

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 275 / 02. KW 2011

Seite 1

Social Media – Bevor Sie loslegen, stellen Sie sich diese 25 Fragen!

Dieses Jahr wird die Zahl der Unternehmen, die Social Media für sich entdecken und einsetzen noch einmal kräftig steigen. Das zeigt schon die seit einiger Zeit wachsende Nachfrage nach sogenannten Social Media Managern. Doch Halt! Bevor Sie mit irgendetwas davon loslegen, stellen Sie sich selbstkritisch ein paar Fragen (zur Orientierung). Die folgende Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit (deshalb dürfen Sie diese gerne per Kommentar ergänzen), beinhaltet aber aus meiner Sicht die beiden wichtigsten Themenfelder:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die Angst der Manager vor Social Media

Viele Führungskräfte scheuen sich davor, ihre Unternehmen für die modernen Kommunikationsformen des Web 2.0 zu öffnen. Sie fürchten, Macht und Einfluss zu verlieren. Doch wer so

denkt, verpasst die Chance, sein Unternehmen fitter und wettbewerbsfähiger zu machen. Diskutieren Sie mit.- Stellen sie sich vor: Sie wollen zusammen mit vier Freunden ihre 130 Quadratmeter große Wohnung in Berlin-Charlottenburg neu streichen. Die Freunde haben genau wie sie zwar handwerkliches Geschick, aber sind bei weitem keine Profis. Wie gehen sie vor? Antwort: Sie besprechen sich! So trivial das klingen mag, sie werden nicht darum herumkommen, mit jedem Einzelnen ein paar Worte zu wechseln, um sich zu organisieren und zu koordinieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Microsoft Deutschland verändert das Führungsteam der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Heiko Elmsheuser (41) hat am 1. Januar 2011 die Leitung der Unternehmenskommunikation von Microsoft Deutschland in Unterschleißheim übernommen. Er zeichnet sich damit für die strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Social Media Strategie und Interne Kommunikation bei Microsoft in Deutschland verantwortlich. Er tritt die Nachfolge von Inger Paus (41) an, die im Januar als PR-Lead Western-Europe in die EMEA Organisation der Microsoft Corporation aufgestiegen ist. Zuvor hat Elmsheuser drei Jahre die Business Kommunikation - vormals Produktkommunikation - von Microsoft Deutschland geleitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien compact (28)
(02.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Manuela Proske** (41) verantwortet als Director Consumer die Kunden Dove, InBev und Columbia Sportswear am Hamburger Edelman Standort. Die studierte Diplom-Kauffrau arbeitete zuvor für die Agenturen MMK sowie Conga Communication und wechselte 1998 zu Bönig & Yamaoka, wo sie 2004 in die Geschäftsführung des Hamburger Standortes der mittlerweile zur komm.passion Group (GPRA) gehörenden Agentur aufstieg. **Katja Suding** (35) leitet als Account Director das Diageo Team der Hamburger Edelman Consumer Practice von Edelman. Zuvor arbeitete sie in den letzten Jahren als selbstständige PR- und Kommunikationsberaterin. Suding folgt auf **Kerstin Altmann**, die Edelman auf eigenen Wunsch verlassen hat

02: **Hans-Peter Hagemes** (57) verstärkt seit Januar das Beratungsunternehmen WMP-Eurocom in Berlin. Er fungiert als Teammanager und berät Kunden in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Medien. Bis Ende des vergangenen Jahres hat Hagemes die Politikredaktion des Nachrichtensenders N24 in Berlin geleitet. Zuvor sammelte er Erfahrungen als Redakteur und Korrespondent für die "Rheinische Post" und die Deutsche Presseagentur (dpa).

03: **Mark A. Saxer** ist neuer Partner der Public Affairs Agentur Furrer.Hugi&Partner in Bern

(CH), er wurde aus seiner bisherigen Position als Senior Consultant befördert. Die Beraterin **Norina Frey** wurde zum Senior Consultant ernannt. Sie betreut Mandate im Finanzdienstleistungsbereich sowie in der Pharmabranche und betreut zusammen mit **Daniel Beck** das Agentur-Büro in Brüssel.

04: **Matthias Wipf** (38) kommt als Senior Consultant zur Kundenbetreuung der Agentur Speakers.ch in Winterthur (CH). Der Journalist, Publizist und Projektleiter für Events und Kommunikation war zuvor unter anderem als Mitarbeiter einer PR-Agentur und als Project Manager, Mediensprecher und Leiter Kommunikation/Marketing/Public Affairs in der Wirtschaft tätig.

05: **Elisabeth Wolf** (29) übernimmt als PR-Beraterin das Kommunikationsmanagement für Events- und Veranstaltungen für die Kunden der Stuttgarter Event- und Promotion Agentur Full Moon und unterstützt die Agentur im Bereich der externen PR. Die studierte Germanistin arbeitete zuvor bei der Agentur Ansel & Möllers.

06: **Tobias Havers** (32) ist neuer Director Development und Digital Marketing bei medical relations in Langenfeld. Der studierte Sport-, Politik- und Sozialwissenschaftler ist seit 5 1/2 Jahren in verschiedenen leitenden Beratungspositionen, davon zwei Jahre als Account Director und Teamleiter, in der Agentur tätig.

07: **Stefanie Hofmann** (26) ist neue Account Executive bei HBI Helga Bailey, Agentur für PR und MarCom in München. Sie war zuvor in der



Pressestelle des Klinikums rechts der Isar der Technischen Universität München und in der PR-Agentur Public Insight tätig.

08: **Daniela Pahl** (26) verstärkt als Account-Managerin ab sofort die Beauty-Unit der Düsseldorfer PR-Agentur Brandzeichen. Zuvor war sie als Volontärin und PR-Assistentin für verschiedene PR-Projekte und Marken bei public-images in Willich tätig.

UNTERNEHMEN:

09: **Frank Thomas Dietz** (49) hat die Leitung des Bereichs Marketing & PR bei Hyundai Motor Deutschland in Neckarsulm übernommen. Er seit rund 25 Jahren in der Automobilbranche tätig und war unter anderem als Marketingdirektor für Peugeot, Fiat und Saab in Deutschland sowie Opel in Österreich tätig, ausserdem hatte er verschiedene Positionen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und PR inne. Der Journalist folgt auf **Sevilay Gökkaya**, die das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hatte.

10: **Sascha Hardegger**, Leiter der Public Relations bei der Affichage Holding in Zürich (CH) verlässt Ende März den Aussenwerbe-Konzern. Im Herbst 2008 hatte er als Nachfolger von **Othmar Casutt** die Public Relations übernommen. Zur Affichaget kam Hardegger im

November 2007, wo er ab Frühjahr 2008 zuerst als Projektleiter tätig war, von der SBB Division Infrastruktur / Sparte Asset-Management als Leiter Kommunikation.

11: **Alexander Theodor Feig** (37) hat als Leiter Marketing unter anderem den Ausbau der Social-Media-Aktivitäten des Van Ghemen Dental Labors in Berlin übernommen. Er ist seit zehn Jahren als Kommunikationsberater in der Gesundheits- und Medizintechnikbranche tätig, in der Zeit von 2001 bis 2009 als selbständiger Berater in Berlin und Hamburg und danach bis Mitte Dezember 2010 als Unitleiter bei der Beeftea Group.

12: **Simone Brett-Murati** (32) unterstützt als Manager Marketing Communication und PR die externe und interne Kommunikation von Utax in Norderstedt, sie verantwortet in dieser Funktion die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Brett-Murati war zuvor als Beraterin bei der Hamburger Agentur Public Relations von Hoyningen-Huene (GPRA) tätig.

13: **Luca Aloisi-Schnetzer** zeichnet ab sofort für die Leitung der Öffentlichkeitsarbeit der De Sede Group in Klingnau (CH) verantwortlich. Er kommt von Möbel Pfister in Suhr (CH), wo er unter anderem für den Launch der Design-Kollektion "Atelier Pfister" zuständig war. Aloisi-Schnetzer folgt auf **Denis Czekalla**, der im Sommer 2010 die De Sede Group verlassen hat.

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!

14: **Anna Hanning** (33) ist seit Anfang 2011 bei der Strategieberatung Booz & Company in München als Manager Marketing & Communications tätig. Zuvor war die Diplom-Kulturwirtin für das globale Kommunikationsnetzwerk Ket-chumPleon (GPRA) in den Bereichen Corporate Communications, Reputation Management und Change Communication tätig.

15: **Tamara Laske** (29) übernimmt Mitte Januar als Elternzeitvertretung von **Britta Kierdorf** die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von arsEdition in München. Die Diplom-Germanistin mit Schwerpunkt Journalistik hatte zuvor bei Langenscheidt die PR-Verantwortung für die Bereiche Elektronische Medien, Mobile und Reise.

16: **Jürg Dinner** (44), derzeit Head of Corporate Communications bei Swiss International Air Lines, übernimmt ab Mai die neu geschaffene Position des Leiters Public Affairs & Environment bei der schweizerischen Fluggesellschaft. Ein Nachfolger als Head of Corporate Communications ist noch nicht bekannt

17: **Anja Klein** (39) leitet ab sofort die Unternehmenskommunikation von HRS in Köln. Die Betriebswirtin leitete zuvor die Unternehmenskommunikation von mobile.de, wo sie seit 2008 tätig war.

18: **Talina Stolte** (28) ist neue Pressereferentin beim Carl Hanser Verlag in München. Sie hat zuvor ihr Volontariat bei C.H.Beck im Verlagszweig Literatur, Sachbuch, Wissenschaft absolviert.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOS:

19: **Susanne Meinel** (34), seit August 2002 Referentin Presse- und Projektarbeit im Börsenverein des Deutschen Buchhandels – Landesverband NRW, wird ihre Tätigkeit Mitte Februar beenden, um künftig den Geschäftsbereich Marketing & Vertrieb beim Bank-Verlag Medien in Köln, zu verstärken. Ansprechpartnerin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Börsenverein ist künftig **Anja Bergmann**, die seit 2006 in der Geschäftsstelle des Landesverbandes tätig ist und weiterhin die Aus- und Fortbildung betreut.

20: **Christian Schlemper** (32) ist neuer Pressesprecher des Verkehrsverbundes Oberelbe (VVO) in Dresden. Bereits seit 2001 war er neben dem Studium beim VVO in verschiedenen Bereichen tätig und war zuletzt Mitarbeiter im Vertrieb. Schlemper folgt auf **Frauke Zieschank**, die nach zweijähriger Tätigkeit als Pressesprecherin im November nach Koblenz wechselte.

21: **Ulf Syring** (41) wird ab Mitte Januar 2011 neuer Studienleiter der Deutschen Presseakademie (depak) in Berlin. Der PR-Dozent hatte diese Position zuletzt bei der UMC Potsdam – University of Management and Communication inne. Syring

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!

wird schwerpunktmäßig die Fern- und Kompaktstudiengänge betreuen. Zusammen mit **Anette Lejeune** und Akademieleiter **Christian Arns** bildet er das hauptamtliche Lehr-Team der depak.

22: **Ansgar Drücker** (44) ist seit dem 1. Januar Geschäftsführer des Informations- und Dokumentationszentrums für Antirassismusbearbeitung (IDA). In der Position verantwortet er auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Zentrums. Er folgt auf **Stephan Bundschuh**, der eine Professur an der Fachhochschule Koblenz übernommen hat.

23: **Reglindis Pfeiffer** (38) zeichnet in der Siemens Stiftung in München für den Bereich Kommunikation fachlich verantwortlich und hat die Funktion der Pressesprecherin übernommen. Die ehemalige Leiterin der Osram-Pressestelle machte sich 2009 als [Kommunikationsberaterin](#) selbständig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

24: **Joachim Gross** wird am 1. März neuer Chef des Stabsbereichs Information und Kommunikation im Schweizerischen Bundesamt für Migration (BFM) in Bern-Wabern (CH). Er folgt auf **Jonas Montani**, der eine neue Funktion als Migrationsattaché übernommen hat. Gross ist seit 2008 Leiter der Medienstelle des schweizerischen Heilmittelinstituts Swissmedic, Zuvor leitete er beim Bundesamt für Strahlenschutz (Bundsumweltministerium) die Presseabteilung.

25: **Julia Stöcklein** (29) ist neue Pressesprecherin des DGB-Bezirk Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf. Sie übernimmt die Leitung der Abteilung Grundsatz/ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Medienpolitik. Zuvor arbeitete sie als stellvertretende Pressesprecherin beim SPD-Landesverband NRW. Beim DGB tritt Stöcklein die Nachfolge von **Barbara Hemkes** an, die im Sommer

- Anzeige -



Am **24. und 25. Februar 2011** veranstaltet die Quadriga Hochschule Berlin gemeinsam mit dem Magazin pressensprecher 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

ins NRW-Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales gewechselt war.

26: **Angelika Feigl** übernimmt die Entwicklung des Bereichs Neue Medien im Büro des Österreichischen Bundeskanzlers in Wien. Mit der Leitung der Öffentlichkeitsarbeit im Kabinett des Bundeskanzlers wird **Nedeljko Bilalic** betraut. Die Nachfolge von Bilalic als Kommunikationschef der Sozialdemokratischen Partei Österreichs wird **Marcin Koltowski** übernehmen, bisher Sprecher von Staatssekretär Josef Ostermayer.

27: **Regula Weyermann** übernimmt ab sofort als Geschäftsleitungsmitglied die Leitung der Abteilung Kommunikation und Kampagnen des Bundesamts für Gesundheit (BAG) in Bern (CH). Zuvor arbeitete die ehemalige Burson-Marsteller Führungskraft als selbständige Kommunikationsberaterin. Sie tritt die

Nachfolge von **Urs Pfenninger** an, welcher am 31. März 2010 von dieser Funktion zurückgetreten war.

28: **Christine Stähli** (46) wird am 1. Februar neue Kommunikationschefin des Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartements (EJPD). Sie folgt auf **Brigitte Hauser-Süess**, die in das Eidgenössische Finanzdepartement (EFD) gewechselt ist. Stähli leitete zuvor den Kommunikationsdienst des Aargauer Regierungsrats, davor war sie bei PR-Agenturen und Verbänden in der Kommunikation tätig.

Etats

Etats Compact (15) (02.KW-2011)

01: Groupe SEB Deutschland Electrical Cooking, Offenbach

was: *Pressearbeit der Marke Moulinex*

an: **becker döring communication**, Offenbach

02: Easynet Global Services, Hamburg/München

was: *PR-Etat für Deutschland und die Schweiz*

an: **PR-Com**, München

03: Interhome, Düren

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*

an: **Serviceplan Public Relations**, München

04: EliteMedianet, Hamburg

was: *nationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für ElitePartner.de*

an: **Straub & Linardatos** (GPRA), Hamburg

05: Stadtreinigung (SRH) Hamburg

was: *integrierte Kommunikations-Kampagn für die Recycling-Offensive 2011*

an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg

06: Privatbrauerei Dinkelacker-Schwaben Bräu, Stuttgart

was: *PR-Betreuung der Biermarken Dinkelacker, Schwaben Bräu, Sanwald und Wulle*

an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart

07: Joey's Pizza Deutschland, Hamburg

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Umsetzung einer umfassenden Social-Media-Strategie*

an: **segmenta pr**, Hamburg

08: Meventi Deutschland, Utting am Ammersee

was: *PR-Arbeit*

09: Die Erlebnis Akademie, Bad Kötzing

was: *PR-Arbeit*

an: **Comeo**, München

10: Kneipp Verlag, Wien (AT)

was: *Pressearbeit in den deutschen Medien*

an: **Mediakontakt Laumer**, Marburg

11: Hangzhou Tourism Commission, Hangzhou (CN)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Marketing*

12: Barceló Hotels & Resorts, Palma de Mallorca, Baleares (ES)

was: *PR-Etat im deutschsprachigen Raum für die Hotels Barceló La Bobadilla und Barceló Sancti Petri Spa Resort in Spanien*

an: **Kleber PR Network (kprn)**, Frankfurt am Main

13: Personal-Art, Singapur (SG)

was: *PR-Etat für Deutschland, Österreich und die Schweiz*

an: **Aufgesang Public Relations**, Hannover

14: Tourismusverband Vinschgau, Schlanders Südtirol (IT)

was: *Pressearbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*

an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee

15: Sicontact Software Vertrieb, Wien (AT)
was: *Kommunikations- und Medienarbeit für ESET in Österreich*
an: **Die Wederei**, Klagenfurt (AT)

Branche

IfKiM-Studie unter "Hidden Champions" zeigt: Kommunikation ist weit wichtiger als gedacht

Der deutsche Mittelstand gilt als innovationsfreudig und leistungsstark – aber nicht gerade als kommunikativ. Dabei setzen immer mehr kleine und mittelständische Unternehmen auf den wirtschaftlichen Nutzen professioneller Kommunikation. Selbst viele der sogenannten Hidden Champions drängen stärker in die Öffentlichkeit, so eine repräsentative Studie des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klaus Merten rügt den Deutschen PR-Rat - prononcierte Ethikdiskussion

Der frühere Kommunikationsprofessor an der Universität Münster, Klaus Merten, hat am 7. Januar 2011 in einem neunseitigen Offenen Brief dem Deutschen PR-Rat (DRPR) vorgeworfen, gegen seine eigenen Regeln zu verstoßen und mit zweierlei Maß zu messen. Seine Vorwürfe richten sich insbesondere an den derzeitigen Vorsitzenden Richard Gaul und seinen Amtsvorgänger Horst Avenarius. Wegen dessen zweifelhaftem Verhalten rügt er seinerseits in scharfen Worten nun den DRPR.

*Den kompletten Offenen Brief von Klaus Merten an den DRPR können Sie [hier als PDF herunterladen](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Branche Compact (6) (02.KW-2011)

01: Die international tätige PR-Agentur **PR4you** erweitert das **Kompetenzteam im Bereich Social Media** und arbeitet ab sofort Hand in Hand mit den Beratern für Online-Kommunikation von synergieeffekt.net.

02: **Meine Marken: Thomas Stormanns**. Thomas Stormanns, Geschäftsführer von ad publica in Hamburg ist Uhren-Liebhaber. Angefangen hat er im Taschengeldalter mit Swatch - jetzt darf es ruhig ein bisschen teurer sein. Beim Essen allerdings ist bei dem PR-Profi auch mal Trash erlaubt. → [wuv.de](#)

03: **Der Dioxin-Skandal hat die Verbraucher verunsichert**. Sie wissen nicht, ob sie Eier bedenkenlos essen können. (...) Von einem Imageschaden für das deutsche Ei ist beim Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft aber nicht die Rede. Für entsprechende Öffentlichkeitsarbeit sieht Sprecherin Kerstin Spelthann deshalb keinen Anlass. Die Verunsicherung bleibt. Deshalb kritisiert Henk Knaupe von der PR-Agentur Scholz & Friends Brand Affairs die derzeitige Kommunikationsstrategie der zuständigen Wirtschafts-Verbände. → [ndr.de](#)

04: Zum mittlerweile 17. Mal stellt die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) erneut Mitarbeitermedien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf den Prüfstand und verleiht den **DPRG-Medienpreis "inkom. Grand Prix"**. Bis zum 8. April 2011 haben Unternehmen, Verwaltungen, Verbände und andere Organisationen die Möglichkeit,

Mitarbeiterpublikationen und Intranet-Präsentationen zum Bewerten einzureichen. Für den Wettbewerb 2011 kann sich erstmals online beworben werden. Weitere Informationen und Anmeldung: www.inkom-grandprix.de/

05: Der Startschuss für Europas größten Corporate Publishing-Wettbewerb ist gefallen.

Unternehmen und Corporate Publishing-Dienstleister können sich wieder mit ihren Publikationen beim BCP Best of Corporate Publishing 2011 bewerben. Die Pokale werden in 28 Kategorien und vier Mal als Sonderpreis vergeben. Neu in diesem Jahr sind die zwei Kategorien "Best Application" und "CP-Excellence". Die Bewerbungsphase dauert bis zum 26. Februar 2011. Unternehmensberichte können bis zum 7. April für den BCP 2011 eingereicht werden. → bcp-award.com

06: MSL eröffnet im Januar 2011 in Köln ein neues Büro, die PR-Agentur ist bereits in Berlin (Headquarter), Frankfurt am Main, Hamburg und München präsent und beschäftigt deutschlandweit mehr als 60 Berater. Leiter der nordrhein-westfälischen Dependence wird Daniel Kälicke (33) der künftig auch zum Leitungskreis von MSL Germany zählen wird. Kälicke war zuletzt Senior-Berater bei Ketchum Pleon (GPRA) in Düsseldorf. Als Associate Director und Standortleiter berichtet Kälicke an Philip Maravilla, der als Managing Director für Frankfurt am Main, München und Köln verantwortlich ist.

Social Media + Web 2.0

Jan Eggers - Das kleine Besteck: Meine Social-Media-Toolbox für (fast) alle Fälle

Sind wir ehrlich: all die netten "10-Beste"-Listen von Mashable sind nichts anderes als eine faule Ausrede dafür, selbst gerade nichts zu arbeiten – ihr praktischer Nutzen entspricht dem Nährwert von gesalzenen Pappkartons. Schlimmer: Mashable veröffentlicht davon gefühlt fünf Stück am Tag. Noch schlimmer: Der Trend macht Schule – und als beratungsbedürftiger Nutzer wird man von einer Flut von Marktübersichten weggespült, die die Tipps schneller vorbeitreibt, als man die empfohlenen Werkzeuge bookmarken kann. Jetzt weiß man, was es alles gibt – dabei wollte man doch bloß wissen, womit man gut arbeiten kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (02.KW-2011)

01: Online-Trends 2011: Klassik statt Social-Media-Hype. Unangefochten vorne liegen die Online-Marketing-Themen Suchmaschinenoptimierung, Webanalyse, E-Mail-Marketing und Usability. Neunzig Prozent der von Absolit befragten Unternehmen setzen diese Techniken ein oder planen den Einsatz. Immerhin jedes zweite Unternehmen setzt auch schon Social Media Marketing ein, ein Viertel plant den Einsatz. Nur 40,2 Prozent betreiben Monitoring, das heißt sie verfolgen Kommentare über das eigene Unternehmen. Die Kurzversion der Studie „Online Marketing Trends 2011“ gibt es kostenlos als Download unter absolit.de.

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Google Analytics



Von Johannes Casper, zu Google, zu Johannes Casper. Webseitenbetreiber möchten dieses Statistik-Tool nicht mehr missen: Google Analytics. Die Software liefert wertvolle Daten über z.B. die Herkunft der Nutzer einer Webseite, die Verweildauer und die Aktivitäten. Dies ist rechtlich nicht unproblematisch. Von Seiten des Unternehmens heißt es, man sei sich der Datenschutz-Bedenken bewusst und man arbeite weiter aktiv daran, die Bedenken der Datenschutzbehörden auszuräumen. Anderes war auf der Webseite der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zu lesen: Am 10. Januar schrieb Stefan Tomik dort, der Hamburger Datenschutzbeauftragte Johannes Casper habe die monatelangen Verhandlungen mit Google über die Software Google Analytics abgebrochen. Leider sei man zu dem Ergebnis gekommen, dass Google den Datenschutzerfordernungen nicht entsprochen habe, sagte Casper gegenüber der FAZ. Der Internetkonzern bestreitet einen Abbruch der Gespräche. Es sei kein Ende der Gespräche mit der Datenschutzbehörde bekannt, machte Alan Wrafter, Analytics Partner Program Manager bei Google in einem Blogpost deutlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Mensch Maschmeyer!

"Bild"-Leser kennen den "schillernden Multimillionär" Carsten Maschmeyer vor allem als – nach einer brisanten Schnurrbart-Optimierung – durchaus präsentables Anhängsel ("Jackpot des Herzens") von Veronica Ferres. Dass der Mann auch noch andere Facetten hat, sahen insgesamt 3,86 Millionen Zuschauer am Mittwoch bei der Sendung "ARD exklusiv – Der Drückerkönig und die Politik". In der NDR-Doku setzt sich "Panorama"-Redakteur Christoph Lütgert kritisch mit den Methoden des Finanzdienstleisters AWD und den politischen Seilschaften von Maschmeyer auseinander. Matthias Prinz, der Anwalt des langjährigen Vorstandsvorsitzenden und Gründers von AWD, versuchte die Ausstrahlung des Films im Vorfeld mehrfach zu verhindern.

Den Artikel von Stefan Sichermann am 14. Januar in "Bildblog.de" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (7) (02.KW-2011)

01: Der deutsche Bruttowerbemarkt hat in diesem Jahr wieder ordentlich Tritt gefasst. Viele Werbungtreibende haben die Gunst des Jahres genutzt, um ihr Portfolio im Markt wieder stärker mit werblicher Unterstützung zu positionieren. Insgesamt ist der Bruttowerbedruck in den Above-the-line-Medien in 2010 um plus 11,0 Prozent (bereinigt plus 10,8 Prozent) bzw. plus 2,5 Milliarden Euro auf 25,0 Milliarden Euro gewachsen. Damit verzeichnet der deutsche Bruttowerbemarkt in diesem Jahr einen neuen Höchstwert. → [nielsen-media.de](#)

02: Der Aufschwung im deutschen Werbemarkt hält an. Nach der Prognose des ZAW Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft können die

Investitionen in Werbung 2011 rund 30,29 Milliarden Euro und damit ein Wachstum von 2,7 Prozent (+0,79 Mrd. Euro) erreichen. Steigt das Volumen in dem angenommenen Ausmaß, lägen die für Werbung aufgewandten monetären Betriebsmittel auf der Höhe des von den Instituten vorausgesagten Plus beim Brutto-Inlandsprodukt (BIP) von 2,5 Prozent, so die Dachorganisation der 41 Verbände der werbenden Wirtschaft, Medien und Agenturen in einem in Berlin veröffentlichten Lagebericht. → zaw.de

03: Mobile Effects 2011 – wie geht die mobile Reise weiter? Im Tomorrow Focus Netzwerk wurden 5.537 Personen zu ihrer mobilen Internetnutzung befragt und die Ergebnisse zeigen ganz klar: der mobile Internetmarkt ist längst nicht gesättigt. Über 30 Prozent planen die mobile Internetnutzung in 2011. Dadurch gewinnen auch Flatrates für Heavy-User und Prepaid-Verträge für Selektiv-User an Bedeutung. Knapp 60 Prozent der mobilen Internetnutzer sind mindestens täglich mobil im Internet unterwegs und über 80 Prozent der Befragten nutzen das mobile Internet täglich bis zu einer Stunde. → tomorrow-focus-media.de

04: 14 bis 49 ist out – Medien und Werbebranche entdecken ältere Generation als Zielgruppe. Der Begriff "werberelevante Zielgruppe" geistert seit Gründung des Privatfernsehens Ende der 80er Jahre durch die deutsche Medienlandschaft: Nur Menschen innerhalb eines bestimmten Alters - hierzulande sind es die 14-bis 49-jährigen - seien für Werbebotschaften empfänglich. (...) Obwohl diese Theorie inzwischen widerlegt ist, werben nach wie vor viele kommerzielle Sender mit den tollen Einschaltquoten in der "werberelevanten Zielgruppe". Wie dieser irreführende Begriff entstanden ist und was er angerichtet hat, darüber berichtete Einblick im Januar. → br-online.de

05: Was für ein schwieriges Quartal das vierte des abgelaufenen Jahres 2010 für die Publikumszeitschriftenbranche war, zeigt der Überblick der Auflagenzahlen. Von den etwa 400 Titeln, die der VDZ vorab gemeldet hat und deren Zahlen mit dem vierten Quartal 2009 vergleichbar sind, konnten sich nur etwa 100 verbessern, 300 verloren hingegen im Vergleich zum Vorjahr Käufer. Auch in der Top 20 der meistverkauften und am Kiosk erhältlichen Titeln sieht es sehr rot aus. So gibt es hier nur 6 Gewinner, aber 14 Verlierer. → meedia.de

06: Deutschlands auflagenstärkste Zeitung ist im vierten Quartal 2010 unter die 3-Mio.-Marke gerutscht. 2.900.355-mal verkaufte sich das Boulevardblatt "**Bild**" - ein Minus von 4,6% im Vergleich zum Vorjahresquartal. Auch alle anderen überregionalen Tageszeitungen verloren Käufer, nach oben ging es hingegen für Wochenzeitungen wie Die Zeit, die WamS und die F.A.S. (...) Doch die Bild ist wie angedeutet nicht die einzige große Tageszeitung, deren Verkaufszahlen zurück gehen. So verlor die Süddeutsche Zeitung gegenüber 2009 immerhin 1,6%, die F.A.Z. büßte 1,8% ein, das Duo Welt und Welt kompakt 3,8%, das Handelsblatt 1,8%, die FTD 0,1% und die taz 3,2%. → meedia.de

07: Am Mittwoch um 19 Uhr ging beim Norddeutschen Rundfunk eine Abmahnung der Hamburger Anwaltskanzlei Prinz ein. Aufgefordert wurde der Sender, auf Bilder über einen bestimmten Auftritt von Carsten Maschmeyer zu verzichten. Um 21.45 Uhr lief dann der *Film* - wie geplant. → faz.net
Im Interview mit der Bild-Zeitung stellt Maschmeyer die Recherche von Panorama in Frage. Er behauptet, er habe "von den angeblichen Vorwürfen erst aus der Programmzeitschrift erfahren". Außerdem habe er "mehrfach ein Interview angeboten". Beide Behauptungen sind nachweislich falsch. → daserste.ndr.de
Der AWD-Gründer Maschmeyer hat vor dem Land-

gericht Berlin eine einstweilige Verfügung gegen eine Szene aus der NDR-Dokumentation über ihn erwirkt. Der Sender muss die Schlusszene des Films vorerst schwärzen. Der NDR will dagegen Widerspruch einlegen.

→ handelsblatt.com

Services + Tipps

Mittelstands-PR in Deutschland

Viele mittelständische Unternehmen betreiben im besten Sinne PR – ohne dies jedoch so zu nennen. In anderen Unternehmen ist PR Chefsache und somit schon aus strukturellen Gründen faktisch Nebensache. Beides spiegelt die Rahmenbedingungen im Mittelstand wider: Finanzielle und personelle Ressourcen sind oft begrenzt. Dagmar Schütte stellt in ihrem Buch die Ergebnisse zweier repräsentativer Befragungen sowie einer Analyse der Internet-Auftritte mittelständischer Unternehmen vor. Erstmals werden dabei die Perspektive des Mittelstands und die des professionellen Kommunikationsmanagements zusammengeführt. Dabei zeigt sich, dass die Kategorien aus den Lehrbüchern der Public Relations die besonderen Bedingungen der Kommunikationsarbeit im Mittelstand nicht differenziert genug erfassen. → uvk.de

Service compact (2) (02.KW-2011)

01: Eine **familienfreundliche Personalpolitik ist ein Image- und Wettbewerbsvorteil**. Das wissen die besten mittelständischen Unternehmen längst und bieten deshalb ihren Arbeitnehmern Erholung beim Erklimmen der Karriereleiter und mehr Zeit für die Familie. Dies zeigt die „**Top Job**“-Studie, die die Universität St. Gallen jährlich veröffentlicht. Flexible Arbeitszeiten,

damit Hobby, Sport und Familie nicht zu kurz kommen, betriebsinterne Kinderbetreuung oder unkomplizierte Wege, nach der Elternzeit wieder ganz normal weiterzuarbeiten – die richtige Work-Life-Balance ist eine der Qualitäten, die einen guten Arbeitgeber ausmachen. „Es gibt ein starkes Bewusstsein bei den Arbeitgebern für das Thema Familienfreundlichkeit und Work-Life-Balance“, sagt Heike Bruch, Direktorin am Institut für Führung und Personalmanagement der Universität St. Gallen. Die ganze „Top Job“-Studie 2011 steht unter www.topjob.de/studie-2011.html zum Download bereit.

02: **Der Verbraucherpreisindex für Deutschland ist im Jahresdurchschnitt 2010 gegenüber 2009 um 1,1% gestiegen**. Wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden mitteilt, lag die Jahresteuersatzrate damit zwar deutlich höher als im Vorjahr (2009: + 0,4% gegenüber 2008), im längerfristigen Vergleich seit 1999 war sie 2010 jedoch noch weit unter den jährlichen Teuerungsraten der meisten Jahre. Der für die Geldpolitik wichtige Schwellenwert von zwei Prozent wurde sowohl im Jahresdurchschnitt als auch in den einzelnen Monaten für 2010 unterschritten. → destatis.de

Termine + Tagungen

2. Deutscher Medienbeobachterkongress

Über 200 Teilnehmer und ein reger Gedankenaustausch: Die Resonanz war groß auf das Kongress-Debüt im vergangenen Jahr. Deshalb setzt der Neusser Anbieter der gleichnamigen PR-Managementsoftware Convento den Medienbeobachterkongress am 15. März 2011 im CCD Congress Center Düsseldorf in erweiterten Räumlichkeiten

fort.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (02.KW-2011)

01: Die Verleihung des **Junior Agency Awards** des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen GWA findet am 18. Februar 2011 erstmals in Leipzig statt. Gastgeber des 17. GWA Junior Agency Tags ist die Leipzig School of Media (LSoM), Ort der Veranstaltung ist der Medien-campus Leipzig. → [gwa.de](#)

02: Im Rahmen der **Vortragsreihe Mastertalk** der design akademie berlin spricht der PR-Experte Florian Dieckmann am 20. Januar um 18 Uhr am Fachbereich Marketingkommunikation über die Frage, wie PR-Akteure die Themen von morgen beeinflussen können. Weitere Informationen unter [design-akademie-berlin.de](#)

03: **Mit Kundenwissen zum Erfolg:** Eine Veranstaltung der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) im Rahmen der Reihe "AIKA kompakt". In Kurzvorträgen führen renommierte Referenten aus Agenturen und Unternehmen in die Grundlagen des Database-Marketings ein und stellen erfolgreiche Praxisbeispiele vor. Die Veranstaltung findet am 16. Februar im ersten Supermarkt-Themenhotel Europas, dem Food Hotel in Neuwied, statt. Detaillierte Informationen und ein Anmeldeformular gibt es auf der [AIKA-Homepage](#).

04: Mit "**Next Corporate Communication**" hat das Institut für Marketing an der Hochschule St.Gallen (HSG) seit Mitte 2009 eine Plattform zur Untersuchung der Perspektiven von Social Media für Marketing, Vertrieb und Unternehmenskommunikation etabliert. Dort werden Konzepte aus Unternehmen, Agenturen und Forschungseinrichtungen interaktiv diskutiert und

weiterentwickelt. Damit leistet die Plattform einen wesentlichen Beitrag zur Anwendung von Social Media in der Unternehmenspraxis. Die Next Corporate Communication Konferenz findet am 02. Februar 2011 im Holiday Inn Zürich Messe statt: [nextcc.ch](#)

Ausbildung + Seminare

Stellenanzeigen – Unternehmen setzen verstärkt auf Social Media

Social Media setzen sich bei der Personalsuche immer mehr durch. Nahezu 30 Prozent der Unternehmen suchen neue Mitarbeiter inzwischen verstärkt in sozialen Netzwerken wie Facebook, StudiVZ oder Xing, so das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands Bitkom unter 1500 Unternehmen. Insbesondere große Unternehmen nutzen die sozialen Netzwerke für die Rekrutierung neuer Mitarbeiter. 58 Prozent von ihnen mit mehr als 500 Mitarbeitern veröffentlichen Stellenanzeigen in sozialen Netzwerken, während es bei kleinen und mittelständischen Firmen erst 29 Prozent sind.

Den Artikel von Jochen Mai am 17. Januar in seinem Blog "[karrierbibel.de](#)" [hier online weiterlesen](#).

Ausbildung compact (3) (02.KW-2011)

01: **Rechtliche Grundlagen für die PR-Arbeit:** Der Crashkurs für alle Pressesprecher und PR-Praktiker. Termin 22. März 2011 im Hotel Oranien in Wiesbaden. Das Seminar bietet einen systematischen Überblick über alle aktuellen PR-relevanten Rechtsfragen und vermittelt Ihnen die notwendigen Grundkenntnisse, um Ihr Problembewusstsein zu schulen und ein sicheres Gespür im Umgang mit

den juristischen Fallstricken zu entwickeln, denen Sie in Ihrem beruflichen Alltag begegnen können. Weitere Informationen und Anmeldung: iqb.de

02: **Vogel Business Media**, Würzburg setzt 2011 in seiner media-Treff-Akademie die **Seminarsreihe "Fachpressearbeit für die B2B-Industrie"** fort. Die nächsten Termine: 22./23. Februar in München, 17./18. Mai in Würzburg und 05./06. Juni in Stuttgart. Infos: www.vbm-seminare.de/s-fachpressearbeit.htm

03: Wie Unternehmen der Medizintechnologie auf Basis eines professionellen Konzepts erfolgreich Pressearbeit einsetzen, ist Thema am 15. März in Berlin. Das **Seminar "In zehn Schritten zur erfolgreichen Medienarbeit"** richtet sich an Kommunikationsverantwortliche, die eine fundierte Strategie für ihre externe Kommunikation entwickeln oder ihre bestehende Strategie weiterentwickeln möchten. Leiter des MedInform-Seminars ist der Kommunikationsberater Thomas Krieger. Infos: www.bvmed.de/events

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... bestens versorgte Beamte im Bundestag



Guten Tag! Die Bezahlung von Beamten und ihre Altersversorgung sind in den Medien wieder zum Thema geworden. Sie konnten das Wesentliche dazu hier bereits in der [Ausgabe vom 29.04.2010](#) lesen. Ich hatte den beamteten Professor Bernd Raffelhüschen zitiert, der in einer Studie über Pensionen ihre Unbezahlbarkeit festgestellt hatte. Er verlangte die Erhöhung des Pensionseintrittsalters auf 68

Jahre, wenn man die Wirkung erzielen möchte, die das Renteneintrittsalter von 67 Jahren bringen soll. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass Beamte länger leben als Angestellte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Glosse: Schatz, wir müssen reden

Was haben das Parlament von Nigeria und die beiden führenden deutschen PR-Wettbewerbe gemeinsam? Nichts, denken Sie? Weit gefehlt. Die Quote der weiblichen Entscheider ist quasi identisch. Über das nigerianische Parlament kann man sich [hier informieren](#). Zum Vergleich: Von den 25 Jurymitgliedern des PR Report Award sind drei weiblich. Beim Deutschen PR Preis stehen 30 Männern sieben Frauen gegenüber. Das ist in so vielen Dimensionen ein echtes Armutszeugnis, dass man sich am liebsten in die Ecke setzen möchte und weinen. Und ja, wir brauchen keine Frauenquote in unserer Branche, wir haben bereits eine.

Sascha Stoltenow, Frankfurt am Main

Salz: Welttag der Kommunikation



Jahresanfang ist die beste Zeit vorzuschauen, was einen erwartet. Welche Tage zum Beispiel. Und siehe da, es gibt keinen „Welttag der Kommunikation“. Wer ruft ihn ins Leben? Bedarf wäre reichlich vorhanden. Auf welches Datum legen wir ihn? Der „Weltknuddeltag“ bietet sich an, 21. Januar. Schon am 24. ist der „Welttag der sozialen Kommunikationsmittel“, aber der ist römisch-katholisch lanciert und deshalb wohl nicht für die ganze Welt geeignet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Ein preiswertes Vergnügen - von der französischen Atlantikküste



(nsb) Miesmuscheln sind eine saisonale Delikatesse in den Wintermonaten, die zumindest ein Probieren lohnt. Zwischen Oktober und März liefern holländische und deutsche

Züchter Tonnen davon ins Hinterland. Allerdings: nicht jeder verträgt die Meeresfrüchte.

Tatsächlich trübt eine Allergie bei rund acht Prozent unserer Mitmenschen die Freude am Muschelgenuss. Um genau zu sein: Es sind nicht die Muscheln selbst, sondern bestimmte Algen, von denen sich die Tiere ernähren. Deren im Muschelfleisch angereicherte Allergene verursachen eine oft dramatische Reaktion der menschlichen Verdauungsorgane. Zwei Rezepte von der französischen Atlantikküste machen richtig was her:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Hohlfeld, Müller, Richter, Zacher: Crossmedia. Wer bleibt auf der Strecke?

Ralf Hohlfeld, Philipp Müller, Annekathrin Richter und Franziska Zacher (Hrsg.): „Crossmedia. Wer bleibt auf der Strecke?“. LIT Verlag, September 2010. 346 Seiten. Preis: 29,90 Euro. ISBN: 978-3-643-10557-8.



Rezension von Christian Enz, Leiter Marketing und Kommunikation der Kreissparkasse

Höchstadt/Aisch, Absolvent von PR Plus
(www.prplus.de)

Unter der Federführung von Ralf Hohlfeld, dem Inhaber des Lehrstuhls für Kommunikationswissenschaft an der Universität Passau, ist nun Band 1 der „Passauer Schriften zur Kommunikationswissenschaft“ erschienen. Der Sammelband trägt den Titel „Crossmedia. Wer bleibt auf der Strecke?“ und basiert auf Thesen, Befunden und Reflexionen der Medientage Passau, die im November 2009 unter demselben Titel und unter der Leitung der Herausgeber des vorliegenden Buches durchgeführt wurden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Praxiswissen für die Pressearbeit: "Das kleine A - Z der Pressearbeit"

Zu den 100 wichtigsten Begriffen der Pressearbeit zeigt Viola Falkenberg komprimiert erst die drei wichtigsten Arbeitsschritte und gibt dann je drei Praxistipps. Die erfahrene Dozentin für Pressearbeit bietet damit in ihrem fünften Buch knappe Schritt-für-Schritt-Anleitungen, die sie durch eine englische Übersetzung und je eine weiterführende Quelle oder Adresse ergänzt hat. Zu jedem der über 100 Stichworte beantwortet die Autorin des bereits in sechster Auflage erschienen Longsellers "Pressemitteilungen schreiben" deshalb die Fragen "wie ist die Reihenfolge" und "was ist zu beachten". Eingeflossen sind dabei neben ihrer Erfahrung als Journalistin und in der Pressearbeit auch die ihrer zahlreichen Seminarteilnehmer. Das Buch kostet 12,90 Euro, hat die ISBN 978-3-937822-45-7 und kann beim [Verlag](#) unter sowie in jeder Buchhandlung bestellt werden.

Datensammler-Debatte: Kuschelkapitalismus aus dem Netz

Es hat viel Krach gegeben wegen der aktuellen Spiegel-Titelgeschichte über Datensammler im Netz. Vielleicht, glaubt SpiegelOnline-Kolumnist Sascha Lobo, weil Internetnutzer von Unternehmen erwarten, dass sie sich gefälligst menschlich verhalten sollen. Eine naive Position - aber auch eine Chance?

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Datenschutz: Wie Behörden das Auskunftsrecht aushebeln

Hier wird Datenschutz zum Problem: Der Staat hält massenweise Daten zurück, die mit Steuergeldern erhoben wurden. Jüngst wurden die Bürger beim Lebensmittelkandal um Dioxin unzureichend informiert - andere Länder in Europa sind viel weiter als Deutschland. Schimmelige Essensreste und ranziges Fett in der Steckerleiste: Der Berliner Bezirk Pankow stellt eklige Bilder ins Internet. Wenn die Lebensmittelkontrolleure in einem Restaurant oder Imbiss etwas zu beanstanden haben, veröffentlicht das Ordnungsamt Fotos und Adressen der betroffenen Betriebe. Aber auch löbliche Ausnahmen werden erwähnt: Auch eine Liste mit vorbildlichen Betrieben hat die Behörde online gestellt.

Den Artikel von Ole Reißmann am 13. Januar 2011 in "SpiegelOnline" [hier weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

Gute 2010er-Bilanz des PR-Journals

Das "PR-Journal" kann auch für das vergangene Jahr 2010 wieder ein gutes Ergebnis melden.

3.971 veröffentlichte Einzelmeldungen insgesamt bedeuten, dass pro Arbeitstag im Schnitt 16 neue Meldungen auf der Homepage www.pr-journal.de veröffentlicht wurden. Und aus den über 518.000 Jahres-Visits errechnet sich ein Tagesdurchschnitt von 1.421 Besuchern. Allein die neugestaltete Jobbörse verzeichnete davon täglich 894 Besucher. *Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

PRJ-Jobbörsen-Rekord lässt gutes PR-Geschäftsjahr für 2010 erwarten

Wenn man die Rekord-Zahlen der Jobbörse des PR-Journals zur Grundlage nimmt, dann muss das Geschäftsjahr 2010 für die PR-Branche gut gelaufen sein. 677 Stellenanzeigen (528 Angebote + 149 Gesuche) waren es in vergangenen Jahr, insgesamt 4.726 seit dem Start der Jobbörse im April 2005. Im Tagesdurchschnitt zählten wir 2010 knapp 900 Besucher (bald eine Million seit dem Anfang). Bei Twitter hat die Jobbörse 930 Follower. Damit bietet das PR-Journal die größte, aktuellste und meistgenutzte PR-Jobbörse im Internet - und preiswert sind wir auch noch. Hier können Sie ein Stellenangebot online eingeben: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/angebot-eingeben>.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (45)

Volontariat/Trainee

Die 8 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

Junior PR-Manager(in) für Münchner PR-Agentur gesucht

Teamverantwortliche/n Beratung, Essen

PR-Berater/-in, Langenfeld

PR-Berater/in, Tübingen

PR-Berater/in Healthcare / PR-Junior-Berater/in Healthcare, Köln

Healthcare-PR Agentur (Eltille) sucht ab sofort PR-Juniorberater

PR Manager für piranha presse & pr GmbH

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

PR-Berater mit Schwerpunkt Projektmanagement, Essen

Junior-Berater (m/w), Hamburg

PR-Berater/in, Schwerpunkt Informationstechnologie, Berlin

Senior-Berater(in) / Kommunikationsspezialist(in), Hamburg

PR-Berater, Social-Media-Berater, PR-/Online-Projektmanager, Redakteure

Junior PR-Berater (m/w), Healthcare & Lifestyle, München

PR-Trainee / PR-Assistent (m/w), Köln

A&B ONE sucht PR-Juniorberater/in (Unternehmens- und Produktkommunikation), Frankfurt/Main

Junior PR-Berater/in Schwerpunkt Internationale Marken, München

Consultants für crossrelations (GPRA), Düsseldorf

PR-/IR-Redakteur/in Wirtschaft/Finanzen/Industrie, Raum München (Starnberg)

Pressesprecher (m/w) für den Train of Ideas, Hamburg

PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.

PR-Redakteur (m/w), Heroldsberg

Berater-Persönlichkeiten (m/w), Hamburg

PR-Berater (m/w), Hamburg

PR-Berater (m/w), Berlin

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

Medien

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Potsdam

Unternehmen

PR-Manager (m/w), Hamburg

Pressereferent/in, Troisdorf zwischen Köln und Bonn

Mitarbeiter/in Marketing & PR, Niederzissen nahe Bonn

Referentin/Referent für Unternehmenskommunikation, Rheinland

Projektmanager Communications, Düsseldorf

Berater/in Public Relations und Social Media (Vollzeit), Berlin

Verbände (Non-Profit)

Referentin/Referent für Verbandskommunikation, Berlin

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 17. Januar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.486 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; 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 (info[at]punktumpr.de) - (für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte).

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

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

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

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

Autoren 2010: Jürgen Braatz, 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; Dominik Ruisinger, Berlin; 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: Gerhard A. Pfeffer (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@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.prranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-
komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de;
www.pepperia.de.