

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 278 / 05. KW 2011

Seite 1

BVDW: 10 Thesen zur Zukunft von Social Media in 2011

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Düsseldorf veröffentlicht zehn Thesen zur Zukunft von Social Media in 2011. Die Fachgruppe Social Media im BVDW sieht wesentliche Veränderungen in vielen Unternehmensbereichen wie Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Marktforschung, Kundenbindung, Personal und Produktentwicklung. Vor allem mittelständische und kleine Unternehmen werden 2011 Social Media intensiver nutzen. Die zehn Thesen der Fachgruppe Social Media im BVDW sind kostenlos als Download unter www.bvdw.org erhältlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Buchtipps: Neue Leitbilder müssen her – denn die alten sind aus dem letzten Jahrhundert

Einfluss von Social Media und Wertewandel auf die Unternehmenskultur. Höchste Zeit, das sich was tut. Die Leitbilder der Unternehmen sind

mehrheitlich aus dem letzten Jahrhundert – im wahrsten Sinne des Wortes. Doch die Player im Markt sind fortschreitend einem dramatischen Wertewandel und der gnadenlosen Transparenz der Social-Media-Welt unterworfen. Kooperation statt Konfrontation und Menschlichkeit statt Machtgelüsten rücken nach vorn. In diesem Szenario sei den Unternehmen geraten, ihr veraltetes Leitbild, ihre Mission Statements, ihren Wertekanon und alles, was dazugehört, rasch auf den Prüfstand zu stellen.

Den Artikel von Anne M. Schüller (Autorin des neuen Fachbuches "Kundennähe in der Chefetage - Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen" - ISBN: 978-3-280-05282-2) am 4. Februar im Blog "media-Treff" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media: Schnellwachsende Unternehmen bevorzugen Facebook und Twitter

Das Center für Marketing Research an der Universität Massachusetts Dartmouth untersucht seit 2007, wie die 500 am schnellsten wachsenden Unternehmen in Amerika Social Media nutzen. Diese Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, eine hohe Innovationskraft zu besitzen und schon recht früh in Social Media investiert zu haben. Im Jahr 2010 haben die Wissenschaftler vor allem den Trend ausgemacht, dass die Nutzung von Facebook und Twitter kräftig ausgebaut wurde. Auch Blogs haben an Bedeutung gewonnen, während Online-Videos weniger häufig eingesetzt wurden. *Den Artikel von "Netzökonom" Holger Schmidt am 03. Februar in "FAZ.Net" [hier online weiterlesen](#).*



Personalien

Personalien compact (29) (05.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Arne Borgards** (38) und **Andreas Voß** (31) wurden in die Geschäftsführung von JP|KOM, Düsseldorf/Frankfurt am Main berufen, beide Berater sollen zukünftig ebenfalls Mitgesellschafter der Agentur werden. Borgards arbeitet seit 2000 mit den Schwerpunkten Unternehmens- und Veränderungskommunikation sowie CD/CI/Branding bei JP|KOM. Künftig verantwortet er neben seinen Kundenjobs die Bereiche Personal und Finanzen. Voß ist seit 2006 bei der Agentur tätig, zuletzt als Seniorberater. Er wird als stellvertretender Geschäftsführer von JP|KOM vor allem das Eigenmarketing, Kontaktmanagement und Neugeschäft verantworten.

02: **Claas Sandrock** (45) wird am 1. März Partner der Brunswick Group Deutschland in Frankfurt am Main. Er verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Kommunikationsarbeit für Unternehmen und verantwortete unter anderem die weltweite Kommunikation und Corporate Social Responsibility (CSR) von Beiersdorf und baute zuvor die Unternehmenskommunikation der E-Plus Gruppe auf. Sandrock folgt auf **Thomas Wimmer**, der im Dezember 2010 in die Geschäftsführung von Hill & Knowlton gewechselt ist.

03: **Martin Susteck** (31) und **Florian Wastl** (31) sind neue Senior Consultants bei MSL (GPRA) in Berlin. Susteck wird im Bereich Corporate Social Responsibility und Krisenkommunikation arbeiten. Er war zuletzt Chef vom Dienst und Nahostkorrespondent für den Nachrichtensender N24 und Sat.1. Wastl wird Bereich Public Affairs tätig. Er kommt von der Agentur fischerAppelt (GPRA), wo er als Berater für politische Kommunikation und als Pressesprecher des Arbeitgeberverbandes Pflege tätig war.

04: **John Saunders** wird Regional President für Gesamteuropa und Afrika von Fleishman-Hillard mit Sitz in London (GB). Er war bisher Regional President für Kontinentaleuropa und Irland. Saunders hat seit mehr als 20 Jahren Führungspositionen bei der internationalen PR-Agentur inne. In seiner neuen Rolle als Chef des Europa- und Afrika-Netzwerks übernimmt er zusätzlich die Aufgaben von **Kevin Bell**, der die Agentur im Januar verlassen hat.

05: **Suzanne Nievergelt** (37), bislang Senior-Beraterin der Agentur Weibel Communication in Zollikon (CH), erweitert die Agenturführung und Geschäftsleitung der Gründerin und Inhaberin **Edith Weibel Sovilla**. Nievergelt war erst in der Unternehmenskommunikation und danach bei verschiedenen Agenturen tätig und führt seit fünf Jahren bei Weibel Communication mehrere Mandate mit den Schwerpunkten Lifestyle, Design, Hotellerie und Luxusbrands.

06: **Johanna Henger** (27) betreut ab sofort als Beraterin der agentur CB.e Clausecker | BINGEL. Ereignisse in Stuttgart Kunden im Südwesten, vor allem in der vertrieblichen Kommunikation. Zuvor



war sie als Marketingreferentin beim Deutschen Sparkassenverlag sowie bei T-Systems und dem VfB Stuttgart tätig.

07: **Jannis Tsalikis** (36) ist ab sofort neuer Head of Human Resources und verstärkt die MSL-Practice Brand & Talent bei MSL Germany (GPRA) in Berlin. Er kommt von Scholz & Friends, wo er für unterschiedliche Marken der Agentur als HR-Manager sowie als Consultant für Employer Branding tätig war.

08: **Katrin Stegitz** (25) ist bei der Bremer Agentur denkBar – PR & Marketing neue Junior-Beraterin für Kunden aus den Bereichen Lifestyle, Energie und Klimaschutz. Zuvor hatte sie ihr Volontariat erfolgreich in der Agentur absolviert und anschließend als PR-Assistentin gearbeitet.

09: **Stefanie Promm** (26) ist neue PR-Managerin bei der Münchner Kommunikationsberatung cocodibu. Sie kommt von der PR-Agentur F&H Public Relations/Porter Novelli in München, wo sie Social Media-Kampagnen entwickelte und zum Blog-Team der Agentur gehörte.

10: **Patric Modey** (34) übernimmt bei achtung! (GPRA) in Hamburg die Position des Management Supervisors. Er war bislang als Management Supervisor bei McCann Erickson, Hamburg, tätig und konzipierte dort integrierte Markenkommunikation.

11: **Sarah Schmid** verstärkt als Beraterin die Kommunikationsagentur advocacy in Basel (CH). Sie kommt von der PR- und Kommunikationsagentur Richterich & Partner in Zollikon (CH), wo sie seit Oktober 2009 als Account Executive tätig war.

- 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

UNTERNEHMEN:

12: **Jürgen Wiedemann** (45) ist neuer Pressesprecher der Reifenmarke Goodyear, Köln. Er übernimmt zugleich die Teamleitung der Produkt-PR aller Marken des Konzerns und berichtet an **Gabriele Velte**, Leiterin Unternehmenskommunikation. **David Plättner** (30) verstärkt ebenfalls das Presseteam und betreut als Pressesprecher die Produkt- und Motorsportkommunikation der Marke Dunlop für die Bereiche Automobile und Motorrad. Er berichtet an Teamleiter **Jürgen Wiedemann**. Wiedemann war zuvor bei der Ketchum Pleon (GPRA) als Teamleiter Finance und Corporate tätig und arbeitete bereits mit den Marken Goodyear und Dunlop. Plättner war zuvor als Pressereferent bei Honda Deutschland zuständig für die Produkt- und Umweltkommunikation Automobile.

13: **Jörg Hartmann** hat die Leitung der Unternehmenskommunikation von Dow Deutschland in Schwalbach übernommen und folgt auf **Holger Lemme**, der an die Evangelische Akademie Thüringen wechselt. Hartmann kommt von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), bei der er seit 2004 ein Programm für öffentlich-private Partnerschaften in der Entwicklungszusammenarbeit leitete und das deutsche Netzwerk des Global Compact der Vereinten Nationen aufbaute.

14: **Henrik Tesch** (46) ist ab sofort für die politische Interessenvertretung von Microsoft Deutschland in Berlin verantwortlich. Er übernimmt zusätzlich zu seinen bisherigen Aufgaben im Bereich Corporate Social Responsibility die Abteilung Government Affairs von **Mike Cosse**, der sich bis Ende des Jahres in Elternzeit befindet. Zudem stößt **Tanja Böhm**, bisher Referatsleiterin in der Niedersächsischen Landesvertretung in Berlin, neu zum Government-Affairs-Team des Softwareunternehmens in der Bundeshauptstadt.

15: **Lars A. Rosumek** (32) hat die Leitung Konzern-Kommunikation des Maschinen- und Anlagenbauers Voith in Heidenheim übernommen. Seine Vorgängerin **Claudia Strixner** hatte das Unternehmen am 01. Dezember 2010 verlassen. Rosumek war zuletzt Head of Corporate Messaging bei Voith. Zuvor verantwortete der studierte Kommunikationswissenschaftler den Bereich Issues & Crisis Communication beim Hamburger Beratungsunternehmen Molthan van Loon (GPRA).

16: **Nicolas Schmied** wechselt nach knapp drei Jahren als Mediensprecher von Coop in Basel (CH) zu den Warenhäusern Coop City und leitet dort neu die Abteilung PR/Events. Sein Nach-

- Anzeige -



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

www.tagung-onlinekommunikation.de

folger in der nationalen Coop-Medienstelle wird am 1. April **Urs Meier**. Er war gut sechs Jahre bei Warner Bros. Pictures in Zürich tätig und zeichnete dort für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Neben Meier sprechen bereits **Denise Stadler** und **Sabine Vulic** für Coop.

17: **Thomas Zimmerling** (33) übernimmt die Leitung der Abteilung Communication und die Sprecherfunktion bei Jack Wolfskin in Idstein, damit verantwortet er als Senior Manager Communication die weltweite Unternehmenskommunikation. Zuvor war er für Public Affairs, Lobbying, Krisenkommunikation und Social Media beim Wasserfilterhersteller Brita in Taunusstein verantwortlich. **Ingola Metz** bleibt seit 2007 in der Position der stellvertretenden Sprecherin.

18: **Eleftherios Hatzioannou** (30) ist in neu geschaffener Position Manager New Media beim Modeunternehmen s.Oliver in Rottendorf. Der Diplom-Betriebswirt kommt von Daimler in Stuttgart wo er zuletzt als Global Social Media Manager unter anderem für das interaktive Marketing und die Social Media-Strategie der Marke Mercedes-Benz und des Unternehmens verantwortlich war.

19: **Ulrike Kotzam** (39) zeichnet bei ValueClick Deutschland in Unterhaching/München als Head of Marketing & PR verantwortlich. Zudem soll sie die Social Media-Aktivitäten des Unternehmens weiter ausbauen. Kotzam kam 2005 zu ValueClick Deutschland und übernahm 2006 im Corporate-Bereich die Position des PR- und Marketing Managers.

20: **Annabelle Ferle** ist seit 1. Februar als Publicity Manger für Sony Pictures Releasing in Berlin tätig. Sie war zuvor fünf Jahre für die Agentur S&L Medianetwork in München tätig und hat von dort aus für Sony die Pressestelle Süd betreut.

21: **Adelheid Klein** ist seit Januar Pressesprecherin und Referentin für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei NetWorks Marketing in Mannheim. Zuvor war sie Personalreferentin des Vertriebs-Outsourcing-Spezialisten.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

22: **Carsten Wagner** übernimmt beim Verband kommunaler Unternehmen (VKU) in Berlin die Leitung des Bereiches "Presse und Kommunikation". Er folgt auf **Wolfgang Prangenberg**, der am 1. Februar nach jahrzehntelanger Tätigkeit für den VKU seine Altersteilzeit beginnt und weiterhin als Berater für PR-Fragen und Verfügung

- 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

stehen wird. Wagner kam im Februar 2009 vom Bundesverband Öffentlicher Banken zum VKU und wurde zunächst Pressesprecher und Stellvertretender Leiter der Pressestelle. Im Februar 2011 kamen zwei stellvertretende Pressesprecher neu zum VKU und zwar **Beatrice Kolp**, die bisher als Projektmanagerin bei der Public-Affairs-Agentur "The D Group Germany" arbeitete und **Stefan Luig**, der bisher Pressereferent bei der Leipziger Messe war.

23: **Olaf Hoffjann** (39) vertritt ab sofort das Lehrgebiet "Medien und Marketing" im Studiengang Mediendesign an der Karl-Scharfenberg-Fakultät Salzgitter der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften. Seine Forschungsschwerpunkte liegen in der PR-Forschung und dem Bereich Politische Kommunikation. Er ist Sprecher der Fachgruppe PR und Organisationskommunikation

der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK),

24: **Marcel Falk** (36) leitet seit dem 1. Februar die Kommunikation der Akademie der Naturwissenschaften Schweiz (SCNAT) in Bern (CH). Der Biochemiker kommt vom Schweizerischen Bundesamt für Veterinärwesen, wo er den Bereich Kommunikation leitete und Mitglied der Geschäftsleitung war. Er folgt auf **Natascha Branscheidt**, die seit Anfang Oktober bei der Zentralbibliothek Zürich tätig ist.

25: **Holger Wicht** (39) ist neuer Referent für Öffentlichkeitsarbeit und Pressesprecher in der Berliner Bundesgeschäftsstelle der Deutschen AIDS-Hilfe. Er hat bisher als freier Print- und TV-Journalist sowie als Moderator gearbeitet. Von 2005 bis 2008 leitete er als Chefredakteur das schwul-lesbische Berliner Stadtmagazin "Siegessäule".

26: **Katja Korf** (33) ist neue Leiterin der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecherin der Evangelischen Akademie Bad Boll. Die Journalistin war zuletzt bei der Deutschen Unesco-Kommission für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die UN-Dekade "Bildung für nachhaltige Entwicklung" zuständig.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

27: **Colette Adam-Zaugg**, Kommunikationschefin des Schweizerischen Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS) in Bern (CH), verlässt das Ministerium nach etwas mehr als zwei Monaten. Die Juristin möchte sich beruflich wieder als selbständige Anwältin und Notarin betätigen. Bis die Stelle neu besetzt ist, wird der persönliche Mitarbeiter des VBS-Chefs, **Jean-Blaise Defago** (48) die Führung der Kommunikation übernehmen. Er

leitete die VBS-Kommunikation bereits von 2004 bis Sommer 2010.

28: **Sebastian Schaffer** (30) ist ab sofort Pressesprecher der Grünen-Fraktion im nordrhein-westfälischen Landtag. Der Politikwissenschaftler arbeitete bereits während des Studiums für die schleswig-holsteinische Grünen-Fraktion und sammelte im Anschluss Erfahrungen in der Bundes- und Landespolitik. Er folgt auf **Rudolf Schumacher**, der bereits im vorigen Jahr den Posten des stellvertretenden Regierungssprechers in Nordrhein-Westfalen übernommen hatte.

29: **Maeve von Heynitz** (33) ist seit dem 18. November Pressereferentin der Irischen Botschaft in Berlin. Sie folgt auf **Adrian Farrell**, der nicht mehr in der Irischen Botschaft Berlin tätig ist und neue Aufgaben in Dublin übernommen hat.

Etats

Etats compact (22) (05.KW-2011)

01: Asmann Electronic, Lüdenscheid
was: *PR-Betreuung*
an: **PR von Harsdorf**, München

02: E wie einfach Strom & Gas, Köln
was: *Komplettbetreuung im Bereich Presse / PR*
an: **markenzeichen**, Frankfurt am Main

03: Südpack, Ochsenhausen
was: *Medienarbeit und Marketingkommunikation*
an: **Communication Harmonists**, Heidelberg

04: in fashion munich Andrea Frahm, Icking
was: *Pressearbeit für die Fachmesse "in fashion munich"*
an: **eastside communications**, München

05: Falken Tyre Europe, Offenbach
was: *Public Relations inklusive Social-Media-Aktivitäten*
an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

06: :a:k:t: Informationssysteme, Passau
was: *Produktkommunikation zur Messe EuroShop in Düsseldorf*
an: **Dr. Haffa & Partner**, München

07: Plexus Deutschland, Darmstadt
was: *klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **Daylight PR**, Dresden

08: Baulino Verlag, Leest
was: *Pressearbeit, Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit und Online-PR*
an: **PR4You**, Berlin

09: Display International, Würselen
was: *strategische Beratung und Konzeption einer neuen Imagebroschüre*
an: **rheinfaktor**, Köln

10: Bündnis 90/Die Grünen Hessen, Wiesbaden
was: *integrierte Kommunikationskampagne für die hessischen Kommunalwahlen*
an: **Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation** (GPRA), Berlin

11: Mauser Group, Brühl
was: *Lead-Agentur für die internationale Produkt- und Unternehmenskommunikation*
an: **PSM&W**, Frankfurt am Main

12: Deutsche Messe Interactive, Hannover
was: *Strategie, die Konzeption sowie die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen*
an: **pr://ip Primus Inter Pares**, Münster

13: Dr. Beck & Partner, Nürnberg
was: *Krisen-Kommunikation für den insolventen*

Druck- und Medien-Konzern Schlott Gruppe
an: **möller pr**, Köln

14: Disney Media Distribution, München
was: *Presseansprechpartner für die Disney Channels in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **Ergo Kommunikation** (GPRA), Köln

15: Schwartauer Werke, Bad Schwartau
was: *Produkt-PR für zwei Markteinführungen*
was: *strategisches Kommunikationskonzept für die neuen Marken von Schwartau Hofladen*
an: **segmenta pr Beratungsgesellschaft für Marketing und Kommunikation**, Hamburg

16: factoring.plus, Leipzig
was: *klassische Pressearbeit und eine kontinuierliche PR-Beratung*

17: financial.service.plus, Leipzig
was: *klassische Pressearbeit und eine kontinuierliche PR-Beratung*
an: **4iMedia Public & Media Relations**, Leipzig

18: Nici, Altenkunstadt
was: *Kommunikation rund um die Markteinführung des NICI Winterbären*

19: WowWee/Sablon Germany, Darmstadt
was: *Kommunikation rund um die Markteinführung der Paper Jamz Gitarre*

20: Bandai, Nürnberg
was: *Kommunikation rund um die Markteinführung des Fashion-Spielzeugs Harumika*
an: **Counterpart Group**, Köln

21: 1E, London (GB)
was: *europäische Kommunikation*
an: **Hotwire**, London (GB)

22: Rational Poker School Limited, Isle of Man (GB)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, sowie externen Pressestelle für pokerstars.de in den*

deutschsprachigen Regionen
an: **Scholz & Friends Profile**, Düsseldorf

Branche

Ausschnitt expandiert nach Frankfurt

Der Berliner Kommunikationsdienstleister Ausschnitt Medienbeobachtung setzt in Zukunft verstärkt auf Europas führenden Finanz- und Wirtschaftsstandort und eröffnet in Frankfurt am Main ein Vertriebsbüro. Damit will der Anbieter für Full-Service-Dienstleistungen aus den Bereichen Pressespiegel, Medienbeobachtung und -analyse die Kunden vor Ort noch persönlicher betreuen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Eigentümerwechsel bei PR-Weiterbildungsinstitut burcom

Das Münchener Weiterbildungsinstitut burcom hat einen neuen Eigentümer. Daniela Burkhardt hat ihr 2003 gegründetes Institut an Gerhard Rost, Inhaber der Münchener Agentur Keysselitz Deutschland, verkauft. Das Institut ist auf PR-Berater-Weiterbildungen mit der Zusatzqualifikation Non-Profit-PR spezialisiert. Das bisherige Konzept soll beibehalten und das Angebot weiter ausgebaut werden. Burkhardt wird in Zukunft weiter strategisch beratend für burcom tätig sein, sich aber auf ihr Spezialgebiet, das Medientraining für Experten, Politiker und Top-Manager in Funk und TV, konzentrieren.

Branche compact (11) (05.KW-2011)

01: **Meine Marken: Klaus Bönig.** Seit 15 Jahren ist der Hamburger PR-Profi Klaus Bönig im Marken-Geschäft, mit Bönig & Yamaoka, später bei Edelman und jetzt mit der eigenen Agentur Bönig & Co. Brand Communications. Er steht natürlich auf A-Marken: Afri Cola, Astra Bier, Adidas, Apple. → wuv.de

02: **Scholz & Friends soll erneut zum Verkauf stehen:** Der Finanzinvestor Cognetas, mit 69 Prozent der Anteile Mehrheitseigner der Scholz & Friends-Holding Commarco, soll eben jene Commarco zum Kauf anbieten. Cognetas habe die Investmentbank Rothschild mit dem Projekt beauftragt, meldet die Nachrichtenagentur Reuters, freilich ohne eine offizielle Bestätigung dafür zu haben. → new-business.de

03: **fischerAppelt, relations (GPRA) hat in Düsseldorf seinen ersten Standort im Rhein-Gebiet eröffnet.** Am 01. April wird die PR-Agentur außerdem eine Dependence in Köln eröffnen. Die beiden Standorte sind Teil des neuen Hub-Modells, mit dem die Agentur die Region erschließen möchte. Federführend für den Aufbau der neuen Standorte ist Frank Behrendt, der am 01. Februar bei fischerAppelt seinen Posten als Vorstand antrat.

04: Mit **LogPR** haben sich bundesweit sechs Spezialisten zum ersten **Agenturnetzwerk für Public Relations in der Logistikindustrie** zusammengeschlossen. Beteiligt sind Com.Sense, KfdM, OWImedia, Media Consultant, Nova-PR und Verbalis. Alle sind seit vielen Jahren aktiv und verfügen über ein Netzwerk in der Logistikindustrie und zu allen relevanten Fach- und Wirtschaftsmedien im Print- und Onlinebereich. → logpr.eu

05: **cherrypicker hat erstmals eine Honorar-Empfehlung für Agentur-Pitches veröffentlicht.** Diese basiert auf einer von cherrypicker im Herbst

2010 durchgeführten repräsentativen Umfrage von 108 deutschen Agenturen. Damit bietet die Hamburger Agentur-Managementberatung der gesamten Marketing- und Kommunikationsbranche eine längst überfällige Orientierung zu angemessenen Pitch-Honoraren, die auf alle Agenturarten und Disziplinen anwendbar ist. → cherrypicker.de

06: Die portugiesische PR-Agentur **Cunha Vaz & Associados mit Sitz in Lissabon (PT) wurde neuer Partner der Worldcom Public Relations Group**, einem weltweiten Netzwerk unabhängiger, inhabergeführter PR-Agenturen. Cunha Vaz & Associados ist im Januar Worldcom beigetreten, nachdem die Agentur den Auswahlprozess bestanden sowie die Qualitätsstandards erreicht hat, die Voraussetzung sind, um Mitglied zu werden. Nun bietet Worldcom auch in Portugal PR-Services an.

07: Die Unternehmensberatung für Strategie und Kommunikationsmanagement **PRGS ist ab 9. Februar in der Ludwig-Erhard-Straße in Hamburg** vertreten. Das neue Büro wird von Anja Feuerabend, Geschäftsführende Gesellschafterin von PRGS, geleitet. Neben Hamburg ist PRGS auch an den Standorten Berlin, München und Frankfurt am Main vertreten. International aufgestellt ist PRGS durch seine Büros in Brüssel, Washington und London sowie der Anbindung an ECCO International Public Relations Ltd., einem der größten Netzwerke inhabergeführter Agenturen.

08: Welche aktuellen und zukünftigen Themen aus der Kommunikationsbranche mittelständische Unternehmen beschäftigen und wie Kommunikation unternehmerisches Handeln erfolgreich machen kann - das sind zwei der zentralen Fragen, mit denen sich der **DPRG-Arbeitskreis "Kommunikation im Mittelstand"** beschäftigen wird. Darüber hinaus ist geplant,

gemeinsam aktuelle Cases zu bearbeiten, neue und bewährte (Beratungs-)Tools anzuwenden, aktuelle Fragestellungen zu diskutieren und das Netzwerk unter Gleichgesinnten zu verstärken. Mit zwei weiteren Facharbeitskreisen "Markenkommunikation" und "Gesundheitskommunikation" wird sich die DPRG zukünftig thematisch noch breiter aufstellen. → dprg.de

09: **KOMPakt erklärt: Politische Kommunikation.** In einer Reihe von Kurzinterviews beleuchten Lehrende und Lehrbeauftragte des Instituts für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück am Standort Lingen ausgewählte Inhalte des Studiums. Die Kommunikationswirte Benjamin Krämer und Therese Schedifka sind Absolventen des Instituts für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück und haben in Lingen aus dem Studium heraus die Agentur Nestor communications gegründet. Zu einem ihrer Schwerpunkte gehört die politische Kommunikation. Dazu haben wurden sie angesichts des Superwahljahres 2011 befragt. → kug.hs-osnabrueck.de

10: Der Berliner Kommunikationsdienstleister **Ausschnitt Medienbeobachtung stellt jetzt eine BlackBerry App** vor. Die App ermöglicht die Darstellung individueller Pressespiegel und stellt die letzten zehn Pressespiegel im direkten Zugriff bereit. Durch interne Artikel-Verlinkung finden die Nutzer zudem immer genau die Informationen, die sie gerade interessieren. Die Pressespiegel erscheinen je nach Auftrag täglich. Die inhaltliche Auswahl aus mehr als 50 nationalen Key-Print-Medien erfolgt nach den Themenvorgaben des Kunden. Dabei sind die Erweiterung um regionale Titel und Fachpresse aus der Datenbankrecherche sowie die Rubrizierung nach Kategorien möglich.

11: **"Kommunikationsbranche 2011": Eine Umfrage von W&V und der WPGS.** Wohin geht die Reise für Agenturen? Wie schätzen Sie den Markt ein und in welche Felder investieren sie? Das

untersucht die gemeinsame Studie "Kommunikationsbranche 2011" der Wirtschaftspsychologischen Gesellschaft (WPGS) und W&V. Projektleiter ist Florian Becker von der Hochschule Rosenheim. Die Befragung ist in drei Themenbereiche gegliedert. Die Studie erfolgt anonym. Die Angaben werden rein zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet. Jetzt online mitmachen: soscisurvey.de

Modeerscheinung - sie sind der zentrale soziale Ort des Internets, von dem aus zukünftig die meisten Interaktionen gesteuert werden. Das ergab die Studie "Next Corporate Communication" der Hochschule St. Gallen in der Schweiz. Die Abwesenheit im Web 2.0 kann für Unternehmen mit einem allgemeinen Bedeutungsverlust verbunden sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

PR-Agenturen in Indien stehen vor einem Boom

Der PR-Bereich wird in Indien in den nächsten Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum erleben. Dies geht aus einer Befragung der indischen Associated Chambers of Commerce and Industry hervor. Danach wird für die PR-Branche ein jährliches Wachstum von 32 Prozent erwartet. In den vergangenen Jahren lag das Wachstum zwischen 22 und 25 Prozent. Der Branchenumsatz wird danach von derzeit 4,4 Milliarden Euro bis Ende 2012 auf 7,7 Milliarden Euro steigen. Schätzungen gehen davon aus, dass es bereits 1000 bis 2000 PR-Agenturen in Indien gibt, die zusammen mindestens 30.000 Mitarbeiter beschäftigen. → kontakter.de

Risiken von fehlender Unternehmenskommunikation in Social Media: Wer relevant sein will, muss mitreden

Unternehmen, die in Social Media mit ihrer Zielgruppe kommunizieren, gehen Risiken ein. Welche Gefahren drohen jedoch Firmen, die sich deshalb aus Sicherheitsgründen von sozialen Netzwerken fernhalten? **Social Media ist keine**

Social Media compact (4) (05.KW-2011)

01: Eine Untersuchung von Linette Heimrich am Fachgebiet für Public Relations & Technikkommunikation der Technischen Universität Ilmenau widmete sich der Frage, ob und wie **deutsche Abgeordnete im Netzwerk Facebook** ein Jahr nach der Wahl mit ihren Wählern kommunizieren. Insgesamt zeigen sich die Politiker bei der Kommunikation in Facebook aber zurückhaltend. Nur ein Drittel (36%) der in Facebook vertretenen Bundes- und Landtagsmitglieder kommuniziert aktuell und mehrmals pro Woche mit seinen Facebook-Anhängern. Dabei sind wieder grüne und liberale Politiker am aktivsten, wenn es um das Veröffentlichen von Meldungen geht. → tu-ilmenau.de

02: Das Zusammenkommen mit potenziellen Geschäftspartnern in der realen Welt – das sog. **Networking – ist für das Geschäft wichtiger als das Online-Marketing** über das Web 2.0. Diese Schlussfolgerung lässt sich aus einer gemeinsamen Studie des Münchner Unternehmerkreises Informationstechnologie (MUK IT) und der PR- und Social Media-Agentur European Marketing Communications (euro.marcom) ziehen. Grundlage bildet die Befragung von über 150 vornehmlich inhabergeführten Software- und Servicehäusern sowie IT-Beratungsfirmen aus Deutschland. → muk-it.com

03: Am 14. April feiert der **Deutsche Preis für Onlinekommunikation** in Berlin Premiere: Erstmals ehrt eine hochkarätige Jury aus Wirtschaft, Medien und Wissenschaft in 30 Kategorien von der Social-Media-Kampagne bis zum digitalen Geschäftsbericht kreative und außergewöhnliche Leistungen der digitalen Kommunikation. Der Preis wird verliehen vom Magazin "presse-sprecher". Die Bewerbungen können online über www.onlinekommunikationspreis.de eingereicht werden.

04: **Social Media wird die politische Kultur in Deutschland verändern.** Im Superwahljahr 2011 spielt erstmals auch Social Media eine Rolle. W&V-Redakteur Conrad Breyer hat mit Agenturchef und Blogger Curt Simon Harlinghausen über den neuen Wahlkampf im Netz gesprochen. → wuv.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Das Ruhrpottderby



Der Pott kocht - Borussia Dortmund gegen Schalke 04. Es ist nicht einfach nur ein Fußballspiel. Für die Fans der beiden Vereine ist es DIE Begegnung der Rückrunde. In den vergangenen Tagen war es das Top-Thema in der Sportwelt. Zwischen dem 29. Januar und 4. Februar lassen sich insgesamt 4.227 Treffer im deutschsprachigen Web identifizieren. Alleine 1.470 von Donnerstag bis Freitag 12:00 Uhr.

Von den bisherigen 136 Pflichtspielderbys konnten die Gelsenkirchener 55 für sich entscheiden, 46 Mal gewann die Borussia. So gesehen spricht die Statistik für die Magath-Elf.

Zwei Mannschaften, ein Wille und die "Mutter aller Derbys" wie Jürgen Klopp es nennt. Lauscht man der Meinung der Netzgemeinde, so lässt sich kein eindeutiger Favorit identifizieren. 286 Beiträge sehen den Tabellenführer als klaren Favoriten, 251 Posts sehen die Schalker vorne und 66 tippen auf ein Unentschieden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Knüwer: Viele Onlineredakteure nutzen jede Möglichkeit zum Absprung

Thomas Knüwer (41) kritisiert schon lange die Unfähigkeit der Verlage im Internet. Der Medienberater arbeitete zwölf Jahre in der Redaktion des Handelsblatts und etablierte sich früh als Experte für neue Medien (u.a. Blog "Indiskretion Ehrensache"). Im Interview mit dem Fachmedium "journalist" erklärt er, warum es keinen Sinn hat, zwischen Onlinern und Offlinern zu unterscheiden. *Das Interview von Jan Söfjer am 1. Februar für "journalist" Nr. 02/2011 [hier online weiterlesen](#).*

Medien compact (1) (05.KW-2011)

01: TV-Geräte mit Internetanschluss sowie Video-on-Demand-Services sind hierzulande im internationalen Vergleich am schwächsten verbreitet.

Besonders treu bleiben die Deutschen dagegen den oft totgesagten Print-Medien: Nur jeder Fünfte kann sich eine Welt ohne Printversion vorstellen. Das sind Ergebnisse des aktuellen

Deloitte-Reports "State of the Media Democracy - auf dem Weg in die interaktive Mediengesellschaft", wozu über 9.000 Personen aus fünf Nationen befragt wurden, davon 1.930 in Deutschland. → presseportal.de

Services + Tipps

Service compact (1) (05.KW-2011)

01: **Einen Rückblick auf den privaten Konsum im Jahr 2010 und eine Prognose für 2011** stellte die GfK im Rahmen einer Pressekonferenz in Nürnberg vor. Wie von der GfK prognostiziert, stieg der private Konsum im vergangenen Jahr um 0,5 Prozent an. Für 2011 erwarten die Marktforscher bei den Ausgaben der Privathaushalte eine deutliche Steigerung um 1,5 Prozent und somit einen soliden Beitrag zum Aufschwung. Im europäischen Vergleich sind die Deutschen mittlerweile die mit Abstand größten Konsum-Optimisten. → gfk.com

Termine + Tagungen

Termine compact (3) (05.KW-2011)

01: **Wie man Interviews inhaltlich plant** sowie seine Stimmbänder und sich darauf vorbereitet, ist Thema eines Medientrainings, das am 21. und 22. Mai in Bremen stattfindet. Ziel sei es, künftige Mediengespräche mit Erfolg zu führen, nicht nur zu bestehen, so die Dozentin Viola Falkenberg.

- 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

Nähere Informationen im Internet unter akademie-pressearbeit.de

02: Wer Print-Produkte ohne professionelle Unterstützung einer Grafikagentur gestalten muss, stößt schnell an seine Grenzen. Welche Software-Lösungen es möglich machen und worauf grundsätzlich bei der Erstellung von Druckerzeugnissen zu achten ist, vermittelt Referent Bernd Beuermann in dem **media workshop "Desktop-Publishing (mit Adobe InDesign & Co.)"**. Das Seminar der dpa-Tochter news aktuell

findet am 25. Februar in Hamburg statt. →
media-workshop.de

03: **Bringmann Managemententwicklung**, Berlin setzt seine Veranstaltungsreihe zu Markenmanagement und Marketing mit der **Konferenz "Die Macht der Marke - Markenstrategien 2011"** am 16. und 17. Mai in Hamburg fort. Infos: www.bringmann.de.

Ausbildung + Seminare

WAK begrüßt ihre ersten Communications Manager

Die WAK- Westdeutsche Akademie für Kommunikation in Köln verabschiedet vierzehn Absolventen des neuen Tagesstudiengangs "Communications Management WAK". Dieser Studiengang, der ursprünglich 30 Jahre lang "Werbeassistent WAK" und danach 24 Jahre lang "Kommunikationswirt WAK" hieß, ist der wahrscheinlich längste und erfolgreichste WAK-Studiengang aller Zeiten. Mit ihm schreibt die WAK 56 Jahre Geschichte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Unternehmenskommunikation: Social Media lassen sich nicht einführen

Wie sich Social Media wertschöpfend für Unternehmen einsetzen lassen vermittelt die Social Media Akademie in ihrem neuen Online-Kursangebot ab dem 17. Februar 2011. Der neu aufgelegte "Basis Lehrgang Social Media" sowie die sechsmonatige Ausbildung zum "Social Media Manager" und die dreimonatige Ausbildung zum "Community Manager" richten sich an Kommunikatoren aus Unternehmen sowie

Berater und Interessierte aus Agenturen, die ihr bisheriges Wissen vertiefen und ausbauen wollen. Interessenten können sich ab sofort für die neuen Lehrgänge anmelden.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Ausbildung compact (1) (05.KW-2011)

01: Im Februar startet an der Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation DAMK das **Wochenendstudium Fachwirt Public Relations**. Das berufsbegleitende Studium verspricht eine praxisnahe Ausbildung zum PR-Profi in neun Monaten. Die Einschreibefrist läuft. Das Studium dauert – inklusive der Prüfung – neun Monate, die Präsenzveranstaltungen finden am Freitagnachmittag und Samstag in den Räumen der DAMK an der Universität Düsseldorf statt. Start des ersten Kurses ist der 25. Februar. Informationen zum Studium gibt's unter www.damk.de.

Karrierebarometer

Umfrage: Was verdienen PR-Einsteiger wirklich?

Unter dem Titel "Verdienen Sie, was Sie verdienen" wollen wir in der aktuellen Karrierebarometer-Umfrage herausfinden, wie es um die Bezahlung von Neulingen in der PR-Branche bestellt ist. Sind Ein- und Aufsteiger tatsächlich notorisch unterbezahlt? Wer seine Karriere in der PR beginnt, muss angeblich mit magerem Gehalt rechnen. Immer wieder ist von Ausbeuterverträgen und Hungerlöhnen zu hören. Aber stimmt das auch? Genau das wollen wir herausfinden. Machen Sie mit bei unserer neuen Karrierebarometer-Umfrage (mit dem neuen, besseren Umfragetool "Survey-

Monkey")! [Hier geht es direkt zur neuen Umfrage](#) des PR Career Center, Düsseldorf (unterstützt vom "PR-Journal").

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 49: Unternehmenskommunikation spielt eine zentrale Rolle beim Reputation Management

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1](#)
gesellschaft für kommunikation

Interview mit Cornelia Wüst, Salzburg

PR-Journal: *Ihr Beratungsunternehmen C.Wüst & Partner hat sich auf das Thema Reputation Management spezialisiert. Welche Bedeutung sehen Sie für dieses Thema?*



Cornelia Wüst: Die Reputation eines Unternehmens zählt zu den wesentlichen nicht-materiellen Vermögensgegenständen eines Unternehmens. Je größer das Vertrauen, die Sympathie und Markenakzeptanz, desto größer der unternehmerische Erfolg. Das wirkt sich auch nachhaltig auf den Börsenwert aus. Nur: Die Einsicht über die Bedeutung Reputation Management führt noch zu wenig zu einem systematischen und alle Bereiche durchdringenden Prozess im Unternehmen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Journalismus mal anders – Auf eigene Faust in Kairo

Von *Ulrike Langer, Medienjournalistin, Köln*

Richard Gutjahr ist freier Journalist und Blogger, der abwechselnd in München und Tel Aviv lebt. Am Sonntagabend folgte Gutjahr in Tel Aviv seinem Reporterinstinkt und flog nach Kairo. So wie es in vergangenen Tagen eine Menge Auslandskorrespondenten und freie Reporter weltweit getan haben. Der Unterschied: Richard Gutjahr ist ohne den offiziellen Auftrag eines Verlags oder Senders, auf eigene Kosten nach Ägypten gereist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Recherche ist doch alles, oder?

(nsb) Irgendwie befriedigt es den wissensdurstigen



Geist, wenn die Redakteure in den Zeitungen, Magazinen und Sendeanstalten uns die kleinen, spielerisch eingestreuten Zusatzinformationen vermitteln, ohne die so manche Nachricht ziemlich blutleer bliebe; trocken wie eine Mumie, sozusagen.

So hat uns der informierende Stand darüber aufgeklärt, dass vor Hosni Mubarak nur zwei Herrscher länger als er auf dem Pharaonenthron gesessen hätten. Mubaraks Haltbarkeitsgrenze nähert sich rasant dem Ablauftermin, aber immerhin 32 Jahre hielt er sich frisch; wenn auch in letzter Zeit wohl nicht mehr am ganzen Leibe - von bösen Tumoren ist die Rede.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gericht: Von der Bouillon zum Tafelspitz



(nsb) Es gibt eine Vielzahl von Gerichten, die nach prominenten Persönlichkeiten benannt wurden – vom Carpaccio bis zum Reis Trautmannsdorff. Gar nichts zu tun aber hat die Bouillon mit dem gleichnamigen Ort im heutigen Belgien, nach dem sich eines der berühmtesten Fürstengeschlechter des Mittelalters nannte. Gottfried von Bouillon führte den ersten Kreuzzug an und begründete das Königreich Jerusalem, aber mit der Rindfleischbrühe hat er nichts zu tun. Deren Name kommt vom französischen bouillir, das heißt „Blasen werfen“ und meint „kochen“. Und darin steckt nichts anderes als das lateinische bulla = Blase, das auch dem „Ballon“ den Namen gab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Bay: ISO 26000 in der Praxis. Der Ratgeber zum Leitfaden für soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit

Karl-Christian Bay (Hrsg.): „ISO 26000 in der Praxis. Der Ratgeber zum Leitfaden für soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit. Darstellung, Diskussion und Analyse – Vergleiche zu bestehenden Regelungen – Umsetzungshinweise und Beispiele“. Verlag: Oldenbourg Industrieverlag, München, 1. Auflage (2010). 214 Seiten. Preis: 49,90 Euro. ISBN: 978-3835632226.



Rezension von Dirk Schmitt, Bereichsleiter

Konzerntkommunikation, Deutsche Annington, Bochum

Seit wenigen Tagen liegt die DIN ISO 26000 / „Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung“ vor. Der insgesamt 140 Seiten starke CSR-Leitfaden versteht sich als unverbindliche Orientierungshilfe für alle Organisationen, definiert jedoch faktisch einen internationalen Standard, an dem künftig vor allem die CSR-Bemühungen der Unternehmen gemessen werden dürften. Mit dem Praxisratgeber „ISO 26000 in der Praxis“ legen die Autoren eine klar strukturierte und leicht lesbare Erläuterung des Leitfadens vor, setzen ihn in den rechtlichen, betriebswirtschaftlichen und kommunikativen Kontext und geben praxisnahe Anleitungen für die Planung und Umsetzung konkreter CSR-Projekte. Man mag zur Normierbarkeit gesellschaftlicher Werte geteilter Ansicht sein. Mit Existenz und Auswirkungen der ISO 26000 muss man sich dennoch auseinandersetzen. CSR-Verantwortliche benötigen hierzu den ISO-Leitfaden und einen praktischen Ratgeber. Für CSR-Interessierte genügt der Ratgeber.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Nachhaltigkeit: Kik, Schlecker und Co wollen wieder reines Gewissen haben

Kik Schlecker sorgten mit schlechte Arbeitsbedingungen für Schlagzeilen, nach dem Dioxin-Skandal steht auch die Lebensmittelbranche in der Kritik. Jetzt soll endlich Nachhaltigkeit und ein reines Gewissen für positive Entwicklungen sorgen. Noch nie gab es innerhalb kürzester Zeit so viele Umwelt- und Sozialsandale bei Unternehmen wie in den vergangenen Monaten. Die Folgen: Die Verbraucher werden immer kritischer. Das merken

auch die Firmen. Seit dem Dioxin-Skandal vertraut nur noch ein Viertel der Deutschen darauf, dass Lebensmittel ausreichend kontrolliert werden, fanden die Marktforscher der GfK heraus. Immer öfter machen Konsumenten zudem mit Boykotten ihrem Unmut Luft: Zuletzt mieden sie etwa nach Skandalen um schlechte Arbeitsbedingungen den Textildiscounter Kik und die Drogeriekette Schlecker.

Den Artikel von Christoph Schlautmann am 1. Februar in "Handelsblatt.com" [hier online weiterlesen](#).

Unternehmensleitbild: Mitarbeitern und Kunden Orientierung geben

Ein Unternehmensleitbild trägt nachhaltig zum Geschäftserfolg bei. Um ein solches zu entwickeln oder wieder zu beleben, braucht es konsequente Umsetzungsstrategien und eine klare Vorstellung der Werte, Vision und Mission. Wie kann ich meine Mitarbeiter motivieren und sie zu guten Leistungen bewegen? Diese Frage taucht hin und wieder bei Führungskräften auf. Vor allem dann, wenn sie merken, dass die allgemeine Stimmung im Unternehmen eher träge und antriebslos ist. Die Gefahr dabei ist, dass die Mitarbeiter innerlich bereits gekündigt haben und nur noch Dienst nach Vorschrift tun.

Den Artikel von Petra Oberhofer (businesswissen.de) am 4. Februar in "FTD.de" [hier online weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

Nur 20 Agenturen bestätigen bisher DJV-Regeln für Volontärsbezahlung

Das "PR-Journal" hatte am 20. Dezember 2010 die PR-Agenturen gebeten, per Mail zu bestätigen, dass sie bei der PR-Ausbildung/Bezahlung von Volontären/Trainees sich an die Zahlungsempfehlungen des DJV Deutscher Journalistenverband halten. Die GPRA hat diese Initiative unterstützt. Trotzdem haben sich bisher nur 20 Agenturen geoutet. Vielleicht ist die Anfrage im Jahreswechseltrubel "untergegangen"? Deshalb [nochmals hier der Link auf den Artikel](#) und die Bitte, die vorbereitete Antwort-Mail zurück zu senden. Denn 20 positive Antworten (davon zwölf von GPRA-Agenturen) wären blamabel...

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

Die 16 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

Erfahrener Redakteur (m/w), Köln

Redakteur Social Media (m/w), Köln

crossrelations sucht Consultants, Düsseldorf

PR-Berater/in, Berlin

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 (Eitville) 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

Behörden (Öffentl.Dienst)

Pressereferent (m/w), Jülich

Medien

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Potsdam

Unternehmen

Manager Social Media (m/w), München

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, Niederrhein nahe
Bonn

Verbände (Non-Profit)

PR-Referent/-in mit Schwerpunkt Print-Medien,
Eschborn

PR-Assistent/-in mit Schwerpunkt Eventmanagement,
Eschborn

Online-Redakteur/-in, Eschborn

Referentin/Referent für Verbandskommunikation,
Berlin

Freelancer

10 Jahre PR-Erfahrung – Sie wollen noch mehr?

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 07. Februar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.570 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 (-ff-), 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) - für 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) - für Rubrik: Pfeffer & Salz &
Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) -
für 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
Karte 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: 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.pranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.