PR-Berater(in)

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung als Volontär/in bei COMMUNICATION Presse und PR!

Berater (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Olpe

Consultant (w/m) Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Junior Consultant (w/m) für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

PR-Berater/in Consumer Health, Frankfurt

orange:blue sucht junge Kommunikations-Entrepreneure, Berlin

neues handeln sucht Senior-Berater/in, Köln

Junior-Berater/in für die Atkon AG am Standort Wiesbaden (Kennziffer: A012)

Akima sucht PR-Berater (m/w) mit Agenturerfahrung in München

Unternehmen

Leiter/in Kommunikation, Balingen

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. September 2009 – 23:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **19.087 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-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Patrick Hacker, Leipzig; Ursel Reineke (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben (mathias.scheben[at]gmx.net), Rengsdorf.

Realisierung der Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

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

Ständige Kommentatoren:

Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg

Korrespondenten:

Bernd Oliver Bühler, Paris/Frankreich (bernd-oliver_buehler[at]web.de); Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frau.scheben[at]gmx.de).

Autoren + Rezensionen: (siehe PRJ-Homepage)

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf:

TwinShore Ltd., Eschenweg 55, 24558 Henstedt-Ulzburg
Telefon: +49 (0)4193 75.83.99 Telefax: +49 (0)4193 75.83.88
E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de

Anschrift (Herausgeber, Verlag und Redaktion):

Lendersbergstr. 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:

mailto:redaktion[at]pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL:

http://www.pr-journal.de, www.pr-journal.at, www.pr-journal.ch,
www.pr-journal.com, www.pr-journal.info, www.pr-journal.net.