

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 277 / 04. KW - 2011

Seite 1

Was wir an der Diskussion über die Gorch Fock über Kommunikation lernen können

Wer die Diskussion über die Gorch Fock verfolgt hat, kommt nicht umhin, sich damit auseinander zu setzen, was das denn nun bedeutet, und ob, und wenn ja was, man daran über (Unternehmens) Kommunikation in der Mediengesellschaft lernen kann. Hierzu ein paar Anregungen:
 - Nach dem die "Bild" noch einmal mit dem Wasserski fahrenden Kapitän versucht hat, nachzulegen, hat das PIZ Marine der Story den Stecker gezogen. Gut, dass zu Guttenberg nicht auch noch über dieses Stöckchen gesprungen ist, das die Redaktion ihm hingehalten hat.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Peter Voß: Transparenz ist die beste Unternehmenspolitik

Ein epd-Interview mit dem Journalisten und PR-Professor Peter Voß. Im dritten Beitrag der Interviewreihe zur Zukunft des Journalismus äußert

sich Peter Voß, der langjährige SWR-Intendant und heutige Präsident der PR-Hochschule Quadriga in Berlin. Voß, der am 28. Januar seinen 70. Geburtstag feierte (*Glückwunsch!*), wird für sein Engagement bei der 2009 gegründeten Quadriga immer wieder kritisiert. Michael Ridder befragte ihn zum schwierigen Verhältnis zwischen PR und Journalismus, zur Legitimität von Rollenwechseln und zur Zukunft des Fernsehjournalismus in der ARD. *Endlich mal ein ehrliches Interview, wo nicht drumherum geredet wird - gute Fragen, gute Antworten. Hier auf "epd-Medien" online weiterlesen.*
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Headhunter im Gespräch: 80 Prozent aller Lebensläufe sind Schrott

Headhunter Christian Pape erklärt, wie Bewerber den Job finden, der zu ihnen passt - und welche Fehler im Lebenslauf sie unbedingt vermeiden sollten. Pape ist einer der führenden Headhunter Deutschlands. In seiner Personalberatung unterstützt er Arbeitnehmer, die sich beruflich verändern wollen und sucht im Auftrag internationaler Unternehmen nach gut ausgebildeten Führungskräften. Jüngst erschien im Heyne Verlag sein Buch "Traum! Job! Now!", in dem er seinen Weg der Jobsuche propagiert. Im Interview erklärt Pape, wie man erkennt, welcher Job zu einem passt, warum Initiativbewerbungen nichts bringen und welche Fehler im Lebenslauf vermeidbar sind.
Das Interview von Maria Holzmüller am 24. Januar mit Christian Pape in "sueddeutsche.de" [hier online weiterlesen.](#)



Personalien

Personelle Veränderungen in der BASF-Kommunikation

Stefanie Wettberg (38) wird am 1. Februar als Vice President Corporate Communications der BASF-Gruppe in Ludwigshafen und ist dann zuständig für Media Relations, Publikationen und Online-Aktivitäten. Susanne Marell (47) übernimmt zum gleichen Zeitpunkt die neu geschaffene Stelle Vice President Corporate Brand Management der BASF-Gruppe und verantwortet Branding, Events sowie Issue Management und Branchenkommunikation. Beide berichten an Elisabeth Schick, Senior Vice President Unternehmenskommunikation und Regierungsbeziehungen. Anke Schmidt (41), bisher zuständig für Corporate Communications und Branding, übernimmt als Senior Vice President die Leitung eines Projekts zur globalen Personalentwicklung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

E-Plus Gruppe stärkt PR-Team

Manuela Hirsch und Robin Meyer-Lucht kommen am 1. Februar 2011 an Bord des Mobilfunkanbieters in Potsdam. Beide berichten in Ihrer Funktion direkt an den [im September 2010 ernannten](#) Leiter Unternehmenskommunikation & Politik Gunnar Bender, der auch Mitglied der Geschäftsleitung der E-Plus Gruppe ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Facebook heuert Pressesprecherin in Deutschland an

Tina Kulow (42) ist ab 1. Februar als Corporate Communication Manager die erste festangestellte Unternehmenssprecherin von Facebook für Deutschland, Österreich und der Schweiz mit Sitz in Hamburg. Die Facebook-PR hat sie schon zuvor betreut und zwar als Inhaberin ihrer Agentur kulow kommunikation. Anlässlich des Wechsels wird die Agentur, das Team und die Kunden von Nina Heine übernommen und als Heine PR + Kommunikation, Hamburg fortgeführt. Da Heine auch den Kunden Facebook übernimmt, wird sie agenturseitig für das Soziale Netzwerk arbeiten. Kulow arbeitete vor Ihrer Agenturgründung vor fast zehn Jahren als Redakteurin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Sat.1 und als Director Corporate Communications bei Kabel New Media.

Personalien compact (23) (04.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Bettina Mutter** (45) wird Partnerin der Dynamics Group mit Büros in Zürich, Bern und Genf (CH). Die Public-Affairs-Beraterin wird Kunden in den Bereichen politische Kommunikation, Lobbying, Issues Management sowie Reputations- und Krisenmanagement beraten. Sie arbeitete zuvor 15 Jahre als Polit-Journalistin und Bundeshauskorrespondentin für Medien in Zürich und Bern, ab 2008 war sie für Burson Marsteller



Schweiz in der Abteilung Corporate & Financial Communications tätig.

02: **Martina Limlei** hat die Leitung der PR-Agentur vibrio am österreichischen Standort in Perchtoldsdorf übernommen. Davor war sie von 1999 bis 2002 PR-Beraterin bei der Agentur Publico mit Sitz in Wien, 2003 gründete sie ihre PR-Agentur prevent cc, die sie nebenbei weiterführt. Limlei tritt die Nachfolge von **Markus Holzer** an, der das Büro seit 2006 geleitet hat und sich neuen Aufgaben widmet.

03: **Natalie Swoboda** (40) verstärkt das Textteam von Schneider Kommunikation in Stuttgart. Die gelernte Volkswirtin war während ihrer über zehnjährigen Tätigkeit bei der Konradin Mediengruppe für den Content verschiedener Online- und Print-Formate zuständig, unter anderen in den Branchen Industrie und IT.

04: **Christiane Wolff** (39) leitet ab sofort als Practice Leader das Lifestyle & Consumer Team der Münchener Agentur F&H Porter Novelli. Zuvor war sie Teamleiterin und Bereichsleiterin PR bei Wilde & Partner sowie S&L MediaNetworX in München und Sprecherin der Film- und Videowirtschaft bei der FSK in Wiesbaden.

UNTERNEHMEN

05: **Volker Mensing** (44) ist neuer Senior Manager Marketing & Communications bei der Hannoveraner TUI InfoTec, wo er den Auf- und Ausbau der Marketing- und Presseaktivitäten und die Führung des Teams Marketing & Communications übernimmt. Der Diplom-Pädagoge und PR-Berater (DAPR) kommt von der Lüneburger Werum Software & Systems, wo er über neun Jahre die Unternehmens- und Marketingkommunikation geleitet hatte. Mensing

- Anzeige -



2. Deutscher Medienbeobachterkongress 15. März 2011 in Düsseldorf

Social Media bietet neue Möglichkeiten und verändert die Medienbeobachtung!

Dieser Kongress präsentiert:

- Status Quo und Perspektiven des Social Media Monitoring
- neueste Studien zum Thema
- klassische Dienstleister und ihr angepasstes Leistungsspektrum
- innovative Spezialisten und ihre Tools.

Im Mittelpunkt: Know How anhand von Best Practices.

Vom Projekt „Ruhr.2010“ über das Reputationsmanagement eines Autoherstellers bis zur Social Media Strategie von Google.

Lernen Sie die Medienbeobachtung von morgen kennen!

15. März 2011 - CCD Düsseldorf (Messe)

Kongressgebühr: 149 Euro

www.medienbeobachterkongress.de

wird unterstützt von **Tobias Unruhe** (30), Manager PR & Media. Der Diplom-Kommunikationswirt ist seit 2006 im TUI-Konzern tätig und hatte zuletzt die Kommunikation des TUI Airline Managements verantwortet.

06: **Tobias Kistner** wechselt am 1. Februar von Farner Consulting zum Telekommunikationsanbieter Sunrise in Zürich (CH). Der studierte dipl. Übersetzer wird in seiner Funktion als Mediensprecher hauptsächlich für die deutsche und die italienische Schweiz sowie als Stellvertreter von **Roger Schaller** als Mediensprecher für die französische Schweiz tätig sein. Ausserdem soll er Aufgaben in den Bereichen

Corporate Communications, Investor Relations und Produkte-PR wahrnehmen. Bei Farner war Kistner seit 2006 als PR-Berater für Kunden aus den Bereichen Telekommunikation, IT und Technologie verantwortlich.

07: **Annett Saul** (34) und Valentin **Jakubow** (35) verstärken das Marketing- und Kommunikationsteam Kontinentaleuropa von Invesco Asset Management in Frankfurt am Main. Saul verantwortet die Bereiche Kampagnenmanagement, Events, Branding und Public Relations, sie kommt von Fidelity International zu Invesco. Jakubow führt die Unternehmenskommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz von Invesco, zuvor war er seit 2002 für die Unternehmenskommunikation der Credit Suisse Deutschland verantwortlich.

08: **Oliver Huber**, bisheriger Pressesprecher der Österreichischen Nationalbank (OeNB) in Wien (AT), hat aus persönlichen Gründen mit sofortiger Wirkung gekündigt und seinen Posten verlassen. **Günther Thonabauer** (52), derzeit Abteilungsleiter Öffentlichkeitsarbeit, übernimmt ab sofort zusätzlich die Position des Pressesprechers auf Interimbasis, bis das Direktorium der Nationalbank entschieden hat, wie die Pressearbeit künftig strukturiert werden soll.

09: **Rainer Weihofen** ist neuer Corporate Head of Communications der Panalpina-Gruppe in Basel (CH). Er verfügt über mehr als 15 Jahre Kommunikationserfahrung in Unternehmen aus dem Chemiesektor wie Clariant und Hoechst, zuletzt war er als Head of Corporate Communications & Investor Relations bei Sika tätig. **Jörn Wagenbach**, derzeitiger Corporate Head of Communications, verlässt Panalpina Ende Januar.

10: **Fabian Schiffer** (45), derzeit Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei

- 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

Pfleiderer in Neumarkt in der Oberpfalz, verlässt das Unternehmen zum 1. Februar. Bei Pfeleiderer übernimmt eine Agentur die Zuständigkeit für die Unternehmenskommunikation. Schiffer kam im Juli 2008 vom Deutschen Sport Fernsehen zur Leitung der internen und externen Unternehmenskommunikation von Pfeleiderer.

11: **Angela Mond** (25) startet am 1. Februar als Managerin Geschäftsentwicklung und Öffentlichkeitsarbeit der Kölner Marketing- und Vertriebs-Agentur Die Gefährten. In ihrer neuen Position übernimmt die ausgebildete Werbekauffrau die Aufgaben von **Eva-Julia Dichter** (34) die sich in den Mutterschutz verabschiedet. Mond ist bereits seit Juli 2009 in der Agentur, zuletzt als Account Executive.

12: **Patrick Kammerer** (46), seit 2004 Head of Corporate Communications and Public Relations,

Global Retail bei Shell in Hamburg, übernimmt ab April die Leitung der Unternehmenskommunikation für den Mineralölkonzern in Europa. In dieser Position verantwortet er sowohl die Geschäftsbereiche Upstream als auch Downstream.

13: **Holger Rungwerth** (42) ist seit dem 1. Dezember 2010 Head of Communications bei Oerlikon Balzers in Liechtenstein. Er folgt auf **Eduard Meyer**, Verkaufsleiter Schweiz/Liechtenstein des Technologiekonzerns, der diese Position interimistisch inne hatte.

14: **Carsten Kestermann** (32) leitet seit 1. Januar den Bereich Public Affairs beim IT-Unternehmen Software AG in Darmstadt. In dem zu Jahresbeginn neu gegründeten Bereich werden alle globalen politischen Aktivitäten, die Verbandskoordination und das Issue Management gebündelt.

15: **Olaf Reus** (36) verantwortet ab 1. Februar als Director Government Affairs die Regierungsbeziehungen von Huawei Technologies in Deutschland, Frankfurt am Main. Er kommt von Telefónica O2 Germany, wo er zuletzt als Repräsentant Berlin/Koordinator Government Relations tätig war.

16: **Marc Oliver Hänig** (39), seit September 2008 Pressesprecher und Leiter der Stabstelle Presse & Internet bei der Ruhr.2010 in Essen, hat das Unternehmen verlassen. Er kehrt am 1. Februar, als Chefreporter für die "Bild"-Zeitung in den Journalismus zurück.

17: **Karina Schneider** (28) ist als neue Sprecherin für die Bereiche Corporate Responsibility & Food bei Tchibo in Hamburg gestartet. Sie kommt von der comdirect Bank, wo sie seit Januar 2008 als Pressreferentin in der Unternehmenskommunikation tätig war.

- Anzeige -



Interne Kommunikation 2.0 im E-Learning-Kurs der scm.

Vom 08. März bis 05. April 2011 findet jeden Dienstag ab 17 Uhr der E-Learning-Kurs „Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation“ der school for communication and management statt.

Im Fokus der fünf 90- bis 120-minütigen Videosessions stehen Tools mit ihren Stärken und Schwächen, die Plattform Intranet und die Unternehmenskultur bis hin zur Arbeitswelt 2.0. Abgerundet wird der Kurs durch die Themen Controlling und Rechtliches.

www.scmonline.de

18: **Patricia Lutz** hat die Leitung Marketing und PR der Großglockner Hochalpenstraßen in Salzburg (AT) übernommen. Sie war in den letzten sechs Jahren als Leiterin Marketing und Kommunikation des Bundesverbandes Urlaub am Bauernhof tätig.

19: **Caroline Hutschenreuter** (26) ist neue PR-Referentin beim Handelsunternehmen Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler (EDE) in Wuppertal. Sie kommt von Hochtief in Essen, wo sie in der Unternehmenskommunikation tätig war.

20: **Stefanie Roßner** (40), seit 2005 stellvertretende Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Ströer Out of Home Media in Köln, verlässt den Außenwerber auf eigenen Wunsch, um sich neuen Herausforderungen zu stellen.

21: **Stefanie Kleebauer** ist neue Social Media Managerin bei Danone in Haar. Die Diplom-Kauffrau war zuvor seit September 2008 Projektleiterin bei Kongress Media in München.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

22: **Daniel Knöll**, Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Musikindustrie (BVMI) in Berlin verlässt Ende Februar den Verband. Er wechselt am 1. März zur Society of Music Merchants (SOMM) und übernimmt dort die Geschäftsführung. Knöll war seit Anfang 2008 beim BVMI und verantwortete zudem den Echo Klassik, die PR-Agenturen und die Vermarktung des Deutschen Musikpreises.

23: **Manuel Staub** (36) ist neuer Leiter Kommunikation beim Unternehmervverband der Schweizer Hotellerie Hotelleriesuisse in Bern (CH). Zuvor war er seit Juni 2009 Leiter der Unternehmenskommunikation der Basler Zeitung Medien.

Etats

Neue PR-Agentur für das WeTab

Nach dem desaströs verlaufenen Tablet-Launch im vergangenen Jahr sucht WeTab nun den Neuanfang. Der Tablet-PC-Hersteller hat die Zusammenarbeit mit seiner PR-Agentur Fink & Fuchs beendet. Wie aus dem Umfeld des Unternehmens zu hören ist, soll demnächst ein neuer Dienstleister das Mandat übernehmen. Offiziell will man den Pitch in der Münchner Firmenzentrale zwar nicht bestätigen, aber bald solle dazu etwas feststehen, heißt es. → wuv.de

Dioxinskandal: Eierwirtschaft startet Kampagne

Vertreter der deutschen Eierwirtschaft haben in Berlin die IDEi gegründet, die Informationsgemeinschaft Deutsches Ei, und einen Etat von zunächst 100.000 Euro zur Verfügung gestellt. Diese seien für "kurzfristige Maßnahmen" gedacht, erklärt Kerstin Speltham, Sprecherin des übergeordneten ZDG Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft. Danach werde über weitere Aktionen beraten. Derzeit läuft ein Pitch mit zwei Agenturen, der diese Woche entschieden wird. Denkbar seien Print- und PR-Maßnahmen, auch im Internet unter deutsche-eier.info und via Social Media möchte die Eierwirtschaft informieren und mit den Verbrauchern in den Dialog treten. Welche Kanäle genau belegt werden, stehe aber noch nicht fest. Speltham schätzt, dass die Kampagne in den nächsten zehn Tagen on air ist. → wuv.de

Etats compact (8) (04.KW-2011)

01: Lukullium - kulinarische Entdeckungen, Höslwang
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR von Harsdorf**, München

02: Backpacker Network Germany, Frankfurt am Main
was: *Presse-, Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR*
an: **PR4You**, Berlin

03: Metabo, Nürtingen
was: *strategische Neuausrichtung der Unternehmenskommunikation*
an: **Communication Consultants**, Stuttgart

04: Associação Turismo dos Açores, Ponta Delgada/Açores

was: *Kommunikationskampagne für die Azoren*
an: **Comeo**, München

05: IEEE Standards Association, Piscataway, NJ (USA)
was: *Pressearbeit im deutschsprachigen Markt*
an: **GlobalCom PR-Network**, München

06: Hotel Schweizerhof, Bern. (CH)
was: *Medienarbeit in der Schweiz sowie im Ausland*
an: **Righetti & Partner**, Chalet Muri-Bern (CH)

07: Woonboulevard Heerlen (NL)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **KAM3 Kommunikationsagentur**, Übach-Palenberg

08: SkateRun, Flawil (CH)
was: *Verfassen von Medienmitteilungen, Erarbeitung und Umsetzung der Kommunikationsstrategie*
an: **etextera**, Schmitten (CH)

schafts- und Technikforschung (IWT) der Universität Bielefeld hat jetzt untersucht, welche Einstellungen, Motive und Hindernisse bei deutschen Wissenschaftlern gegenüber einer externen Wissenschaftskommunikation bestehen, welche Kommunikationsformen in welchem Umfang genutzt und welche Zielgruppen adressiert werden.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Edelman Trust Barometer 2011: Vertrauen in deutsche Wirtschaft erreicht Spitzenwert bei nationalen Entscheidern

Mit einem Plus von 12 Prozentpunkten (2010: 40 %, 2011: 52 %) beurteilen die befragten deutschen Meinungsführer die Wirtschaft deutlich positiver und bescherten ihr den besten Wert seit Durchführung des Edelman Trust Barometers. Zudem stieg der Vertrauenswert für Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland weltweit auf 76 % an. Zum ersten Mal ist Deutschland damit Spitzenreiter unter allen untersuchten Ländern – knapp vor Kanada (75 %) und Schweden (73 %).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche

Studie "Wissenschaftskommunikation in Deutschland"

Wissenschaft wird einerseits abstrakter, andererseits aber immer häufiger zur Lösung gesellschaftlicher Probleme herangezogen. Das heißt, Wissenschaft muss sich – vielleicht mehr denn je – erklären, kommunizieren, legitimieren. Und das gegenüber verschiedenen Zielgruppen: einer breiten Öffentlichkeit, Fachkollegen, potenziellen Drittmittelgebern oder dem Nachwuchs. Eine vom Deutschen Fachjournalisten-Verband (DFJV) finanzierte Studie des Instituts für Wis-

Branche compact (5) (04.KW-2011)

01: **Fünf Thesen zur erfolgreichen Food-Kommunikation:** Verbraucher werden täglich von vielfältigen Reizen überschwemmt – und jeder Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen hat die Aufgabe, sie bei ihren Präferenzen, Einstellungen und Vorbehalten abzuholen, ihnen emotionale Erlebnisse und vor allem Sicherheit zu bieten. Noch nie standen ihnen dabei so viele Instrumente zur Verfügung. → [medienmilch.de](#)

02: **"Dialogwiese" ist als neue PR-Agentur in Bad Blankenburg gestartet**, das Spektrum der Neugründung umfasst Produkt-, Unternehmens-

und Event-PR sowie Social Media Management. Inhaberin Tina Albrecht bringt über zehn Jahre Erfahrung aus Journalismus und PR-Beratung mit. Sie arbeite mehrere Jahre als Journalistin für Tageszeitungen in Mitteldeutschland. Zuletzt war sie als Senior PR-Beraterin bei der Agentur für Public Relations Tower PR tätig.

03: Die große Schweigerin: Mit Mahlzeiten werden Reporter in Afghanistan von deutschen Presse-Offizieren gut versorgt. Mit Antworten nicht. **Antonia Rados: "Ich will von meinen Aben-teuern mit deutschen Presse-Offizieren berich-ten.** Wie ihre französischen Kameraden schweigen sie lieber, als zu reden. Und wenn sie reden, dann bevorzugt in Abkürzungen. Oder sie benutzen ihre Lieblingsantworten: Nee. Unmöglich. Geht nicht. Ist riskant. Ich kenne den erleichterten Ausdruck in ihren Gesichtern nur zu gut, wenn ich aufgabe und verschwinde, nachdem sie mich lange ange-schwiegen haben." → fr-online.de

04: **97 Prozent der Banken und Finanzdienstleister betreiben Corporate Publishing**, geben also eigene Publikationen für verschiedene in und externe Zielgruppen heraus. 76% nutzen die Veröffentlichungen in der Kommunikation mit ihren Kunden. Die Branche kommt auf circa 1.400 verschiedene Magazine – fast 58% der Banken setzen Printpublikationen zur Ansprache ihrer Kunden ein. (...) Aber warum setzen so viele Banken auf ein Instrument, das in der öffentlichen Diskussion von Kommunikations-experten neben den Sozialen Medien wie Facebook, Twitter, Xing & Co. auf den ersten Blick ja eher eine untergeordnete Rolle spielt? → eckpunkte-kommunikation.de

05: Die Berliner Agenturen **Flaskamp und Ummen Communications sind mit sofortiger Wirkung zur Agentur Flaskamp Ummen verschmolzen.** Der Zusammenschluss vereint

alle Agentur-Leistungen als Full Service unter einem Dach: Positionierungsberatung, Public und Investor Relations, Werbung und Marketing, Live Communication, Corporate Publishing, Grafik und Design. Der Sitz der Agentur mit über 30 Mitarbeitern befindet sich in Berlin-Mitte, Vorstandsvorsitzender ist Antonius Flaskamp.

Social Media + Web 2.0

Einfluss sozialer Netzwerke auf den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess

Sozialen Netzwerkseiten wird aufgrund der Nähe zur jungen Zielgruppe häufig ein großes Potential im Rekrutierungsprozess bescheinigt. Das Online-Karriereportal Monster untersucht deshalb in Zusammenarbeit mit der Universität Erfurt den Einfluss sozialer Netzwerkseiten auf den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess. Die Studie zeigt, dass es auf Arbeitgeberseite in vielen Fällen nicht nur an Know-How im Umgang mit Social-Media-Anwendungen mangelt. Auch besteht Unsicherheit darüber, wie diese in das bestehende Konzept der Unternehmenskommunikation integriert werden können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Industrie: hohe Wachstumsraten für Social Media

Sind Web 2.0-Anwendungen auch etwas für die Industrie? Wer glaubt, Facebook, Twitter, Social Bookmarking, Blogs, Foren und Youtube hätten mit dem industriellen Mittelstand nichts zu tun, könnte sich einmal die aktuelle Studie „Social Media im Industrieumfeld“ des Instituts für Online-Markenföhrung (IFOM) ansehen. Sie zeigt eine rasante

Zunahme sowohl der Nutzung als auch der Akzeptanz von Social-Media-Angeboten. Die Studie und weitere Informationen finden Sie hier: <http://www.socialmediastudie.de>.

Den Artikel von Anja Floetenmeyer am 26. Januar im "PR-Agentur Blog" der Agentur prdienst.de, Hannover [hier online weiterlesen](#).

Blogger-Werbesumpf: Basic kritisiert Blog-Käufer

Der Schleichwerbesumpf in der Blogosphäre hat für viel Aufsehen gesorgt. Jetzt kritisiert Top-Blogger Robert Basic, der das Basic-Thinking-Blog im Januar 2009 an Onlinekosten.de für 46.902 Euro verkauft hat, das Vorgehen heftig. Über die Firma und dessen Chef sagt er:

"Christoph Bergers Verhalten ist geschäftsschädigend für Blogger, droht lang andauernde Wirkungen zu entfalten. Dass auch noch mein Ex-Blog als Türöffner benutzt wurde, ist beschämend." Er fordert eine öffentliche Entschuldigung.

Den Artikel von Henning Ohlsen am 31. Januar in "Meedia" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (3) (04.KW-2011)

01: **SchülerVZ ist bei deutschen Teenagern die beliebteste Internet-Gemeinschaft.** Die weltweite Nummer 1, Facebook, steht bei Kindern und Jugendlichen hierzulande auf Rang 2. Das geht aus einer aktuellen repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbandes BITKOM hervor. Demnach ist unter den 10- bis 18-Jährigen jeder Zweite (49 Prozent) bei SchülerVZ angemeldet, 40 Prozent nutzen das Netzwerk aktiv. Facebook liegt knapp dahinter:

42 Prozent dieser Altersgruppe sind dort Mitglied und 38 Prozent aktiv. → bitkom.org

02: **Die meisten internationalen Marken nutzen Facebook vorrangig für eine Einweg-Kommunikation.** Damit bleiben die Möglichkeiten des sozialen Netzwerks für den Aufbau und die Intensivierung von Kundenbeziehungen nahezu ungenutzt. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung

A.T. Kearney, in der die Facebook-Auftritte der 50 weltweit größten Marken untersucht wurden. Im Untersuchungszeitraum November und Dezember 2010 blieben 89 Prozent aller Nutzer-Einträge auf den Facebook-Seiten führender Marken unbeantwortet. Außerdem scheinen viele Unternehmen das offene Verbraucher-Feedback zu scheuen. → atkearney.de

03: Der erste bekannt gewordene Auftraggeber im Blog-Werbesumpf geht in die Offensive: Der Hotelzimmer-Vermittler **HRS hat seine Agentur für Suchmaschinenoptimierung (SEO) abgemahnt.** Die SEO-Experten hätten möglicherweise Onlinekosten.de dafür bezahlt, gezielt Links in Blogs zu lancieren. Nach eigenen Angaben wusste HRS nichts von den Machenschaften: "Es gehört nicht zu unserer Geschäftsstrategie für Links zu bezahlen. Wir hätten dem auch niemals zugestimmt", teilte HRS in einem Statement mit. → meedia.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: DLD 2011



Schmidt, Rose, Crowley, Murdoch und wie sie alle heißen... Zum siebten Mal trafen sich in der 4. Kalender-Woche namhafte Teilnehmer aus aller Welt auf der DLD Conference in München. Unter dem Motto "Update your Reality" wurde gemeinsam mit den Teilnehmern darüber diskutiert, welche Auswirkungen die Digitalisierung auf Wirtschaft, Gesellschaft und Individuen hat. Google-CEO Eric Schmidt, Google Vizepräsidentin Marissa Mayer, Groupon-Gründer Andrew Mason, Facebook-Manager Dan Rose, foursquare-Gründer Dennis Crowley und Facebook-Mitgründer Sean Parker sind nur einige Namen der hochkarätigen Redner. Da wundert es nicht, dass die Konferenz zwischen dem 22. und 28. Januar auf fast 10.000 Erwähnungen in den Social Media- und Onlinemedien weltweit kommt. Vorne dabei ist der Microblogging-Dienst Twitter, auf den 77,1 Prozent der Posts entfallen, gefolgt von den Blogposts mit 11,8 Prozent, den Newsseiten mit 10,6 und Foren-einträge mit 0,2 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Studie zu Trends im Zeitungsmarkt zeigt gestiegenen Stellenwert des Vertriebs

Weit über 90 % der befragten Führungskräfte deutscher Tageszeitungsverlage sehen die Notwendigkeit, jüngere Zielgruppen mit Apps oder anderen eigenständigen Angeboten für mobile Endgeräte anzusprechen. Entsprechend der neuen Umsatzbedeutung des Vertriebs wollen zudem fast alle Verlage die Maßnahmen der Kundenbindung bei den bestehenden Abonnements verstärken. Dies sind die Kernergebnisse einer Studie, die Thomas Breyer-Mayländer und Marc Löffel von der Hochschule Offenburg im Auftrag des Spezialisten für Kundenbeziehungsmanagement ConCept Card durchgeführt haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ag.ma; Die Leselust ist ungebrochen – Zeitschriftenreichweiten bleiben konstant

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) hat die Reichweiten der ma 2011 Pressemedien I veröffentlicht. Das wichtigste Ergebnis vorab: Die Zeitschriftennutzung bleibt extrem stabil: Wie im Vorjahr (ma 2010 Pressemedien II) lesen 65,9 Millionen Menschen ab 14 Jahren in Deutschland Zeitschriften. Lediglich im Nachkommabereich zeigt sich eine mini-male Einbuße, die allerdings im Rahmen der statistischen Schwankungsbreite liegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nachlese:

Was vom Dschungel übrig bleibt

Es vorbei: Das große Medienspektakel 2011, die RTL-Dschungelshow "Ich bin ein Star - holt mich hier raus!". Am Sonntag gab es nochmal die Wiedersehens-Show mit (fast) allen Camp-Insassen, nun holt uns der triste TV-Alltag ein. Wir wollen noch ein letztes Mal zurückblicken auf diese bemerkenswerte Staffel der Dschungelshow. Nie hatte RTL bei diesem Format mehr Zuschauer, nie gab es mehr "Skandale" und noch nie wurde so viel über die Show und ihre vielen Meta-Ebenen geredet und geschrieben. Eine Nachlese von "Meedia"-Autor Stefan Winterbauer zur RTL-Dschungelshow 2011. [Hier online weiterlesen.](#)

Tagungsbericht: Der Journalismus und die Versaftung des Lokalen

Was ist heute noch lokal, und wie kann ich Twitter in der Redaktion einsetzen? In Waiblingen diskutierten Lokaljournalisten über Trends und Entwicklungen ihrer Branche. Man darf die Lokalzeitungen in Deutschland durchaus als unterschätzte Medien einordnen. Selten wird in der Medienpublizistik, die sich mit ihrer eigenen Branche befasst, über das Lokale berichtet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (04.KW-2011)

01: **Red Bull kreiert eine Sportart** und Kabel 1 räumt zwei Stunden Sendezeit frei - für eine aufgeregte Live-Show. RTL feiert die PR-Aktion ohne Scheu in den Nachrichten und das ARD Mittagmagazin würdigt die Werbeveranstaltung: "Beim ersten Crashed Ice Event vor einem Jahr

kamen unglaubliche 50.000 Zuschauer, um das Spektakel hautnah zu erleben." (18.01.2011). Hautnahes Erleben, das honorieren die Medien. NDR-Medienmagazin [Zapp über das Medienimperium aus der Dose.](#)

02: Drei Viertel der IVW-geprüften Publikumszeitschriften haben im Jahr 2010 Auflage in den beiden wichtigen Kategorien Abos und Einzelverkauf verloren - das zeigt die **MEEDIA-Jahresbilanz der IVW-Zahlen**. Die größten Verlierer waren demnach TV Movie, Auf einen Blick und Computer Bild. Diese drei Titel stammen gleichzeitig aus den Segmenten, die überdurchschnittlich viele Absteiger hervor brachten: Traditions-Programmies und Computer-Titel. Ebenfalls vorn dabei: der Focus und die Bravo. → [meedia.de](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Februar 2011

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Januar 2010 wurden 6.755 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 20.274 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Die Amazon Top 10 der PR-Bücher

Effiziente Öffentlichkeitsarbeit und Basiswissen – zu Jahresbeginn dominieren Nachschlagewerke für PR-Einsteiger auf den vordersten Verkaufsrängen des Internetbuchhändlers. **Über 38.000 Titel** ergibt die Suche mit dem Schlagwort „Public Relations“ auf amazon.de. Ein Zuwachs von 8.000 Büchern im Vergleich zur letzten Betrachtung im April 2010. Stündlich bringt Amazon die Bestenliste auf den neuesten Stand. Mehr als nur Verkaufszahlen fließen in die Platzierung mit ein. Der Verlag und die Bekanntheit des Schriftstellers sind nur einige Faktoren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (04.KW-2011)

01: Viele Unternehmen sind sich bewusst, dass sie eine Mitverantwortung tragen bei der Förderung und Entwicklung von nachhaltigem Konsum haben. Und dass sie ihre Kommunikation in diesem Bereich deutlich verbessern müssen, um Vertrauen und soziale Verantwortung beim Verbraucher zu stärken. Das zeigt die **Umfrage „Gesellschaftliche Verantwortung von Werbungtreibenden“**, die W&V Online gemeinsam mit der Bremer Management-Beratung Brands & Values durchgeführt hat. Mehr als 500 Werbungtreibende aus Unternehmen und Agenturen haben sich daran beteiligt. → [wuv.de](#)

02: Die Marken Adidas, Aldi, Amazon und Audi gehörten ebenso wie Michelin, dm, Lufthansa und Nivea zu den **beliebtesten Marken der Deutschen im Jahr 2010**. Dies geht aus dem jährlichen Marken-Ranking "BrandIndex Top

Performer 2010" des Marktforschungsinstituts YouGov Deutschland hervor, das auf den Ergebnissen des täglich erhobenen Markenmonitors YouGov BrandIndex basiert. Für den BrandIndex werden jährlich rund 250.000 Verbraucherbefragungen durchgeführt. → [psychonomics.de](#)

03: **Umfrage: Deutsche Onliner bewegen sich nicht sicher im Netz.** Einen Virenschutz haben zwar 93 Prozent und eine Firewall 81 Prozent der deutschen Internetnutzer installiert. Aber: Selbst die aus eigener Einschätzung kompetenten Nutzer verfügen nur zu 49 Prozent über eine Sicherheitssoftware mit Anti-Phishing-Programm, die vor dem Ausspähen von Passwörtern schützt. Nutzer, die sich selbst keine oder nur eine geringe Internetkompetenz zuschreiben, surfen sogar zu fast zwei Dritteln ohne ausreichenden Schutz. Zu diesem Ergebnis kommt die Umfrage "Wie sicher surft Deutschland?" von TNS Infratest *im Auftrag der Deutschen Telekom*.

04: Die Krise hat offenbar ein Nach- und Umdenken über gängige Wertvorstellungen ausgelöst. Solide und soziale Wertbegriffe werden für die Deutschen derzeit immer wichtiger. An erster Stelle steht dabei das Thema Sicherheit: rund 70 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass Sicherheit in der aktuellen Situation an Bedeutung gewinnt. Dies ergab die aktuelle **Studie des GfK Vereins zum Bedeutungswandel von Werten**. Unabhängig vom Einkommen, der regionalen Herkunft oder dem Geschlecht zeigt sich bei den Deutschen ein zunehmendes Sicherheitsbedürfnis: Rund zwei Drittel der Befragten nennen Sicherheit als den Wert, der in der aktuellen Zeit am meisten an Bedeutung gewinnt. → [gfk.com](#)

Termine + Tagungen

Tagung Veränderungskommunikation

Kommunikation ist ein essentieller Bestandteil von Veränderungen in Unternehmen. Wie Veränderung erfolgreich kommuniziert wird, darüber referieren Vertreter von Audi, IBM, SAP, Siemens und anderen renommierten Unternehmen am 31. März und 1. April 2011 in Berlin. In Best Cases zu Merging, Rebranding und Veränderung 2.0 wird Ihnen professionelles Wissen vermittelt, in Workshops können Sie sich das Know-How zu Führungswechsel, Mitarbeitermotivierung, Social Media und Krisenkommunikation aneignen. Das vollständige Programm finden Sie unter tagung-veraenderungskommunikation.de.

Termine compact (3) (04.KW-2011)

01: Das **Seminar "Facebook: Strategischer Einsatz für PR und Marketing"**, ein Media Workshop der dpa-Tochter news aktuell, findet am 21. Februar in Hamburg statt. In dem Seminar vermitteln die beiden Referenten Benjamin Schroeter und Teja Töpfer, beide Gründer/Geschäftsführer von XNiP und Facelift, die Funktionsweise von Facebook. Ziel ist es, dass die Teilnehmer eine wirksame Facebook-Strategie in ihrer Organisation anstoßen, deren Nutzen einschätzen können und die erfolgreiche Umsetzung begleiten. Weitere Informationen unter: media-workshop.de

02: Können Unternehmen den Ansprüchen von CSR-Rankings gerecht werden? Chancen & Grenzen von Rankings am Beispiel des IÖW/future-Ranking & WeGreen. Diese und weitere Fragen zu Nachhaltigkeitskommunikation diskutiert der

- Anzeige -



2. Deutscher Medienbeobachterkongress

15. März 2011 in Düsseldorf

Social Media bietet neue Möglichkeiten und verändert die Medienbeobachtung!

Dieser Kongress präsentiert:

- Status Quo und Perspektiven des Social Media Monitoring
- neueste Studien zum Thema
- klassische Dienstleister und ihr angepasstes Leistungsspektrum
- innovative Spezialisten und ihre Tools.

Im Mittelpunkt: Know How anhand von Best Practices.

Vom Projekt „Ruhr.2010“ über das Reputationsmanagement eines Autoherstellers bis zur Social Media Strategie von Google.

Lernen Sie die Medienbeobachtung von morgen kennen!

15. März 2011 - CCD Düsseldorf (Messe)

Kongressgebühr: 149 Euro

www.medienbeobachterkongress.de

Arbeitskreis CSR-Kommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (dprg)

am 10. Februar in Berlin, an der Mediadesign Hochschule. Weitere Infos und

Anmeldung: message-pool.de

03: Für die PR-Arbeit ist es wichtig, ihre Erfolge zu messen. Wie man die Kommunikationswirkung einzelner Online-Maßnahmen oder ganzer Internet-Kampagnen kontrolliert und was man bei der Dokumentation von Online-PR beachten muss, lernen Teilnehmer im **media workshop "Erfolgskontrolle für die Online-PR"** der dpa-Tochter news aktuell. Referent Jörg Hoewner vermittelt aktuelle Ansätze und Argumente für die

PR-Evaluation. Am 16. Februar in München.
 Weitere Infos: media-workshop.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (2) (04.KW-2011)

01: An den **Informationstagen der depak - Presseakademie** führen Referenten durch ein Kursprogramm aus Theorie und Praxis. Man erlebt an einem Tag beispielhaft, wie während des Studiums vermittelt wird, was gute PR ausmacht und welches Handwerkszeug dabei benötigt wird. Die Teilnahme an dieser Infoveranstaltung ist kostenlos. Bitte beachten, dass die Anzahl der Teilnehmer begrenzt ist. Der nächste Infotag zum Kompaktstudium ist am 8. Februar 2011 in Köln, Weitere Infotage 2011 sind am 11. April 2011 in Berlin, am 31. Mai 2011 in Hamburg, am 12. Juli 2011 in Frankfurt am Main und am 16. August 2011 in Bonn. → depak.de

02: Am 23. Februar lädt die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design zur **eintägigen masterpreview**. Im Rahmen eines Workshops werden die drei Master-Studiengänge Marketingkommunikation, Unternehmenskommunikation und Creative Direction vorgestellt. Die Veranstaltung richtet sich an Studienabsolventen verschiedenster Fachrichtungen, die eine Führungsposition in den Bereichen Kommunikation, Marketing, Werbung, Kreation oder PR anstreben. Im Rahmen eines Planspiels werden die unterschiedlichen Schwerpunkte der drei Masterstudiengänge genauso herausgearbeitet wie ihr notwendiges Zusammenspiel. Weitere Informationen und Anmeldung unter design-akademie-berlin.de

Presidents' Corner

AIKA - warum machen wir das?



Ein Autorenbeitrag von Christa Duve-Roth, Präsidentin AIKA Allianz inhabergeführter Kommunikations-Agenturen, Dortmund (26. Januar 2011)

Eigentlich sind wir keine Verbandsmeier. Auch nicht wild auf Plätze in den Jurys der vielen Awards, die keiner braucht und nicht erpicht auf Selbstdarstellung wie so manch anderer Verbandschef. Warum gibt es AIKA dann, und wieso ist diese Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen so erfolgreich? Immerhin knapp 50 Mitgliedsunternehmen in zwei Jahren, eine hohe Präsenz bei allen Veranstaltungen und die ungebremschte Bereitschaft der Inhaber, sich zu engagieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Rubrik Presidents' Corner gestartet

Am 31. Januar fiel der Startschuss für eine neue Rubrik des PR-Journals: Presidents' Corner. Dort werden die Präsidenten/Vorsitzenden von elf Kommunikationsverbänden wöchentlich (in alphabetischer Folge der Verbandsnamen) in einem Namensartikel Aktuelles und Grundsätzliches aus ihrem jeweiligen Verband der Branchenöffentlichkeit kund tun - jeder kommt somit ca. vier Mal im Laufe des Jahres zu Wort. Das Thema wird bestimmt jeder Verband/Präsident selbst. Man darf gespannt sein. Den Anfang macht **AIKA-Vorsitzende Christa Duve-Roth** (AIKA = Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen, Dortmund). Nächste Woche folgt Uwe Dolderer, Präsident des BdP Bundesverband deutscher

Pressesprecher, Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Dioxin und Tote in der Bundeswehr als Ablenker politischer Probleme



Guten Tag! "Brot und Spiele" dem Volk bieten, um Ruhe beim Regieren zu haben, war im alten Rom eine erfolg-reiche Strategie. Im 20. Jahrhundert wurde das Rezept abgewandelt. Aufmärsche und Massenveranstaltungen im Hitler-Deutschland, in der DDR, in der kommunistischen Sowjetunion oder in der Volksrepublik China unter Mao Tse Tung und seinen Nachfahren, jeweils von allen Medien ins rechte Licht gerückt, sollten beweisen, wie die Regierenden und das Volk eine Einheit sind. Im 21. Jahrhundert, in der nicht nur Medien, sondern Millionen Internet-Nutzer Informationen um den Globus transportieren und glauben, informiert zu sein, hat sich die Strategie der Regierenden gewandelt. Um die wahren Probleme der Bevölkerung nicht in die Köpfe der Bevölkerung kommen zu lassen, gibt es nicht nur Fußball, sondern viele unwichtige Nachrichten und Berichte über Ereignisse, die eigentlich keine sind – und Medien transportieren sie in Schlagzeilen und – schlimmer – Talkshows als angeblich wichtige Informationen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Umstrittene Hülsenfrüchte - Cassoulet



(nsb) Krieg wurde noch nicht darum geführt; aber der Streit ist uralt und heftig – um die einzig richtige Zubereitung eines „Cassoulet“. In Toulouse besteht man auf kräftig gewürzten

Schweinswürsten; die haben in Carcassonne und Castelnaudary nichts in dem Eintopf verloren. Dort kommen nur Ente und Lamm hinein – wobei es im letztgenannten Ort als barbarisch gilt, frische Entenkeulen zu nehmen. Man besteht dort wie in Toulouse auf einem Confit, im eigenen Fett gegart und konservierten Ententeilen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

PR-Berater Norbert Essing: Ein Schuss ins Leere

Der umstrittene PR-Berater Norbert Essing, Westerkappeln zeigte seinen Intimfeind Christ bei der Staatsanwaltschaft an. Nun interessiert die sich für seine Geschäfte in Sachen Hypo Alpe Adria. Gegen missliebige Zeitgenossen, die seine Kreise stören, fährt der umstrittene PR-Berater Essing angeblich schneller juristische Geschütze auf, als Revolverhelden im Wilden Westen ihre Colts zücken konnten. Ein Schussversuch des bislang in den Führungsetagen der deutschen Wirtschaft gut verankerten Essing bei der Staatsanwaltschaft MünchenI ging jedoch gewaltig ins Leere. Im Zuge der Ermittlungen zur Causa Hypo Alpe Adria stellte die Behörde ein Strafverfahren ein, das Essing gegen seinen Intimfeind, den Finanzmanager und

SPD-Politiker Harald Christ angezettelt hatte. Dieser Schuss könnte für Essing nach hinten losgehen.

Den Artikel von Uwe Ritzer am 25. Januar in "sueddeutsche.de" [hier online weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

PDF-Newsletter des PR-Journals jetzt auch auf Facebook

Die Fanseite des PR-Journals auf Facebook hat nun ein zusätzliches Angebot.

Dienstagvormittags, wenn der Newsletter bei 14.500 Empfängern eintrifft, wird die neueste Ausgabe jetzt auch auf Facebook freigeschaltet. In der PDF-Version kann man dabei wie in einem Magazin blättern, Artikel vergrößern, ausdrucken und die Links zur Weiterleitung anklicken. Umgesetzt wird das von Ursula Breckner von der GPRA-Agentur ECCO Düsseldorf - und natürlich mit dem tollen Tool von Issuu. [Hier ist der direkte Link](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

PR-Berater/in, München

Online-Redakteur (m/w) Interne Kommunikation,
Heilbronn/Stuttgart

Junior-Berater/in bei agentur05 in Köln

Kommunikations-Berater/in, Düsseldorf

Redakteur/in, Düsseldorf

PR-Assistent / Junior PR-Berater / PR-Berater (m/w) in
Vollzeit/Teilzeit, Düsseldorf

PR-Berater/PR-Beraterin Consumer Marketing
Automotive, Hamburg

PR Account Manager (m/w) IT/Wirtschaft, München

PR-Berater (m/w), Hamburg

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications,
Hamburg

PR-Redakteur (m/w), Wiesbaden

Head of Marketing Communications & Brand PR (m/w),
Frankfurt

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

Teamverantwortliche/r Beratung, Essen

PR-Berater/-in, Langenfeld

PR-Berater/in, Tübingen

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

Healthcare-PR Agentur (Eltville) 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

Medien

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Potsdam

Unternehmen

PR Manager (f/m), EMEA

Leidenschaftliche/-n Berater/-in / Seniorberater/-in,
Düsseldorf

PR-Berater (w/m), Stuttgart

Wir suchen Vertriebs-Talente

PR-Manager (m/w), Hamburg

Pressereferent/in, Troisdorf zwischen Köln und Bonn

Mitarbeiter/in Marketing & PR, Niederrissen nahe Bonn

Verbände (Non-Profit)

Referentin/Referent für Verbandskommunikation, Berlin

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 31. Januar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.547 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 (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - Rubrik: Kelikowskys Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenow[at]yahoo.com).

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

Korrespondenten: Prof. 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 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, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR+plus, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)); Regina Raab, Bad Wildungen (raab.regina[at]t-online.de).

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

Anschrift:

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

E-Mail: redaktion@pr-journal.de , 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.