

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 272 / 49. KW 2010

Seite 1

Erfolgsfaktor Zuhören: Möglichkeiten und Chancen der Analyse von Social Media

Der Berliner Kommunikationsdienstleister Ausschnitt Medienbeobachtung veröffentlicht ein **kostenloses Whitepaper zum Thema Social Media Analyse** und macht damit ein Stück Experten-Wissen für Kommunikationsverantwortliche abrufbar. Das Paper ist unter www.ausschnitt.de/whitepaper verfügbar und informiert über Grundlagen, Probleme und Analyseformate. Der wesentliche Schwerpunkt der Arbeit ist dabei die soziale Netzwerkanalyse. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Liebe PR-Profis: Das Warten ist zu Ende



Marie-Christine Schindler: Ja, ich gestehe: Ich bin ein begeisterter Digital Resident und für viele Menschen in meinem Bekanntenkreis ist es oft schwierig zu erfassen, was

mich am Social Web so fesselt. Diesen Erklärungsnotstand kenne ich, versuche ich doch schon seit zwanzig Jahren zu vermitteln, was PR ist. Da ich immer schon Internetaffin war, habe ich für meine Masterarbeit meine PR-Erfahrung mit der Online-welt verbunden und mein Wissen systematisiert. PR 2.0: Kommunikation im Social Web war das Thema, die Kernfrage jene, ob wir es mit einem Paradigmen-wechsel oder mit altem Wein in neuen Schläuchen zu tun haben. Zum ersten Mal in meinem Leben reite ich auf einem Trend vorne mit und erlebe eine Mischung aus Hochgenuss und Ungeduld.

*Den leidenschaftlichen Artikel von Marie-Christine Schindler am 9. Dezember im Blog von Thomas Hutter unbedingt [hier online weiterlesen](#). **Einer der besten und wichtigsten Artikel**, die ich seit langem gelesen habe! Vielleicht bewegt/bewirkt er ja was - in der Szene....(fff)*

Unternehmen, vergesst Wikileaks - die Büchse der Pandora ist geöffnet



Der Kopf der Whistleblower-Website, Julian Assange, wurde verhaftet. Aufatmen? Erleichterung? Genugtuung? Vielleicht bei der US-amerikanischen Administration. Aber hoffentlich nicht bei Unternehmen. Der Medienhype rund um Wikileaks der vergangenen Wochen war in Deutschland seltsam verengt: Die Berichterstattung konzentrierte sich auf ihren exzentrischen Gründer Julian Assange sowie die Veröffentlichungen von vertraulichen Depeschen und Informationen über Kriege. Es gab Titelgeschichten und ganzseitige Porträts.



Einige wenige wie der Spiegel dürfen sogar als exklusive Medienpartner mitmachen und mitverdienen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Fink & Fuchs PR erweitert Vorstand

Alexandra Groß, Michael Grupe und Boris Mackrodt wurden mit Wirkung vom 1. Januar 2011 in den Vorstand der Agentur Fink & Fuchs PR in Wiesbaden berufen. Stephan Fink wird ab 2011 Vorstandsvorsitzender der AG, der langjährige Partner und Gründer Martin Fuchs zieht sich aus dem operativen Geschäft zurück.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Thomas Wimmer verstärkt Geschäftsführung von Hill & Knowlton

Die internationale Kommunikationsagentur Hill & Knowlton hat Thomas Wimmer (43) mit Wirkung zum 1. Januar 2011 in die deutsche Geschäftsführung berufen und zum Leiter des Berliner Büros ernannt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (24) (49.KW-2010)

AGENTUREN:

01: **Christine Gilges** (34) komplettiert als Senior Art Director das Trio an der Kreationsspitze von achtung! (GPRA) in Hamburg. Sie kommt von von Tribal DDB und arbeitete vorher bei Springer & Jacoby, Philipp und Keuntje sowie Economia. Leiter der Kreation ist Creative Director **Lars Joseph**, der zuvor als CD bei Scholz & Friends tätig war und dort vornehmlich für Tchibo gearbeitet hat. Senior Art Director ist **Tanja Weichhold**, die sich bei Grey (G2) und red cell engagierte, bevor sie zu achtung! stieß.

02: **Anne Motz** (27), seit fast sechs Jahren PR-Consultant bei Publicis Deutschland in Frankfurt am Main, verlässt die Agentur, um im Januar eine neue PR-Position auf Unternehmensseite zu übernehmen. Ihr Nachfolger ist **Lutz Kordges** (36), der seit 2008 als Group Head des Corporate & Issue Management Teams bei Publicis Berlin tätig ist. Der Journalist war vorher seit 1998 als Redakteur und Reporter für SAT.1, ABC-News und N24 tätig.

03: **Helmut Stögerer** (43) tritt in die Geschäftsführung der Österreichischen Beratungsagentur Pleon Publico (ab 2011 Ketchum Publico) in Wien (AT) ein. Er war mehr als zehn Jahre als Geschäftsführer und Partner für PKP BBDO mitverantwortlich, in den letzten beiden Jahren war Stögerer als Managing Partner bei Accelor Consulting im Bereich Change Management tätig.

04: **Wolf-Dieter Zumpfort** (65) ist neuer Aufsichtsrat der Public Affairs Agentur CB.e Clausecker |



Bingel. Ereignisse in Berlin. Der promovierte Volkswirt war von 1979 bis 1983 Abgeordneter (FDP) des Deutschen Bundestages und kam 1990 als Direktor zu Preussag, die 2002 in TUI umbenannt wurde. Seit 2003 leitet Zumpfort die TUI-Konzernrepräsentanz in Berlin.

05: **Thorsten Wiese** (35) verstärkt als Redaktionsleiter das Hamburger Büro der Finanzkommunikationsagentur fischerAppelt, ziegler. Der Absolvent der Berliner Journalistenschule war zuletzt über fünf Jahre bei der Deutschen Presse-Agentur (dpa) in der Themendienst-Redaktion für die Ressorts Geld & Finanzen und Recht & Verbraucher verantwortlich.

06: **Oliver Bertschinger** (37) ist neuer Consultant bei der PR-Agentur Stöhlker in Zollikon (CH). Zuvor war er seit Dezember 2007 Media Relation Office Manager in der Zentrale des Finanzdienstleisters Zurich Financial Services und seit Februar 2010 Mediensprecher und Teamleiter Communications der Zurich Versicherungs-Gesellschaft.

07: **Ann-Christin Mai** (25) wird als Volontärin bei der Kölner Agentur rheinfaktor zur Kommunikationsberaterin ausgebildet. Sie studierte an der Kölner Hochschule Macromedia Medienmanagement mit dem Schwerpunkt PR und Kommunikation und lernte während des Studiums die Agentur als Praktikantin kennen.

UNTERNEHMEN:

08: **Marianne Dätwyler** (41) übernimmt ab Januar 2011 bei dem Schweizer Audi-Importeur AMAG in Schinznach-Bad (CH) die Position der PR-Managerin. Vor ihrer aktuellen Tätigkeit als Leiterin Unternehmenskommunikation bei GlasTrösch arbeitete sie viele Jahre bei Toyota in Safenwil (CH) als Medienverantwortliche für Toyota und Lexus. Dätwyler folgt bei AMAG auf **Harry Meier**, der nach fünf Jahren bei Audi Ende Oktober ausgeschieden ist.

09: **Bettina Feldgen** (48) verlässt nach sechseinhalb Jahren Tätigkeit die Unternehmenskommunikation der Metro-Gruppe in Düsseldorf, dort war sie zuletzt Leiterin des Bereichs Unternehmenskommunikation der Metro Group Asset Management. Davor arbeitete Feldgen bei der Metro-Tochter real. Ihr Bereich geht in den Aufgabenbereich des Leiters Unternehmenskommunikation **Peter Wuebben** (41) über.

10: **Kerstin Bartels** (45) wird am 1. Januar 2011 Leiterin Presse / Unternehmenskommunikation der Generali Versicherungen in München. Sie kommt von der Hannoveraner VHV Gruppe, bei der sie und ihr Team 2004 vom Verein der Versicherungsjournalisten als "beste Presse-stelle" ausgezeichnet wurde. Bartels folgt auf **Wolfgang Leix**, der mit Vollendung seines 60. Lebensjahres zum 1. März 2011 in den Ruhestand tritt.

PMG · Presse-Monitor®



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!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

11: **Sonja Horner** (35), **Johannes Gfrerer** (39) und **Herbert Ofner** (43) sind neue Sprecher der ÖBB-Holding in Wien (AT). Horner kommt von der PR-Agentur Pleon Publico, Gfrerer und Ofner haben bereits zuvor in der Kommunikationsabteilung der Österreichischen Bundesbahnen gearbeitet. **Michael Wimmer**, bisheriger Leiter der Externen Kommunikation, geht im Februar 2011 in Elternzeit.

12: **Monique Meyer** wird ab sofort den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des 2003 in Berlin gegründeten Unternehmens Schrott Punkt de aufbauen und leiten. Vorher war die studierte Politikwissenschaftlerin auf Agenturseite als Referentin für Öffentlichkeitsarbeit für Messeprojekte u.a. auf der Hannover Messe und der CEMAT tätig

13: **Irma Drews** (31) verantwortet ab sofort die Presse- und Marketing-Aktivitäten von Moving-IMAGE24 in. Sie kommt von der Online-PR-Agentur WayToBlue, wo sie als Key Account Manager Kunden aus dem Filmgeschäft betreute. Zuvor war die studierte Kommunikationswissenschaftlerin als PR-Redakteurin für den TV-Sender Sat.1 tätig.

14: **Daniel Oelker** (49) wird am 1. Januar 2011 Leiter Unternehmenskommunikation des Bettenherstellers Hilding Anders in Malmö (SE). Der gelernte Journalist verfügt über langjährige Erfahrungen in der Unternehmenskommunikation und war zuvor bei PLM/Rexam, SCA Hygiene

Products und Thule tätig.

15: **Svenja Kristin Robinson** (35) leitet bei dem Münchener Mietwagen-Vermittler Sunny Cars den Bereich Online-Marketing und -Kommunikation. Seit Januar 2007 arbeitete sie für die Online-Marketing-Agentur bigmouthmedia in München, bei der sie zuletzt als Senior Account Manager tätig war.

16: **Martin Neft** (42) wurde bei Dachser in Kempten zum Leiter des Fachbereichs Corporate Public Relations und zum stellvertretenden Pressesprecher ernannt. Der Diplomsoziologe war zuvor Referent Corporate Development / Public Relations bei dem Logistikdienstleister.

17: **Pascal Hollenstein** (39) wird Anfang 2011 neuer Pressesprecher der russischen Renova Group mit Sitz in Zürich (CH). Im September 2009 übernahm der langjährige "NZZaS"-Journalist die Medienstelle des Versicherungs-unternehmens Axa Winterthur.

MEDIEN:

18: **Stefan Wirtz** (53) wird zum 1. Januar 2011 ARD-Sprecher. An diesem Tag übernimmt der WDR vom SWR den ARD-Vorsitz. Wirtz leitet seit 2003 die Redaktion der Talksendung "hart aber fair". Seine Stellvertreterin wird **Bettina Altenkamp** (42) die zuletzt als Radiokorrespondentin für den WDR im ARD-Hauptstadtstudio Berlin wirkte. kress.de

PMG · Presse-Monitor®



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!

Mehr Info? Bitte hier klicken!

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

19: **Erik Wankerl**, Creative Director der Bremer Agentur red pepper, wurde auf der Jahreshauptversammlung des Kommunikationsverbandes Nordwest zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden gewählt. Er übernimmt das Amt von **Frank E.W. Fromme** (LCF LiveCom Fromme). Bestätigt wurden **Maya de Silva** (de Silva, Das und Partner) als Vorstandsvorsitzende und **Stephan Kappen** (Gruppe für Gestaltung) als Vorstand Finanzen.

20: **Mira Martz** wird ab 17. Januar 2011 als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Schaustellerbund in Berlin tätig. Zuvor war die gelernte Juristin (Ass.jur.) von 2008 bis 2009 Head of Communications bei econique summits und dann bis Ende 2010 PR-Beraterin bei Doebler PR-Agentur für Kommunikation und Politik.

21: **Eva-Maria Hertkens** (38) hat die Leitung der Abteilung Public Relations & Kampagnen bei Unicef Deutschland in Köln übernommen. Zuvor war sie vier Jahre für die Bergmoser + Höller Agentur für Kommunikation und Sozialmarketing in Aachen tätig, davon die letzten beiden Jahre als stellvertretende Geschäftsführerin.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Johanna Jenckel** (30) verstärkt als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit das Team Öffentlichkeitsarbeit der Hamburg Tourismus Gesellschaft (HHT). Neu hinzu kommt außerdem **Christin Bösche** (28), die zukünftig Ansprechpartnerin für Presse- und Studienreisen in die Hansestadt sein wird. Jenckel arbeitete zuvor drei Jahre im Hamburger Büro der Kommunikations-agentur A&B One

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikationserfolg durch schnellen Zugriff auf die wichtigsten Kennzahlen. Erzeugen Sie mit einem Klick ein attraktives Reporting für das Management.

Das webbasierte Tool für das Kommunikationsmanagement

Wir stellen alle relevanten Informationen über eine zentrale Plattform bereit. Sie können verschiedene Module flexibel nach Ihren Anforderungen zusammenstellen.

www.communication-performance.de

(GPRA). Sie folgt auf **Bea Röttgers**, die zum 1. November 2010 nach sechs Jahren bei HHT zu Österreich Werbung als Markt-Managerin Norddeutschland wechselte. Bösche arbeitete zuvor in Mexiko Stadt bei der Heinrich-Böll-Stiftung und danach beim Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD mit dem Arbeitsschwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit.

23: **Birgit Reinemund** (51) wurde von der Arbeitsgemeinschaft Kommunalpolitik der FDP-Bundestagsfraktion zur neuen Vorsitzenden der AG und damit auch zur neuen kommunalpolitischen Sprecherin der FDP-Bundestagsfraktion gewählt. Reinemund tritt damit die Nachfolge der Vize-Fraktionsvorsitzenden **Gisela Piltz** an.

24: **Ralf Birkner** wird Persönlicher Referent des Bonner Oberbürgermeister Jürgen Nimptsch (SPD). Der katholische Diplom-Theologe ist derzeit bei der Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) beschäftigt und dort als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der UN-Millenniumskampagne zuständig.

Etats

Edelman gewinnt weiteren PR-Etat von Shell

Shell Deutschland Oil in Hamburg beauftragt Edelman Deutschland ab sofort mit der Marken- und Produktkommunikation für ihre Shell Markenpartner in Deutschland. Über diese beliefert das Mineralölunternehmen private und gewerbliche Endkunden in Deutschland mit Shell Heizölen sowie Geschäftskunden aus allen Branchen mit Dieselmotoren, wie z. B. Shell FuelSave Diesel. Neben dem neu gewonnenen Geschäftsbereich Commercial Bulk Fuels verantwortet die Consumer Practice am Edelman Standort Hamburg bereits seit 2006 die Markenkommunikation für den Retail-Bereich von Shell Deutschland.

Etats compact (13) (49.KW-2010)

01: Continental Chassis & Safety, Frankfurt am Main

was: *einjähriger PR-Auftrag*

an: **GolinHarris**, Frankfurt am Main

02: Stark Verlag, Hallbergmoos

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Gabriele Becker – Die Agentur für Presse & Öffentlichkeit**, München

- Anzeige -



Bestellen Sie jetzt **die komplette Zimpel-Datenbank auf CD** zum Aktionspreis von nur einmalig Euro 399,00 statt regulär Euro 1.540,00. Mit der letzten Ausgabe ZDATApus recherchieren Sie nach mehr als 90.000 Medienkontakten. Außerdem haben Sie Zugriff auf mehr als 40.000 Sonderthemen und Sonderseiten der Printmedien. **Ohne Abonnement oder anderweitige Verpflichtungen!** Dieses Angebot gilt bis 15. Dezember 2010. Jetzt bestellen unter www.zimpel.de!

03: GEFU Küchenboss, Eslohe

was: *gesamter Kommunikationsauftritt*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

04: adnomics, Bielefeld

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Rabees*

an: **Tonka Performance PR**, Berlin

05: Kreiskrankenhaus Bergstraße, Heppenheim

was: *Videoprojekt für die Fachabteilung Viszeralchirurgie*

an: **Profilwerkstatt**, Darmstadt

06: A.O.T. Privates Institut, Winklarn

PR-Konzept für die Print-, Online- und Social Media-Kampagne

an: **Lewis PR**, München

07: Miet24, Berlin

was: *Social Media Aktion "Die schönsten 24"*

Stunden Deines Lebens“

an: **Circus PR**, Berlin

08: Madison Property, Berlin

was: *Finanzkommunikationsberatung und Begleitung beim Börsengang*

an: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

09: Corus Centermanagement, Düsseldorf

was: *komplette öffentliche Kommunikation für das Shopping-Center Sevens*

an: **Butter**, Düsseldorf

10: AstraZeneca, Wedel

was: *Kommunikationskonzept im Rahmen der "Initiative Herzbewusst - Leben nach dem Infarkt"*

an: **Heye DDB Health**, München / **Edelman**, Hamburg

11: Panorama Golf Passau-Fürstzell

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-Auftritt für Deutschlands ersten Feng Shui Golfplatz*

an: **Comeo**, München

12: Verband der Uniklinika Deutschlands (VUD), Berlin

was: *Entwicklung einer Kommunikationsstrategie, die Presse- und Medienarbeit sowie die Entwicklung, Planung und Durchführung von zentralen Kommunikationsmaßnahmen*

an: **Ketchum Pleon** (GPRA), Büro Dresden

13: Trägerverein Wisent-Wildnis-Wittgenstein, Bad Berleburg

was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, Markenbildung und Imagepflege, Internetentwicklung und -betreuung, Veranstaltungsorganisation sowie die konzeptionelle Weiterentwicklung des Wisent-Projektes.*

an: **embe consult**, Bad Berleburg

- Anzeige -



Am **24. und 25. Februar 2011** veranstaltet die Quadriga Hochschule Berlin gemeinsam mit dem Magazin pressesprecher die Tagung **Onlinekommunikation** in Berlin. Referenten und Workshopleiter stellen vor, wie Unternehmen Soziale Medien innovativ einsetzen – insbesondere in der Krisen- und der internationalen Kommunikation. Zu den Spezialthemen der Tagung zählen Social Media Guidelines und die „Netiquette“ sowie die rechtlichen Fallstricke des Social Web. Die zweitägige Veranstaltung bietet den Teilnehmern Raum für fachlichen Austausch und Networking. www.tagung-onlinekommunikation.de

Branche

MHMK Studie Unternehmenskommunikation - Reparaturbetrieb für das Management?

Ist Unternehmenskommunikation eine von Führungskräften anerkannte Management-Disziplin? Dieser Frage ging ein Forschungsprojekt der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, nach. Das Ergebnis: Mehr als die Hälfte von 60 befragten Agenturen für Public Relations meint, dass Unternehmenskommunikation auch in kritischen Situationen wie tiefgreifenden Veränderungsprozessen eher ein Reparaturbetrieb als eine anerkannte Management-Disziplin ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (49.KW-2010)

01: Christine Wohlgemuth und Doreen Adolph heißen die **Preisträgerinnen des Günter-Thiele-Preises 2010**. Wohlgemuth erhält den Preis in der Kategorie „Magisterarbeiten“ für ihre akribische Rekonstruktion der UNICEF-Vertrauenskrise. Adolphs Bachelorarbeit setzt sich mit Geschichtskommunikation am Beispiel des 450jährigen Jubiläums der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden (SKD) auseinander. Infos: www.communicationmanagement.de.

02: Gleich drei Mitglieder des internationalen **ECCO Agenturnetzes** sind unter den **Preisträgern des European Excellence Awards**, der jetzt in Prag vergeben wurde. ECCO Niederlande/Bex Communicatie, Eindhoven, wurde in der Kategorie „Change Communication“ für eine Kampagne ausgezeichnet, die bei der E-Plus-Muttergesellschaft KPN mittels "Storytelling" die neue Unternehmensstrategie in den Köpfen der Mitarbeiter verankerte. ECCO Frankreich/Wellcom, Paris, erhielt einen Award für die beste französische Kampagne. Durch direkte Einbeziehung und Aktivierung der Zielgruppe hat Wellcom die Neupositionierung der Web-Community letsbuyit.com wirkungsvoll unterstützt. ECCO Spanien/Marco de Comunicacion, Barcelona/Madrid, konnte die Kategorie „Produkt Relaunch“ für sich entscheiden. Die Agentur hat die Gebäckmarke Artiach der Pan-Rico-Gruppe durch ein multimediales Konzept wieder im Bewusstsein der Verbraucher verankert.

03: Die Frankfurter Public- und Investor Relations-Agentur financial relations gmbh hat Ihre Services im Bereich Social Media stark ausgebaut. Gerade im Internet findet zunehmend eine immer größer werdende Anzahl von Aktionären und Finanzmarktinteressierten eine Meinungsheimat und beeinflusst aktuell und direkt Kurse und Bewertungen. Die Bandbreite

des Meinungs-austausches reicht von Blogs über Online-Foren und Social-Networking-Seiten bis hin zu Video-Sharing-Seiten. Vor allem Privataktionäre, aber auch immer mehr professionelle Akteure in der Financial Community, nutzen das Internet als Informations- und Diskussionsplattform. **financial relations etabliert erfolgreich Social Media in der Finanzkommunikation.**

04: Die Hamburger Kommunikationsagentur **Straub & Linardatos** (S&L) (GPRA) erweitert ihr Online-Angebot um ein **Agenturblog** www.agentur.pr. Schwerpunkt des Blogs ist der Diskurs über aktuelle Themen der Branche. Zudem informiert S&L über die Social Media-Aktivitäten der Agentur und bietet Wissenswertes rund um das Thema Kommunikation. Agentur.pr dient als Basisplattform aller von S&L bespielten Social Media-Formate.

Internationale PR

Der WikiLeaks-Skandal und die Zukunft der PR

Kaum ein Name tauchte in den letzten Tagen häufiger in den Medien auf als "WikiLeaks". Die Internetplattform hat der Öffentlichkeit normalerweise unzugängliche Dokumente präsentiert, die von politischer, diplomatischer oder ethischer Bedeutung sind. WikiLeaks-Sprecher Julian Assange sitzt mittlerweile in London in Haft, die Amerikaner wollen den 39-jährigen Australier in den USA vor Gericht anklagen. Dana Jumanca, Managing Partner von Achelis&Partner Bukarest und Leiterin des Forum for International Communication fragte dazu Peter Debreceny, den früheren Chairman des amerikanischen Institute for Public Relations (IPR) und Vizepräsidenten der angesehenen Arthur W. Page Society. Fragen und Antworten sind im englischen Original-Text

belassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Den Artikel von Tanja Kiellisch am 08. Dezember in "contentmanager.de" [hier online weiterlesen](#).

Social Media + Web 2.0

Die Hälfte aller Internetuser nutzt Suchmaschinen für Informationen im Gesundheitsbereich

Ob auf der Suche nach apothekenpflichtigen Medikamenten, einem Arzt oder einer Krankenversicherung: Mehr als die Hälfte aller deutschen Internetnutzer zieht bei Gesundheitsfragen Online-Suchmaschinen zu Rate, so eines der Ergebnisse der Digital Influence Index Studie, die von Fleish-an-Hillard und Harris Interactive durchgeführt wurde. Auch Produktbewertungsseiten und Kommentare anderer Internetnutzer spielen bei der Entscheidungsfindung im Gesundheitsbereich eine große Rolle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sprechen Sie Twitterisch? - 10 Tipps für die Kommunikation auf Twitter

Twitter ist längst kein Kommunikationskanal mehr, der, wenn überhaupt, nur nebenbei und ohne Sinn und Plan genutzt wird. Unternehmensverantwortliche haben erkannt, dass sich Ihre Nachrichten schnell viral verbreiten können und sich Kontakte unkompliziert knüpfen lassen. Doch der Umgang mit Twitter ist besonders für Anfänger nicht immer einfach. Das Kommunikations-Tool weist neben einigen spezifischen Bedienungsmöglichkeiten ebenso eine sehr eigene Sprachkultur auf. Diese hat sich mit der Zeit entwickelt und will erlernt werden. Im Folgenden stehen zehn Tipps, auf welche Formulierungen und Sprachfinessen man achten sollte.

Der Hype um Social Media

Google Streetview, Wikileaks und Facebook beschäftigen in diesem Winter die Gemüter. Dabei ist das Internet schon längst nicht mehr ein nur passiv genutztes Instrument, sondern dient dem Austausch persönlicher Informationen und der Selbstdarstellung in Foren, Blogs und sozialen Netzwerken. Twitter, die Lokalisten und Xing liegen im Trend; schon zehn Millionen Deutsche sind beim Marktführer Facebook angemeldet. Das Nürnberger Markenforschungsinstitut K&A BrandResearch und der Online-panelspezialist Respondi wollten es genau wissen und befragten über 1.000 Deutsche nach ihrem Nutzungsverhalten sozialer Netzwerke.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (49.KW-2010)

01: **Twitter laut US-Studie noch lange kein Massenmedium.** Zäher Vormarsch: Der Kurznachrichtendienst Twitter kommt nur langsam voran auf dem Weg vom Medienphänomen zum Mainstream. Er gewinnt zwar nach eigenen Angaben 2010 rund 100 Mio neue Twitterer, darunter Promis wie den Dalai Lama, Donald Rumsfeld und Tiger Woods. Aber: In den USA sind laut einer aktuellen Untersuchung des PEW Forschungsinstituts nur acht Prozent aller US-Onliner Twitternutzer. Von ihnen ist wiederum nur ein knappes Viertel Heavy User und checkt seine Tweets mehrmals täglich. Will sagen: Nur jeder 50. US-Amerikaner ist ein echter Twitter-Junkie. [turi2.de](#)

...und dann noch das:

Eine **jahreszeitlich passende virale Kampagne von Junkers**: Eisige Temperaturen auf einer spiegelglatten Straße und ein strauchelnder Held – vollbepackt mit Weihnachtsgeschenken. Ob das gut geht, bestimmt man selbst. Auf dem YouTube-Channel "MerryJunkers" ist das einzige Bekannte ein Temperaturregler. Über diesen wird man selbst zum Regisseur des interaktiven Videos und versetzt den Hauptdarsteller mit einem Dreh in verschiedene Situationen.

junkers.com

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Blogger 2010



And the winner is... Uarr. Im Web 2.0 stehen gerade ernste Themen auf der Tagesordnung: Wikileaks, der Jugendmedienschutzstaatsvertrag, Stuttgart 21, die Bankenkrise in Irland. Es wurde viel geschrieben, viel gesagt, viel diskutiert und analysiert. Mit einem Blick auf die Trending Topics der deutschsprachigen Tweets am neunten Dezember fällt eine Veranstaltung namens "Blogger 2010" auf. Mit jeder Menge Spaß, der nötigen Portion Humor und 564 Tweets schafften es Franziska Bluhm, Thomas Knüwer und Daniel Fiene mit ihrem Event an die Spitze der deutschen Twitter-Charts. Mit 98,2 Prozent wurden die Beiträge beinahe ausschließlich über den Microbloggingdienst verbreitet. Lediglich zehn Blogbeiträge greifen das Thema auf.

Die 7. Nachrichten-Übersicht (49.KW) des Serviceangebots "SocialMediaAnalyse" des PR-Journals (powered by [altares Mediamonitoring, Düsseldorf](http://altares.com)) [hier als PDF herunterladen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Journalisten glauben an Paid Content, Stellenabbau macht Redaktionen durchlässiger für PR

Knapp zwei Drittel aller Journalisten bezweifeln, dass Apps für iPhone, iPad und andere Tablet-PCs das Potenzial haben, die Umsatzverluste im Printgeschäft auszugleichen. Paid Content ist noch immer im Gespräch: Für die einen haben Bezahlinhalte im Netz ihre besten Zeiten noch vor sich, für die anderen wird es "immer ein Nischenprodukt" bleiben. Der Abbau fester Redakteure in den Redaktionen macht Journalismus heute durchlässiger für PR. Das hat eine neue Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor ergeben. Knapp 700 Journalisten haben an der Untersuchung teilgenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Meedia: Die besten Viral-Spots des Jahres

Viral-Videos boomen. Etliche Unternehmen setzen auf virale Kampagnen, um ihre Marken bekannt zu machen – und produzieren eigens dafür Spots, die sich übers Internet verbreiten sollen. Neben vielen schlechten Beispielen kursieren mittlerweile auch jede Menge witzige, geistreiche oder auch faszinierende Clips im Web. Zehn der besten in diesem Jahr gedrehten Videos hat "Meedia" (*danke!*) gesammelt. Einige sind allseits bekannt,

bei anderen handelt es sich um geheime Netz-Perlen.

[Hier den Artikel auf "Meedia" weiterlesen](#) und vor allem die besten Videos ansehen - also mein Favorit ist der Evian-Kleinkinder-Spot. (fff)

Carolin Emcke ist "Journalist des Jahres" 2010, Hans Werner Kitz wird für sein Lebenswerk ausgezeichnet

Die freie Autorin Carolin Emcke wird von der Fachzeitschrift "medium magazin" mit dem Preis "Journalist des Jahres 2010" ausgezeichnet. In der Begründung der Wahl durch eine rund 70-köpfige Jury heißt es: "Carolin Emcke hat 2010 durch ihre publizistischen Beiträge der gesellschaftlichen Debatte in Deutschland wichtige Impulse gegeben. Ihr ist es beispielhaft gelungen, Themen wie kulturelle Identität und gesellschaftliche Konfliktsituationen aus der nationalen Bauchnabelschau zu holen und in den notwendigen internationalen Kontext einzuordnen. In der Vielfalt ihres publizistischen Wirkens - als Reporterin, Essayistin und Buchautorin - zeigt sie eine außergewöhnliche Bandbreite mit hoher intellektueller Unabhängigkeit in ihrer Urteilskraft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (49.KW-2010)

01: Die überwundene Finanz- und Wirtschaftskrise hat weltweit ähnliche Auswirkungen auf die junge Generation zwischen 18 und 24 Jahren. Dies zeigt die internationale Initiative-Studie The Reset Generation. Das Gesamtergebnis zeigt, dass sich die junge Generation an ihre Ausgangssituation angepasst hat und mit Hilfe von digitalen Technologien und Mechanismen wie Mobile oder Social Media bewusst Marken konsumiert und sich mehr über diese mit

persönlichem Engagement austauscht als zuvor. Diese Entwicklung nimmt auch Einfluss auf Unternehmen: Sie müssen ihre Kommunikationsstrategien an die junge Generation anpassen. [initiative-newsroom.de](#)

02: Obwohl das Internet rund um die Uhr sämtliche Nachrichten in Wort und Bild liefert: Die großen TV-Nachrichtensendungen waren 2010 so erfolgreich wie seit vier Jahren nicht mehr. "Tagesschau", "Tagesthemen", "heute-journal", "RTL aktuell" und "Sat.1 Nachrichten" verbesserten ihre Zuschauerzahlen gegenüber dem Vorjahr eindeutig, einzig die 19-Uhr-"heute"-Ausgabe blieb unter den Vergleichszahlen. Die klare Nummer eins bleibt dabei auch 2010 die 20-Uhr-"Tagesschau". Größter Gewinner unter den öffentlich-rechtlichen Nachrichtensendungen sind nach absoluten Zuschauerzahlen gerechnet in diesem Jahr die "Tagesthemen". [meedia.de](#)

03: dapid fahndet nach Text- und Fotodieben: Vergangenes Jahr war es noch die AFP, die für Aufsehen sorgte, weil sie das Netz auf Kopien ihrer Meldungen durchforstete und Abmahnungen verschickte. Jetzt ist klar: Das Hamburger IT-Unternehmen Lernhaus GmbH, das mit der Technik "Textguard" die AFP unterstützt, hat seinen nächsten Großkunden. Wie das MEEDIA-Tickerblog erfahren hat, ist es die Nachrichtenagentur dapid. Und die hat es neben Textdieben auch auf illegale Nutzer ihrer Fotos abgesehen - greift bei ihren Abmahnungen aber mitunter daneben. [meedia.de](#)

...und dann noch ein Jahresrückblick der anderen Art:

2011: RTL wird verkauft, Niggemeier singt, Don rupft Konstantin. Normalerweise ist jetzt die Zeit der Jahresrückblicke. Weil es davon aber viel zu viele gibt und weil Medienblogger sich gerne selbst

nachsagen, alles grundsätzlich schon vorher gewusst zu haben - gibt es zwar einen Jahresrückblick, aber keinen auf 2010, sondern auf 2011. 2011 war ein derart bewegtes und interessantes Jahr, dass wir alle gerne darauf zurückblicken. blog-cj.de

Services + Tipps

presstext verschenkt Online-PR-Ratgeber

Ein ganz besonderes Geschenk hat presstext kurz vor Weihnachten für seine Leser parat. Die Nachrichtenagentur verschenkt den erfolgreichen Online-PR-Ratgeber "Der Königsweg für Low Budget Öffentlichkeitsarbeit" von "Werbe-therapeut" Alois Gmeiner. Das Buch des presstext-Trainers steht ab sofort und noch bis zum 31. Dezember 2010 als E-Book (Vollversion als PDF) unter www.werbetherapeut.com zum kostenlosen Download bereit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (3) (49.KW-2010)

01: Der vierte Band des **Jahrbuchs der Unternehmenskommunikation** ist soeben im Econ-Verlag in Berlin erschienen. Mehr als 90 Nominierte und Preisträger des Econ-Awards 2010 stellen sich mit ihren Arbeiten (Best-Practice-Beispiele der Corporate Communication) vor. Das Jahrbuch ist im Buchhandel erhältlich. ISBN-13: 978-3430201049 - Preis: 129 Euro.

02: **Checklisten Öffentlichkeitsarbeit:** So vermitteln Sie Vertrauen, Sympathie und Glaubwürdigkeit bei Ihren Zielgruppen. Von

Thomas Johne, Darmstadt. Ob Kleinunternehmer, Firmengründer oder Freiberufler - wenn Sie sich heute erfolgreich im Markt durchsetzen wollen, brauchen Sie ein gutes Image und einen hohen Bekanntheitsgrad, müssen Sie Sympathie und Vertrauen aufbauen. Dies erreichen Sie mit Hilfe gezielter Öffentlichkeitsarbeit (PR). *Den Artikel auf akademie.de [hier online weiterlesen](#).*

03: Wenn Pressemitteilungen im Internet veröffentlicht werden, finden sie beinahe immer Zuprsuch und werden nur selten hinterfragt. Werden Inhalte kommentiert, so geschieht das in der Regel positiv – und das obwohl das Internetpublikum gerade zu Zeiten des Social Web als besonders kritikfreudig gilt. Das zeigt eine **Studie des Fachgebiets Public Relations und Technikkommunikation der Technischen Universität Ilmenau** in Zusammenarbeit mit der PR Agentur Scervo Public Relations aus München. Die Arbeitsgruppe untersuchte 32 Pressemeldungen und deren Resonanz auf insgesamt 6.647 Webseiten. Weitere Informationen zur Studie: www.presseportal.de/pm/82427/1725691/scervo_public_relations.

Termine + Tagungen

Hochmut, Hausaufgaben, Horizonte - Verteidigungsminister zu Guttenberg über Karriere

Wie sieht der Start des Höhenflugs aus? Zum Auftakt der Veranstaltungsreihe „Köpfe und Zeiten – Das Gespräch“ diskutierte Frank Schirrmacher, Mitherausgeber der FAZ Frankfurter Allgemeine Zeitung, am 7. Dezember in München mit Verteidigungsminister Karl-Theodor zu Guttenberg (CSU) über das Thema: „Karriere – Was man heute wissen muss“. Der häufig als „Shootingstar der

Politik“ betitelte gab sich dabei eher zurückhaltend. „Karriere ist nicht immer planbar, für niemanden. Umso wichtiger ist es, nicht mit zu viel Hochmut an seine Sache ranzugehen, um beim Scheitern nicht zu tief zu fallen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Drittes „PRSH im Gespräch“ rund um Ethik im Web 2.0

„Wird jetzt alles ethisch(er)? – Die PR-Branche nach der Social-Media-Revolution“ lautete der Titel der dritten Podiumsdiskussion der PR-Studierenden Hannover (PRSH) am 6. Dezember. Auf dem Podium des Leibnizhauses in Hannover diskutierten PR-Experten aus Agenturen und Unternehmen vor 70 Gästen über Ethik, Social Media und Hahnen-kämpfe. Wie sieht die PR-Branche nach der Social-Media-Revolution aus? Der Ansatz der dritten Podiumsdiskussion der PR-Studierenden Hannover erscheint aus studentischer Sicht einleuchtend. Schließlich sind Twitter, Facebook und Konsorten inzwischen Alltag in Agenturen und Unternehmen und wirbelten die PR gehörig durcheinander. Oder doch nicht? Wer der Podiumsveranstaltung des PRSH lauschte, der wurde eines Besseren belehrt: Weder Mario Köpers (Tui), Petra Friedlaender (Molthan van Loon) noch Monika Prött (Deutscher Rat Public Relations) hatten eine Revolution wahrgenommen. Die logische Folge: Es gebe auch keine neue Ethik.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR- und Marketing-Experten treffen sich zum weltweiten Top-Anlass in Davos

Unternehmenskommunikation, Marketing und PR entwickeln sich mit Internet und Social Media immer rascher zu globalen Herausforderungen. Exakt diesen Trends widmet sich das zweite globale Forum „Communication On Top“ Mitte Februar 2011 in Davos. Dort treffen sich Experten aus der ganzen Welt, um die aktuellen und künftigen Entwicklungen zu diskutieren. Einer der Höhepunkte wird das Streitgespräch zwischen der PR-Legende Paul Holmes („The Holmes Report“) dem Marketing-Experten Garrett Johnston sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (49.KW-2010)

01: Das nächste **Convento PR-Frühstück** findet am 27. Januar 2011 in Hamburg statt. Thema: "Wie Öffentlichkeitsarbeit hilft, ein gutes Image zu schärfen - und damit den Vertrieb unterstützt" mit Holger Klapproth, Leiter Commercial Communication bei Engel & Völkers. Infos und Anmeldung unter www.convento.de.

02: Am 14. April 2011 findet in Wiesbaden der **Media & Marketing Kongress 2011** statt. Thema: "Markenbildung und Werbeeffizienz in digitalen Zeiten". Veranstalter sind der Gabler Verlag, der media daten verlag und das Magazin media spectrum. Infos: www.mumkongress.de.

03: Die nächste **Tagung "Onlinekommunikation - Chancen und Risiken im Web 2.0"** veranstaltet die **Quadriga Hochschule** am 24. und 25. Februar 2011 in Berlin. Tagungsbroschüre, Themen und Infos: www.tagung-onlinekommunikation.de.

04: Der **4. BDEW-Kommunikationstag** am 24. und 25. Februar 2011 in Berlin gibt Antworten auf die aktuellen Fragen von Versorgungsunternehmen: • Welche Branchenentwicklungen und Innovationen haben kommunikativen Nutzen und können das Image nachhaltig beeinflussen? • Welche Trends der Medienberichterstattung gewinnen aktuell an Bedeutung? • Wie gelingt die strategische Einbindung von Social Media im Unternehmen? • Welche Faktoren prägen die Berichterstattung von Journalisten im Falle eines Ereignisses? • Wie werden Energiepreise vom Kunden wahrgenommen? Infos: www.bdew.de.

Ausbildung + Seminare

TV-Moderator zeigt PR-Nachwuchs, wie man erfolgreich präsentiert und verkauft

Am 14. und 15. Januar 2011 findet das zweite Seminar des Weiterbildungsprogramms Junior Academy in Düsseldorf statt. Diesmal heißt es "Professionell präsentieren & fulminant verkaufen". Trainer ist der erfahrene TV-Moderator und Coach Georg Holzach, Veranstalter das PR Career Center.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fortbildungsangebote 2011 der DAPR

Auch im nächsten Jahr führt die DAPR Deutsche Akademie für Public Relations, Frankfurt am Main ihre bewährten Grundausbildungen fort. Die **35. Grundausbildung beginnt am 04. Februar 2011**. Im Vordergrund der seit 13 Jahren angebotenen Ausbildung steht die komprimierte Vermittlung von praxisorientiertem PR-Fachwissen.

Kommunikative Maßnahmen selbständig zu planen, umzusetzen und deren Ausführung oder Produktion zu überwachen, sind neben der Erarbeitung von PR-Strategien und dem passgenauen Einsatz von PR-Instrumenten wesentliche Zielsetzungen. Die insgesamt vier Unterrichtsmodule (jeweils von Freitag bis Sonntag) schließen mit einem Teilnahmezertifikat der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) ab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (2) (49.KW-2010)

01: **Interne Kommunikation 2.0 im E-Learning-Kurs der scm**. Am 8. März 2011 startet der neue E-Learning-Kurs „Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation“ der scm – school for communication and management, Berlin. In fünf 90- bis 120-minütigen Videosessions beleuchten bis zum 5. April jeden Dienstag ab 17 Uhr wechselnde Referenten verschiedene Aspekte im Hinblick auf eine Interne Kommunikation 2.0. Im Fokus stehen Tools mit ihren Stärken und Schwächen, die Plattform Intranet und eine Unternehmenskultur bis hin zur Arbeitswelt 2.0. Abgerundet wird der Kurs durch die Themen Controlling und rechtliche Aspekte. Weitere Informationen zum Kurs auf www.scmonline.de.

02: Die Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation **DAMK** bietet einen neunmonatigen **PR-Wochenend-Studiengang "Fachwirt Public Relations"**. Ab sofort kann man sich für den Start am 25. Februar 2011 einschreiben. Infos: www.damk.de. Am 16. Dezember gibt es in Düsseldorf einen Informationsabend mit Horst Harguth und Eberhard Knödler-Bunte. Anmeldungen hier: info@damk.de.

Presidents' Corner

Demnächst hier...

...im neuen Jahr: die Seite für die Präsidenten von sechs Kommunikations-Verbänden. Sie werden zu Fragen ihrer Arbeit und zu interessanten Fragen der Branche (persönlich) Stellung nehmen. Wir freuen uns...

Kommentare

WikiLeaks-Sperrungen: Im Zweifel für die Meinungsfeigkeit

Schützt die US-Verfassung WikiLeaks? Nur Gerichte könnten entscheiden, wie weit die Plattform gehen darf - doch Amazon & Co. sperren die Aktivisten einfach aus, statt es auf eine Klärung ankommen zu lassen. Die Feigheit der Konzerne bedroht die Freiheit im Netz. Die Enttäuschung ist groß - die Wut noch größer. Warum entscheiden Internetunternehmen wie Amazon und PayPal, dass sie WikiLeaks nicht als Kunden wollen? Verärgerte Bürger rufen in Online-Foren, auf Facebook und Twitter zum Boykott auf. Oft fällt der harte Vorwurf der Zensur. Im Moment führt dieser Begriff in die Irre. *Den Kommentar von Konrad Lischka am 9. Dezember in "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).*

Wikileaks: Das Ende der Kontrolle



Die Welt steht staunend vor dem Phänomen Wikileaks und hält es für etwas Neues. Neu ist aber nur die Quantität, nicht die Qualität. Neu ist die Unsicherheit der Medien darüber, wie sie Wikileaks einordnen soll und neu ist die

Erscheinung, dass private Unternehmen sich derartig gegen ein Medium stellen, dass die Auswirkungen von staatlicher Zensur und Repression kaum zu unterscheiden sind. Neu ist auch, dass nicht Medien dem Medium Wikileaks solidarisch und wirksam helfen, sondern engagierte Bürger weltweit einen Cyber War führen für eine Sache, die sie als ihre Sache ansehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über... einen verhinderten Krieg dank WikiLeaks



Guten Tag! Die Meldung über die Veröffentlichung von Hunderttausenden geheimen Dokumenten der USA wollte ich erst nicht glauben. Das kann und darf nicht sein, war meine erste Reaktion. Mit der Information, dass "The New York Times", "The Guardian", "Der Spiegel" und "Le Monde" in Kooperation journalistisch bearbeitete Auszüge bringen würden, ließ mich ins Internet gehen. "Der Spiegel" hatte am vergangenen Wochenende noch keine wesentlichen Auszüge ins Netz gestellt, aber der "The Guardian". Beim Lesen nur weniger Fakten kam ich zur Überzeugung, daß WikiLeaks sich Verdienste um die Demokratie und den Weltfrieden erworben hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KKK Klaus Kocks Kommentare

KKK: Plädoyer für eine gottlose Politik



Ich habe eine Nacht mit George W. Bush verbracht, dem Erfinder des Krieges gegen den Terror, und es war ein Alptraum. Aber dazu später.

Beginnen wir mit etwas Weihnachtlichem. „Frieden“, säuselt der Weihnachtsengel allenthalben, „Friede auf Erden und den Menschen ein Wohlgefallen.“ Wir gehen in die besinnlichere Jahreszeit, in der das Christentum die Geburt des Heilands feiert und sich die Familien um den Weihnachtsbaum versammeln, um sich beschenkt und erleuchtet als gesegnete Gemeinschaft zu erleben. Das christliche Abendland feiert sich selbst. Die Leitkultur hat auf allen Plätzen Hüttendörfer errichtet, in denen Glühwein ausgeschenkt wird, vorzugsweise mit Schuss. Dazu gibt es Bratfisch und Zuckerwatte. Hosianna. Politik hat Pause, auch die große. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Geschmacklich mehr als ein ganzer Kerl - Gefüllter Kapaun



(nsb) In vielen Regionen des Abendlandes schätzt man große Vögel als Weihnachtsbraten. Bei uns in Deutschland und unseren Nachbarn im Osten steht dabei die Gans in hohem Ansehen. Die Amerikaner finden ihren Gefallen am Truthahn – die Franzosen und Italiener hingegen vertrauen dem Kapaun. Dieser Eunuch unter den Hähnen hat für den Feinschmecker unwiderstehliche Vorzüge. Die frühe Kastration bewirkt einen anderen Energieumsatz, das Futter verwandelt sich in Mengen gut durchfetteten Muskelfleisches, viel zarter und aromatischer als beim gewöhnlichen Gockel. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Konstanze und Horst Werner: Jeder kann Video!

Konstanze und Horst Werner: "Jeder kann Video! – Filmen für Websites, YouTube und Blogs". Verlag: UVK, Konstanz, 2010. 200 Seiten. Preis: 17,90 Euro. ISBN 978-3-86764-271-2.

Autorin der Rezension: Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach



Das Wichtigste vorab: Dieses Buch hält, was es verspricht. Ob PR-Profi, Blogger oder privater Gelegenheitsfilmer – der Leser lernt die Kunst, eine spannende Geschichte in bewegten Bildern zu erzählen.

„Jeder kann Video“ erklärt Konzeption, Handwerk und Produkte, die es für einen interessanten Film braucht. Wie entwickelt man einen Spannungsbogen? Ein Storyboard? Wie dreht man? Schneidet man? Textet man? Vertont man? Verbreitet man Video? Was ist der rechtliche Rahmen? Und: Welche Investitionen lohnen sich bei Kamera und Schnittprogramm? Die letzte Frage wird beantwortet durch die detaillierte Präsentation von jeweils zwei bis vier ausgewählten Produkten. Dies ist sicherlich ein möglicher Kritik-punkt, denn dem einen mag die überschaubare Auswahl eine gute Orientierung bieten, auf den anderen wirkt sie wie PR. Bei der Einführung in die Schnitttechnik hat der Leser jedoch durch zahlreiche Screenshots eines beispielhaften Programms die Möglichkeit, den relevanten Funktionalitäten Schritt für Schritt zu folgen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Wikileaks oder der illoyale Mitarbeiter

Wikileaks führt viele Unternehmen zurzeit vor Augen, wie verletzlich sie geworden sind. Die Angst vor einem Geheimnisverrat ist sehr groß und berechtigt. Dennoch wird in KMU's wenig bis gar nichts getan, um diesen zu verhindern. Jeder scheint nur zu hoffen, dass der Kelch des Datenklaus an ihm vorübergeht. Dabei ist nicht so sehr der Fremde die Gefahr, sondern eher der Kollege, der mir gegenüber sitzt. Sind Sie zufrieden mit Ihrer beruflichen Position? Oder reizt es Sie nicht vielleicht schon ein wenig, Ihren Vorgesetzten vorzuführen? Dieser neu wirkenden Transparenz scheint Wikileaks gerade den Boden zu bereiten. Wie viel Bereitschaft zum (Geheimnis-)Verrat steckt in Ihrem Unternehmen und Ihnen selbst, verehrter Leser?

Den Artikel von Klaus Eck am 9. Dezember auf seiner Seite "eckkommunikation" [hier online weiterlesen](#).

Corporate Social Responsibility: Leicht gesagt, aber schwer getan

Die meisten weltweit tätigen Konzerne behaupten, dass sie sozial und ökologisch wirtschaften. Doch nur wenige lösen das Versprechen ein. Meist bekennen sich Unternehmen erst bei Skandalen zu ihrer Verantwortung. Paradebeispiel ist BP. Jahre-lang zahlte der Londoner Ölkonzern mit dem Sonnenlogo höchste Dividenden. Der Börsenliebling konnte das, weil er auf strengste Sicherheitsinvestitionen verzichtete, wie die Ölkatastrophe im Golf von Mexiko zeigte. Immer mehr Unternehmen aber wollen nicht mehr Teil des Problems sein, sondern Teil der Lösung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: bei IVW gelistet, neue Ressorts, 4.000 Twitter-Follower, iPhone-App

Zum Jahresende gibt es noch einige interessante Nachrichten (nach dem Relaunch) aus der laufenden Arbeit des PR-Journals zu vermelden:

- Ab 1. Januar ist die Internetseite des PR-Journals **bei der IVW** (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) in Berlin **gemeldet**. InfOnline, Bonn ermittelt nun monatlich unabhängig die Zahlen für Visits und PageImpressions. Weil wir wissen, dass die bisherigen 1&1-Zahlen zu hoch sind, wollen wir - auch im Interesse unserer Inserenten - die genauen Zahlen wissen. Lieber weniger, aber dafür mit IVW-Reputation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 20 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (59)

Volontariat/Trainee

Die 16 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie

hier:

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

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Junior-Berater/in (m/w) Fashion-/Lifestyle-PR, Düsseldorf

Kreativer PR-Berater (m/w) in Heidelberg gesucht

Junior PR Consultant für Fashion & Lifestyle, Köln

PR-Consultant (m/w), Wiesbaden

Fachjournalisten/in bzw. Projektleiter/in mit Schwerpunkt IT oder Gartenbau, Köln

Berater: PR, Campaigning, Events (m/w), Berlin

PR-Berater, Schwerpunkt International & Corporate Communications (m/w), Hamburg

Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Junior PR-Berater Schwerpunkt Marke (m/w), Hamburg

PR-Berater (m/w), Berlin

PR Berater (m/w) für Mode und Lifestyle, München

Junior PR-Berater (m/w) bei Profil Marketing, Braunschweig

(Junior) PR-Berater Finance (m/w), Frankfurt

PR-Junior-Berater/in und Volontar/in, Hamburg

Junior-PR-Berater/-in, Hamburg

Assistent/in PR/IR von Frankfurter Berateragentur

PR-Berater (w/m), Berlin

Berater (m/w) Unternehmenskommunikation, Frankfurt am Main

PR-Juniorberater (m/w) für Agentur, München

Bildredakteur/in, Köln

PR-Berater/in, Berlin

Public Affairs-Beratung sowie PA-Traineeship, Berlin

PR-Volontär/in und PR-Redakteur/in, Schwäbisch Gmünd

Senior-PR-Berater (m/w) Healthcare, Hamburg

Campaigner/PR-Berater (m/w), Bonn

Erfahrener PR-Redakteur (w/m), Köln

PR-Berater/in in Querschnittsfunktion, Bonn

Projektleiter/in Live Kommunikation, Berlin

PR-Berater (m/w) mit journalistischem Hintergrund, Bonn

Account Director (w/m) für Brand/Consumer und Corporate PR, Köln

Junior / Berater / Senior Markenkommunikation (m/w), Düsseldorf

Unternehmen

PR Manager (m/w), Stuttgart

Pressearbeit und Werbung B-to-B, Inland und international

Verbände (Non-Profit)

Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Bonn

Desk Officer International Communications/Public Relations Malteser International, Cologne

PR-Referent/-in (Teilzeit, befristet), Köln

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 13. Dezember 2010 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.365 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); Stefan d'Hone (sdh), Hamburg; Patrick Hacker, Leipzig (mail[at]patrick-hacker.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - (für Rubrik: Kelikowskys Kommentar); Ursel Reineke, Heidelberg (Internationales) (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - (für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsbpunktum[at]aol.com) - (für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte).

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":

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

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Michael Ehring, Hürth (SSP-Kommunikation) (m.ehring[at]ssp-kommunikation.de).

Redaktionsrubrik "Karrierebarometer": Thomas Lüdeke + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

Rubrik "Internationale PR" (Texte, Tagungen, Service): Thomas Achelis, München (Achelis & Partner) (public.relations[at]achelis.com) + Daniela Jumanca, Bukarest (PR Romania) (daniela.jumanca[at]pr-romania.ro)

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

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

Service "SocialMediaAnalyse": altares Mediamonitoring, Düsseldorf, Christine Heller (christine.heller[at]altares.de).

Korrespondenten: 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 2010: Jürgen Baarz, Hamburg; Stephan Fink, Wiesbaden; Jörg Führer, Neckargemünd; Andreas Günther, Hamburg; Mirko Lange, München; Prof. Dr. Klaus Merten, Münster; Wolfgang Michal, Berlin; Thomas Mickleit, München; Uwe Mommert, Berlin; Frank Muscheid, Lingen; Jens Nordlohne, Oederquart; Jörg Pfannenbeerg, Düsseldorf; Manfred Piwinger, Wuppertal; Prof. Dr. Lothar Rolke, Frankfurt am Main; Melanie Tamblé, Grevenbroich; Andreas Vill, Hamburg; Alexander Weber, Hamburg.

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Düsseldorf (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR+plus, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)); Regina Raab, Bad Wildungen (raab.regina[at]t-online.de).

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-

Verkauf: TwinShore Ltd., Büro Hamburg, Telefon: +49 (0)4193 75.83.99, Telefax: +49 (0)4193 75.83.88, 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@pr-journal.de Diese E-Mail-Adresse ist gegen Spambots geschützt! JavaScript muss aktiviert werden, damit sie angezeigt werden kann. , gerhard[at]pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net; www.pr-jobs-und-karriere.de; www.pr-datenbanken.de; www.agenturcafe.de; www.neues-prportal.de; www.przentrum.de; www.pr-barometer.de; http://karrierebarometer.pr-journal.de; www.pranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.