

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 280 / 07. KW 2011

Seite 1

## Social Media auf dem Weg zur Professionalisierung

In Deutschland diskutiert man eigentlich erst seit Herbst 2008 intensiv über „Social Media“; als Barack Obama zeigte, wie man mit Twitter, Facebook und YouTube einen Wahlkampf gewinnt. Von den Meisten zunächst als Hype abgetan, gibt es gut zwei Jahre später kaum ein Unternehmen, das sich nicht mit dem Thema beschäftigt – jedenfalls „irgendwie“. Gleichwohl fehlt es fast allen an einem konkreten Plan: Aktionen sind überwiegend Stückwerk, getrieben von einzelnen Personen oder Abteilungen. Das Jahr 2011 wird zeigen, ob Unternehmen neben einer realistischen Betrachtung der Möglichkeiten des Social Webs auch gut ausgebildete Spezialisten, konsistente Prozesse und nachhaltige Strategien hervorbringen werden – das ist wichtig für eine Professionalisierung von „Social Media“, die der noch sehr jungen Disziplin sehr gut tun würde. Es gibt heute kaum noch einen Zweifel daran, dass „Social Media“ ein relevanter und ernst zu nehmender Teil der Meinungsbildung ist.

Diesen ganz wichtigen Artikel von Mirko Lange, talkabout (GPRA), München vom 20. Februar in seinem Agenturblog [hier online weiterlesen](#).

## Vom offenbaren Verfall der Sitten und Gebräuche



„Guttenberg schreibt Doktor vorerst ab“ (Rhein-Zeitung, Koblenz, 66. Jahrgang, Ausgabe Nr. 42 vom 19. Februar 2011, Überschrift zur Titelgeschichte, Seite 1). Sehr schön, diese Doppeldeutigkeit.

Goutiert die Gesellschaft die versteckte Schmonzette? Ich fürchte, der Masse ist alles egal, wenn's nur ja nicht direkt erkennbar ihr Geld oder Leben kostet.

Von Wirtschaftsethik, Wissenschaftsethik, Moral und Anstand, von Geboten der Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit, von Corporate Governance und dergleichen Normierungen zum Gedeihen der Gesellschaft hört man denn auch oft nur noch sonntags. Von Montag bis Samstag darf geschummelt und gemobbt werden, betrogen und hinterzogen, hintergangen und gelogen? Stört das jemanden?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lobbyisten haben die Politik fest im Griff - Wird dies zur Gefahr für die Demokratie?

Der Lobbyismus hat sich gewandelt. Er beschränkt sich längst nicht mehr auf die Vorhallen der Parlamente. Er ist subtiler, strategischer und komplexer geworden. "Cicero Online" hat sich auf



die Spuren des modernen Lobbying begeben und sprach mit Lobby-Control über Gefahren für die Demokratie.

Den Artikel von Timo Stein in Nr. 02/2011 von "Cicero" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Transparenz im Unternehmen: Der Wert der Wahrheit

Mit Geheimniskrämerei kommen Unternehmen nicht mehr weiter. Inzwischen ist Offenheit das Gebot der Stunde. Doch die müssen Führungskräfte und Mitarbeiter erst noch lernen. Es war das berühmte Quentchen Information zu viel: Als der Abteilungsleiter bei der letzten Sitzung seine Mitarbeitern mit gebrochener Stimme und Tränen in den Augen über die Trennung seiner Frau nach 20 Jahren Ehe informierte, schauten nur alle betreten zu Boden. Zehn Kilo habe er seitdem abgenommen, und als wäre das alles nicht schlimm genug, habe er vergangene Woche noch einen Totalschaden an seinem BMW verursacht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Edelman-Beraterin Suding zieht mit der FDP ins Hamburger Rathaus ein

Katja Suding (36) ist als Spitzenkandidatin der Hamburger FDP in die Bürgerschaft der Hansestadt gewählt worden. Suding ist Beisitzerin im

Vorstand und Fachsprecherin für Haushalt und Finanzen der Hamburger liberalen Partei, die mit einem Stimmanteil von 6,6 Prozent und neun Sitzen erstmalig nach sieben Jahren Abwesenheit wieder in dem Hamburger Landesparlament vertreten ist. Hauptberuflich leitet Suding seit Januar 2011 als Account Director das Team der Edelman Consumer Practice in Hamburg, davor arbeitete sie mehrere Jahre als selbstständige PR- und Kommunikationsberaterin.

### Kommunikationsverband wählt neues Präsidium - Klaus Flettner als Präsident bestätigt

Mit großem Bedauern verabschiedete der alte und neue Präsident, Klaus Flettner, Change Communication, die Präsidiumsmitglieder, Benedikt von Westphalen, investor communications, den Finanzvorstand des Verbandes Carsten Reblin, Unilever, und Karin Bollo, die 2010 als Geschäftsführerin in die Change Gruppe wechselte. Neu im Präsidium des Kommunikationsverbands für den Zeitraum 2011 - 2013 begrüßte Flettner den Leiter Zentrales Marketing der DATEV, Claus Fesel und den Creativ Director und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur, Publicis Pro Erlangen & München, Jörg Puphal.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



**Personalien compact (24)**  
**(07.KW-2011)**

**AGENTUREN:**

01: Mit **Daniel J. Hanke** und **Georg Lahme** sind zwei langjährige Mitarbeiter jetzt Miteigentümer von Klenk & Hoursch in Frankfurt am Main geworden. Hanke und Lahme arbeiten seit über sieben Jahren in der Agentur, beide Direktoren haben als Mitglieder des Management-Teams seit 2009 Prokura. Sie erweitern den Kreis der Partner neben **Volker Klenk**, **Stephan Hoursch** und **Uwe Wache** auf fünf Personen.

02: **Stephan Balzer**, Gründer und Inhaber der Kommunikationsagentur und Projektentwicklung red onion, holt **Henriette Hager** als Managing Director an Bord. Sie bringt zehn Jahre Beratungserfahrung in der Marketing-Kommunikation auf Kunden- und Agenturseite mit und war zuletzt bei der Berliner Strategieagentur different u.a. für den Aufbau des Geschäftsbereichs Social Media verantwortlich.

03: **Felix Mehringer** (27) ist neuer Account Executive bei HBI Helga Bailey in München. Im Rahmen einer Projektgruppe war er zuletzt an der Konzeption des Social-Media-Auftritts der Hochschule Regensburg beteiligt. Kenntnisse der Kommunikationsbranche gewann er während seiner Tätigkeit in der Öffentlichkeitsarbeit und Mitarbeiterkommunikation bei der Continental Automotive.

04: **Stefanie Meuter** ist als Senior Consultant für die strategische Beratung und Konzeption im Bereich Medical Communication bei face to face in Köln neu an Bord. Die studierte Kommunikationswissenschaftlerin hat zuvor bei Antwerpes in Köln seit 2006 als Beraterin und Projektmanagerin Kommunikationskampagnen entwickelt und umgesetzt.

- 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](http://www.communication-performance.de)

05: **Stefan Klos** (27), diplomierter Marketing-Kommunikationswirt und ehemaliger PR-Berater bei komm.passion (GPRA) in Hamburg, gründet unter dem Namen fame pr & Management seine eigene Agentur für PR und Künstlermanagement in Hamburg-Eppendorf. Zuvor betreute er unter anderem als Projektleiter verschiedene Unternehmen.

06: **Bastian Gürth** (27) verstärkt als Junior PR-Berater das Verbraucher PR Team der Münchener Full-Service Agentur Hartzkom. Der Diplom-Sozialpädagoge kommt von 360 public relations in München, wo er im Jahr 2006 seine PR-Laufbahn als Praktikant begann und 2008 in die Agentur übernommen wurde.

07: **Margret Riedlsperger** (41) ist weitere Geschäftsführerin der Agentur Ira Wülfing Kommunikation (IWK) in München. Sie betreut seit 2006 als Kommunikationsberaterin bei IWK neben internatio-

nalen und nationalen Beteiligungsgesellschaften auch Dienstleistungsunternehmen aus dem Finanzbereich.

08: **Therese Bauer** (36) übernimmt bei der Online-Multimedia-Agentur Home Digital Full Service in Wien (AT) die Leitung der neu geschaffenen digitalen Public Relations & Affairs Unit. Zuvor war sie als Beraterin tätig, unter anderem für die Europäische Kommission.

09: **Birte Klein** (30) verstärkt als PR-Consultant das Team Travel bei w&p Wilde & Partner Public Relations in München. Sie kommt von der Agentur uschi Liebl pr in München, wo sie zuletzt als Account Manager PR tätig war.

10: **Walter Scheuer** (37) ist ab sofort Digitalchef bei Hill & Knowlton Deutschland in Frankfurt am Main. Er war bisher Associate Director der Agentur und arbeitete in den vergangenen Jahren im Healthcare-Team.

#### UNTERNEHMEN:

11: **Annina Merk** (28) wird am 1. März neue Mediensprecherin von Swisscom in Ittigen (CH). Sie arbeitet seit 2008 für das Telekommunikations-Unternehmen und war seither in verschiedenen Bereichen tätig, zuletzt als PR-Spezialistin für den Bereich Privatkunden. Merk folgt auf **Myriam Ziesack** (36), die das Unternehmen Ende Februar verlässt und als Mediensprecherin zu Swiss International Air Lines wechselt. Die diplomierte PR-Beraterin folgt auf **Andrea Kreuzer**, die innerhalb des Unternehmens eine neue Funktion übernommen hat und für Media Relations Europa zuständig ist.

12: **Michael Jansen** (42) leitet ab sofort die Berliner Konzernrepräsentanz der Deutschen Post DHL (DP DHL). Die Hauptstadtrepräsentanz

- Anzeige -



#### Deutscher Preis für Onlinekommunikation

Am 14. April 2011 verleiht das Magazin presse-sprecher erstmalig den Deutschen Preis für Onlinekommunikation in Berlin. Eine namhafte Jury aus Wirtschaft, Medien und Wissenschaft zeichnet kreative und außergewöhnliche Leistungen der digitalen Kommunikation in 30 Kategorien von der Social Media-Kampagne bis zum digitalen Geschäftsbericht aus. Bewerben Sie sich bis 10. März 2011 mit Ihren innovativen und erfolgreichen Onlinekonzepten der letzten 12 Monate und messen Sie Ihre Arbeit mit den besten Kommunikationsstrategen Deutschlands.

[www.onlinekommunikationspreis.de](http://www.onlinekommunikationspreis.de)

des Bonner Konzerns erhält damit erstmals eine eigenständige Leitung. Jansen war bereits seit vergangemem Jahr als Manager Governmental Affairs für die Deutsche Post DHL tätig. Zuvor leitete er das Büro von Angela Merkel im Konrad-Adenauer-Haus.

13: **Peter Werz** (48) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation von Abellio in Essen, er verantwortet die interne und externe Kommunikation sowie das Marketing, gleichzeitig ist er Pressesprecher des Unternehmens. Er war bis Ende Oktober 2009 für den Bereich Kommunikation bei Vecoplan verantwortlich. Werz folgt auf **Barbara Schüller**, die das Unternehmen verlassen hat.

14: **Ramona Kroner** (29) hat die neu geschaffene Position der Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Zwiesel Kristallglas übernommen und ist damit auch Pressesprecherin des Unternehmens. Die Betriebswirtin ist seit 2008 bei Zwiesel Kristallglas und war bislang als Vorstandsassistentin tätig. Die Produktkommunikation bleibt im Bereich Marketing unter der Leitung von **Sabine Weiß**.

15: **Andrea Frahm** besetzt die neu geschaffene Position des Head of Communications im Marketing-Team von dtp entertainment in Hamburg. Sie wird die Abteilungen PR und Community Management, national sowie international, leiten. In den letzten Jahren war sie in führenden Positionen bei Universal Music tätig, wo sie für globale Marketing-kampagnen verantwortlich war.

16: **Thomas Dreesen** (36) ist neuer Public-Affairs-Manager des Wasserfilterherstellers Brita in Taunusstein, er verantwortet die Bereiche Public Affairs, Lobbying, Krisenkommunikation und Social Media. Dreesen folgt auf **Thomas Zimmerling**, der als Senior Manager Communication und Presse-sprecher zum Outdoor-Spezialisten Jack Wolfskin gewechselt ist.

17: **Sigrid Eck** (42) übernimmt ab 1. April als Manager Communications & PR die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Discovery Networks Deutschland in München. Sie kommt vom Verlag Werben & Verkaufen, wo sie zuletzt als stellvertretende Medien-Ressortleiterin der gleichnamigen Fachzeitschrift tätig war.

18: **Sebastian Deck** (33) ist seit Anfang Februar 2011 Head of Marketing & PR bei Camelot Management Consultants in Mannheim. Der frühere freie Journalist kommt von Roland Berger Strategy Consultants, wo er mehr als drei Jahre lang die Pressearbeit der internationalen Strategieberatung betreute.

- 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](http://www.scmonline.de)

**MEDIEN:**

19: **Georg Mascolo** (46) übernimmt als Chefredakteur die Alleinverantwortung für das Nachrichten-Magazin "Der Spiegel". Dabei wird er auch weiterhin unterstützt vom stellvertretenden Chefredakteur **Martin Doerry** (55) und von Textchef **Klaus Brinkbäumer** (44). **Mathias Müller von Blumencron** (50) übernimmt als übergeordneter Digital-Chef zukünftig die Alleinverantwortung aller digitalen Angebote unter der Marke "Spiegel", einschließlich "Spiegel Online".

20: **Armin Sieber** (44), Stellvertretender Pressesprecher des Pay-TV-Senders Sky Deutschland in Unterföhring verlässt das Unternehmen. Er war erst im November 2009 dem mittlerweile ebenfalls nicht mehr für Sky tätigen Kommunikationschef **Hans-Jürgen Croissant** gefolgt. Sieber war zuvor wie



Croissant für die Agentur Ketchum Pleon (GPRA) tätig, zuletzt als Leiter des Bereichs Corporate & Strategy im Düsseldorfer Büro.

#### VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

21: **Jürgen Tauchnitz** von der Hochschule Lausitz (Lausitz School of Management) ist neues Mitglied der Prüfungsinstanz Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM).

#### POLITIK UND BEHÖRDEN:

22: **Ursula Eggenberger** übernimmt Anfang Mai die Leitung der Sektion Information und Kommunikation der Schweizerischen Bundeskanzlei in Bern (CH). Sie kommt von der PR-Agentur YJOO Communications in Zürich (CH), wo sie seit Anfang 2010 zusammen mit **Martin Zahner** als Managing Partner tätig war. Zuvor gehörte Eggenberger unter anderem den Geschäftsleitungen von Trimedia Communications an. Sie folgt auf **Hansruedi Moser**, der künftig für Vizkanzler und Bundesratssprecher André Simonazzi Stabsaufgaben wahrnimmt.

23: **Klaus Engemann** hat die Pressestelle des Niedersächsischen Ministeriums für Inneres und Sport in Hannover nach langjähriger Tätigkeit verlassen und wechselt als Referatsleiter in das Innenministerium. Neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wird sein langjähriger Stellvertreter **Frank Rasche** (47). Neue stellvertretende Sprecherin des Ministeriums wird **Vera Wucherpfennig** (30). Das Team der Pressesprecher komplettiert **Dirk Hallmann**.

24: **Ferdinand Knauß** (37) ist neuer Mitarbeiter in der Pressestelle des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) in Berlin. Der Wissenschaftsjournalist betreut zuvor unter

anderem die Seiten "Geisteswissenschaften" und "Naturwissenschaften" im "Handelsblatt".

#### Etats

#### Etats compact (21) (07.KW-2011)

01: Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), Frankfurt am Main

was: *Kommunikationsetat*

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

02: PCO, Kelheim an der Donau

was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Storymaker Agentur für Public Relations**, Tübingen

03: Steigenberger Hotel Group, Frankfurt am Main

was: *Kundenmagazin "Steigenberger World"*

an: **G+J Corporate Editors**, Hamburg

04: Crystaluche, (ohne Standortangabe)

was: *klassische PR- und Marketing-Maßnahmen*

an: **Convensis**, Stuttgart

05: InterContinental Hotels Group (IHG), Frankfurt am Main

was: *Presse- und PR-Arbeit für den deutschen Markt*

an: **fischerAppelt, relations** (GPRA), Hamburg

06: Serengeti-Park Hodenhagen

was: *PR- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Bus-Marketing*

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

07: Schwartauer Werke, Bad Schwartau

was: *PR- und Social Media-Maßnahmen für "Coffee*

Shop"

an: **Scholz & Friends Brand Affairs**, Hamburg

08: Social Media Akademie, Mannheim

was: *PR und Kommunikation sowie Pressesprecherfunktion*

an: **talkabout communications** (GPRA), München

09: Spiekermann Consulting Engineers, Düsseldorf

was: *Umsetzung strategisch ausgerichteter Kommunikationsmaßnahmen*

an: **Profil Marketing**, Braunschweig

10: ParCon Unternehmensberatung, Leonberg

was: *PR, Medienarbeit, Online-PR, Social Media und Kunden-Newsletter*

an: **verclas & friends**, Heidelberg

11: Bundesverband der Hörgeräte-Industrie, Frankfurt am Main

was: *überarbeiteter Markenauftritt "Hören ist High Tech" und die Imagekampagne "ear fidelity"*

an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden

12: Tengemann Warenhandelsgesellschaft, Mülheim

was: *Konzeption, Layout und Gestaltung sowie Redaktion und Produktion des neuen Mitarbeitermagazins*

an: **Profilwerkstatt**, Darmstadt

13: ReadSoft, Neu-Isenburg

was: *klassischen Pressearbeit, Planung der Social Media Strategie, Koordination und Pflege der Social Media Aktivitäten und Channels*

an: **Möller Horcher Public Relations** (GPRA), Offenbach

14: Faro Technologies, Korntal-Münchingen

was: *Social Media Kommunikation*

15: abat, Bremen

was: *PR und Marketing sowie Aufbau der Fachkommunikation*

16: Ideo, München

was: *Adaption der internationalen*

*Kommunikationsstrategie für den deutschen Markt*

an: **consense communications**, München

17: Changhong, Prag (CZ)

was: *Pressearbeit*

an: **Trademark Public Relations**, München

18: Como Hotels and Resorts, London (GB)

was: *PR-Betreuung*

an: **Lewis PR - Global Communications**, München

19: Thalia Bücher, Basel (CH)

was: *Public-Relations-Aktivitäten in der Schweiz*

an: **Flowcube Communications**, Zürich (CH)

20: Fachhochschule St. Pölten (AT)

was: *Öffentlichkeitsarbeit und Forschungs-Kommunikation*

an: **PR&D - Public Relations für Forschung & Bildung**, Wien (AT)

21: Zentrum für die Förderung von Importen aus Entwicklungsländern (CBI), Rotterdam (NL)

was: *Öffentlichkeitsarbeit für die touristischen Aktivitäten in deutschen, österreichischen und schweizer Branchenkreisen*

an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg

## Branche

### PR-Ranking 2010 gestartet

Am 16. Februar ging an 1.649 deutsche PR-Agenturen und PR-Berater die Onlineabfrage betr. dem PR-Umsatz-Ranking 2010 raus. Abgabetermin ist am 21. März, die Auswertung wird spätestens Mitte

April im PR-Journal und weiteren Branchenmedien veröffentlicht. Wer teilnehmen möchte, aber noch nicht aufgefordert wurde - bitte beim PR-Journal melden ([ranking@pr-journal.de](mailto:ranking@pr-journal.de)). Das Ranking hat sich zu einem wichtigen Branchenindikator entwickelt. Aber auch bei der Suche von potentiellen Auftraggebern nach passenden Dienstleistern ist das Ranking vor allem mit seinen über 30 Spezialauswertungen eine wichtige Informationsquelle geworden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (4) (07.KW-2011)

01: **Talking Head heißt eine neue PR-Agentur** unter der Leitung von Gründerin Birgit Jaretz in Frankfurt am Main. Das Spektrum der Full-Service-Agentur reicht von der Fachkommunikation über Marken- und Consumer-PR bis zum Social Media Management. Jaretz blickt auf mehr als zwölf Jahre Erfahrung aus Journalismus und PR-Beratung zurück, sie ist seit 2001 als PR-Beraterin in der Gesundheitskommunikation und der Tourismusindustrie tätig. Zuletzt arbeitete sie als Senior-PR-Beraterin bei der Agentur Dorothea Küsters Life Science Communications.

02: Eine neue PR-Agentur geht in Berlin und Stuttgart an den Start: **Die Wortgewaltigen - Büro für Kommunikation und Pressearbeit.** Hubert Romer (43) und Jörg Wehrmann (49), die Inhaber der Agenturen K.M.R. Kreativmarketing Romer und jwd Berlin, haben ihre Kompetenzbereiche zusammengelegt und die Agentur gegründet. Die neue Agentur hat ihren Sitz in der Mitte Berlins mit einem Büro im Raum Stuttgart.

03: Mit der **Agentur Karl Anders in Hamburg** meldet sich die langjährige Ligalux-Geschäftsführerin Claudia Fischer-Appelt zurück. Gemeinsam mit Ihren beiden Partnern Lars Kreyenhagen und Jan Schlomo Knopp will Claudia Fischer-Appelt

mit neuen Formaten Anlässe für Kommunikation schaffen. Dabei verbindet Karl Anders übergreifend Disziplinen wie PR, Design, Event, Social Media und Werbung.

04: Als ersten Redner konnten die Organisatoren des **2. "World Forum Davos"** Paul Holmes, einen der international bekanntesten PR-Guru (The Holmes Report, UK), begrüßen. Vor rund 90 Teilnehmern aus 20 verschiedenen Ländern (meist Kommunikationsverantwortliche aus dem Top-Management und führende PR-Berater) referierte er über die Veränderungen in PR und Marketing durch Social Media. Sein Zukunftsszenario ist unmissverständlich: **Marketing und PR werden fusionieren.** → [persoenlich.com](http://persoenlich.com)

**...und dann das noch:**

**BlaBlaMeter - wie viel Bullshit steckt in Ihrem Text?** PR-Profis, Politiker, Berater, Werbetexter oder Professoren müssen hier tapfer sein. Das BlaBlaMeter entlarvt schonungslos, wie viel heiße Luft sich in Texte eingeschlichen hat. Ein praktischer Helfer für alle, die mit Text zu tun haben. → [blablameter.de](http://blablameter.de)

## Social Media + Web 2.0

### China: Öriese bei gefälschter PR-Kampagne erwischt

Die China Petrochemical Corporation (Sinopec) hat einen Aufruhr im Internet verursacht, nachdem das Unternehmen zugeben musste, dass es seine Arbeitnehmer aufgefordert hatte, sich als Außen-seiter der Ölindustrie darzustellen und Online-Kommentare zu schreiben, die Benzinpreisanhebungen unterstützen. (...) Internetnutzer äußerten ihre Wut



und Enttäuschung gegenüber Sinopec und sagten, dass das Löschen von Nachrichtenlinks ein Teil der PR-Kampagne des Unternehmens sei, um den negativen Einfluss der Offenlegung zu begrenzen. → [german.china.org](http://german.china.org)

## Social Media in der B2B-Kommunikation: Wunsch und Wirklichkeit

Die Ergebnisse des B2B Online-Monitor 2011 sind ein Weckruf für alle deutschen B2B-Unternehmen: Die Studie zeigt beim Thema Social Media im B2B-Sektor eine hohe Diskrepanz zwischen persönlicher Nutzung durch die Teilnehmer und dem Einsatz im Unternehmen. Obwohl 92 Prozent der befragten Unternehmen angeben, dass Social-Media-Kanäle in den kommenden drei Jahren zu einem wesentlichen Baustein in der Kundenkommunikation werden, handeln sie nicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Unternehmensauftritt: Fünf Punkte für den Erfolg von Social Media Marketing

An sozialen Netzwerken kommt kein Unternehmen mehr vorbei. Um Fehler bei der Umsetzung von Marketingstrategien zu vermeiden, sollten sich die Verantwortlichen gut vorbereiten. 2011 wird das Jahr, in dem Social Media Marketing erwachsen wird. Die Zeiten, in denen Werkstudenten das digitale "Gehör" und "Sprachrohr" des Unternehmens waren, sind wohl vorbei. Social Media Marketing wird ein weiterer wichtiger Kanal in der Kommunikation mit dem Kunden und wird integriert in den unternehmensweiten Marketingmix. Die Nutzung von Social Media macht weltweit mit 4,6 Stunden pro Woche den größten Teil des Zeitbudgets für Online aus, zum Vergleich sind es beim Browsing 2,4 Stunden pro

Woche. Knapp 46 Prozent der globalen Onlinebevölkerung geben sogar eine tägliche Nutzung von Social Media an.

Den Artikel von *Monika Reichl (TNS Infratest)* am 16. Februar in "FTD.de" [hier online weiterlesen](#).

## Social Media compact (6) (07.KW-2011)

**01: Die dpa-Tochter news aktuell ist mit dem Webmonitoring-Tool 'na media sonar' in den Markt gestartet.** Die Anwendung durchsucht eine Vielzahl nationaler und internationaler Quellen in Social Media und Online News. Sie ermöglicht den Nutzern, Ergebnisse leicht und schnell zu analysieren und Berichte sofort zu erstellen. Via Twitter und Facebook können die Anwender direkt auf Treffer reagieren. Das Tool bewertet auch die Tonalität jeder Meldung. → [presseportal.de](http://presseportal.de)

**02: Weltweit verzeichnet Facebook bereits über 600 Millionen aktive Mitglieder.** Facebook ist längst nicht mehr nur ein Tool für die private Kontaktpflege, auch Unternehmen nutzen das soziale Netzwerk für ihre Marketingaktivitäten. Zu den weltweit bekanntesten Facebook-Brands mit den grössten Fangemeinden gehören Coca Cola und Starbucks. Vermehrt entdecken auch Schweizer Brands die Plattform und versuchen – mit unterschiedlichem Erfolg – rund um ihre Marken Communities aufzubauen und zu pflegen. [magazin.unic.com](http://magazin.unic.com)

**03: Der Internetkonzern Google will "mit erheblichem finanziellem Aufwand" ein wissenschaftliches Institut für Internet und Gesellschaft in Berlin errichten.** Das kündigt Google-Chef Eric Schmidt in einem Gastbeitrag für "Welt Kompakt" an. "Dabei werden wir mit führenden akademischen Institutionen zusammenarbeiten, um die Zukunft des Internets auf drei Feldern zu untersuchen: internet-basierte Innovationen, politische Rahmenbedingungen

sowie die damit verbundenen rechtlichen Aspekte", schreibt Schmidt weiter. Er lobt zudem Deutschlands Wirtschaft als Vorbild für andere Länder. → [welt.de](http://welt.de)

**04: Bei der Präsenz der deutschen Radiosender in sozialen Netzwerken liegt noch vieles im Argen.** So sind nur etwa die Hälfte der öffentlich-rechtlichen Sender bei Twitter oder Facebook präsent. Die privaten Anbieter sind im Social Web aktiver, allerdings gibt es auch hier noch viel Luft nach oben. Das geht aus einer Auswertung des Radio-Journalisten Sebastian Pertsch hervor. Dieser hat die Social-Media-Aktivitäten von insgesamt 353 Radiosendern in Deutschland unter die Lupe genommen. Neben öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern flossen auch Hochschulradios, Freie Kanäle und Bürgerradios in die Untersuchung ein → [horizont.net](http://horizont.net)

**05: Österreichs Unternehmen setzen zunehmend auf soziale Medien.** Bei einer Studie gaben 48 Prozent der Betriebe (Geschäftsführer, Selbstständige und IT-Verantwortliche) an, soziale Medien zu nutzen. Bei allem Eifer, den Österreichs Unternehmen in sozialen Medien an den Tag legen – bei der Frage nach dem Nutzen dieser Bemühungen herrscht teilweise noch Orientierungslosigkeit. So sehen 41 Prozent der befragten Unternehmer den Nutzen ihres Engagements für ihr Geschäft nicht konkret. Immerhin 36 Prozent sehen positive Ergebnisse, am meisten profitieren sie bei der Neukunden- und Neugeschäftsanbahnung. → [wko.at](http://wko.at)

**06: Täglich Neues aus PR und Social Media bietet die Twitterzeitung "K1 am Morgen",** die von der Kölner Agentur K1 aus den aktuellen Tweets von fast 90 führenden deutschsprachigen PR- und Social-Media-Experten zusammengestellt wird. Mit Hilfe der von Paper.li zur Verfügung gestellten Technik werden die kurzen

Tweets im attraktiven Format einer Zeitung mit entsprechenden Rubriken, Bildelementen und sogar Videos aufbereitet. Die K1-Twitterzeitung kann kostenlos angesehen und abonniert werden unter <http://paper.li/k1Agentur/pr-und-social-media>.

## SocialMediaAnalyse

### Die Nachrichtenlage im Social Web: Social Media Conference Hamburg



**Vortrag von Frank Dopheide.** Das Angebot an Veranstaltungen, die sich mit den aktuellen Entwicklungen in den Social Media auseinandersetzen, ist groß - die DLD2011 in München, das Social Media Forum in Hamburg, der Web 2.0 Kongress in Frankfurt a.M. usw. Vom 15. - 16. Februar fand die Social Media Conference (SMC) in Hamburg statt. Auf der Liste der Redner finden sich u.a. Alper Iseri von der CinemaxX Entertainment GmbH & Co. KG, Christian Egli von der INPROMO GmbH und Tanja Gabler von internetworld.de. Als Teilnehmer vor Ort, via Twitter oder über den Livestream konnte man das Event verfolgen. Besonders auf Twitter wurde eifrig diskutiert. 2.692 Tweets wurden zwischen dem 11. und 17. Februar abgegeben. (Stand 17.02. 12.30 Uhr) Die Kanäle Newsseiten, Blogs und Foren spielen dabei eine untergeordnete Rolle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien

### Medien compact (1) (07.KW-2011)

01: Wieso kriegt niemand im deutschen Fernsehen eine regelmäßige Sendung am späten Abend hin, die das Tagesgeschehen unterhaltsam einordnet, ihr Publikum mit ein paar klugen Witzen überrascht und es mit ein, zwei netten Gästen in die Nacht entlässt? **"Das Dilemma beginnt damit, dass wir von den Amerikanern abgeschrieben haben**, anstatt zu überlegen, ob es eine deutsche Variante der klassischen Late Night gibt", sagt Thomas Koschwitz. → [fr-online.de](http://fr-online.de)

## Services + Tipps

### Buchvorstellung: Corporate Communications im Web 2.0: Relevanz und Legitimität für das Unternehmen

Zielgruppen werden zu Akteuren. Durch das Web 2.0 entsteht eine neue Qualität von Öffentlichkeit – transparent, interaktiv, dynamisch und vernetzt. Die Unternehmenskommunikation muss sich darauf einstellen. Wie das gelingt, erläutert das neue Buch "Corporate Communications im Web 2.0: Relevanz und Legitimität für das Unternehmen", herausgegeben von Jörg Pfannenber, JP|KOM, Düsseldorf.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Service compact (1) (07.KW-2011)

01: **Wer durch das Netz surft, findet dort viele Rechtschreib- und Grammatikfehler.** Das Internet scheint ein rechtschreibfreier Raum zu sein. Selbst professionellen Redakteuren, beispielsweise in renommierten Onlinemedien, gelingen nicht jeden Tag fehlerfreie Internetmeldungen. Um das Problem zu lösen, bietet der Dudenverlag seine Sprachtechnologie-Software jetzt auch für gängige Web-Editoren wie (F)CKEditor und TinyMCE an. Das Dudenprogramm prüft in zahlreichen Programmen Rechtschreibung, Grammatik und Stil gemäß den Vorgaben, die zentral eingestellt sind. → [duden.de](http://duden.de)

## Termine + Tagungen

### Hans Leyendecker an der DAMK: Wie viel Öffentlichkeit verträgt ein Unternehmen?

Professionelle Öffentlichkeitsarbeit - das ist immer der Spagat zwischen zwei Extremen: Auf der einen Seite steht das journalistische Bemühen um möglichst viel Transparenz und Information für die Öffentlichkeit. Aber bis zu welchem Punkt? Bis zur "totalen Transparenz" - Stichwort Wikileaks?  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (7) (07.KW-2011)

01: Am 11. Februar fand in der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing in München die **Podiumsdiskussion "Food-Kommunikation heute und morgen"** statt. Es diskutierten fünf Experten unter Moderation des Bayerischen Journalisten-Verbands mit den mehr als 100 interessierten Gästen. Anlass war die kürzliche Veröffentlichung eines Thesenbands zur Zukunft der Food-Kom-

munikation durch die Agentur zweiblick. → [zweiblick.com](http://zweiblick.com)

02: "Warum die PR-Branche viel davon hat, auf Qualität zu setzen" - **DPRG-Dinner-Talk mit Richard Gaul** über die Herausforderung, die PR-Branche mit Hilfe des Rates der Public Relations als seriöse Dienstleistung im Bewusstsein der Branche und der Öffentlichkeit zu verankern - die Rolle der Selbstkontrolle. Termin: 1. März, 19.30 Uhr, Hanse Lounge, Neuer Wall 19, 20354 Hamburg. Anmeldung bis 25. Februar in der Agentur [Pilszczek Public Relations](http://Pilszczek Public Relations).

03: "Welche Herausforderungen liegen in der künftigen Kommunikation im Konflikt mit gesellschaftlichen Mehrheiten?" So lautet die zentrale Frage des **6. LPRS-Forum**. Zu diesem Branchentreffen lädt der LPRS Leipziger Public Relations Studenten vereint am 15. April wieder hochkarätige Experten der PR-Wirtschaft, -Wissenschaft und -Praxis nach Leipzig ein. Weitere Informationen zur Veranstaltung und zur Anmeldung sind online verfügbar unter [www.lprs.de/forum](http://www.lprs.de/forum).

04: "Speaker's Corner - Der junge PR-Talk" der **DPRG Landesgruppe Norddeutschland**, Referent: **Torsten Panzer**, Co-Founder und Managing Director der Word of Mouth Marketing Agentur Buzzer, Vorstandsvorsitzender des PR Clubs Hamburg. Diese Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Studenten, Volontäre, Junioren und PR-Einsteiger. 22. Februar, 19.00 Uhr, M+V Gaststätte, Lange Reihe 22, 20099 Hamburg. Anmeldung bis 21. Februar unter [otseinladung.de](http://otseinladung.de).

05: Den Wandel nutzen – Geschäfte ausbauen: Unter diesem Motto bündelt der **Kongress der Deutschen Fachpresse** am 24. und 25. Mai im Wiesbadener Kurhaus die Expertise von mehr als 40 Gastrednern aus Wirtschaft und Medien.

- 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](http://www.medienbeobachterkongress.de)

Festlicher Höhepunkt des Kongresses ist die Verleihung der Branchenawards "Fachmedien des Jahres" und "Fachjournalist des Jahres" am 24. Mai mit TV-Moderatorin Astrid Frohloff. Das Kongressprogramm steht unter [deutsche-fachpresse.de](http://deutsche-fachpresse.de) zum Abruf bereit.

06: **Social Media in der Verlagspraxis: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**, Intensiv-Seminar in der Romanfabrik Frankfurt am 9. März mit Ruth Schöllhammer. Für die Öffentlichkeitsarbeiter in den Verlagen ergibt sich ein verändertes Umfeld – andere Arten der Kommunikation mit Journalisten, Lesern, Autoren sind gefragt; die klassischen Informationshierarchien sind aufgebrochen. Das

Intensiv-Seminar richtet sich an Mitarbeiter aus dem Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Verlagen. Anmeldung: [Holger Ehling Media](#)

07: Schick+Partner veranstaltet das "**Innovationsforum Interne Kommunikation**" am 24. und 25. Mai im Schindlerhof, Nürnberg. Referentinnen und Referenten aus 16 Unternehmen und Organisationen stellen Projekte und Instrumente zu den drei Themenbereichen "Online-Kommunikation weiterentwickeln", "Veränderungen wirkungsvoll unterstützen" und "Interne Kommunikation systematisieren" sowie zu den Themen Corporate Volunteering, Compliance und Systemische Organisationsentwicklung vor. Tagungsinformation auf [schick-partner.de](#)

## Ausbildung + Seminare

### Ausbildung compact (5) (07.KW-2011)

01: **Texten für die Online-Kommunikation** steht am 5. April auf dem Trainingsplan der AFK Akademie Führung und Kommunikation in Oberursel/Ts.. Trainerin Susanne Czernick zeigt, wie für anspruchsvolle Online-Leser interessante und wirkungsvolle Texte entstehen. Infos: [afk-online.com](#)

02: Das neu gegründete **Institut für Public Relations Ilmenau (IPR.Ilmenau)** startet sein **Seminarprogramm** am 17. März im Curie-Hörsaal, Curiebau, mit einer öffentlichen Informationsveranstaltung zum Einsatz sozialer Medien (Web 2.0) in der Öffentlichkeitsarbeit. Der Eintritt ist frei, aufgrund begrenzter Platzzahl wird um Anmeldung unter [ipr-ilmenau.de](#) gebeten.

03: Nach einem erfolgreichen Start im letzten Jahr **will die Social Media Akademie ihre Kommunikationsaktivitäten und ihr Netzwerk**

**weiter ausbauen.** Neben einem neuen Seminarangebot ist die Schaffung einer neuen "Social Media Know-how Plattform" im Web geplant. Zwei Seminare für Anfänger und Kommunikationsprofis starten noch im Februar. Fünf mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten sollen es insgesamt für das erste Halbjahr sein. Weitere Informationen: → [socialmediaakademie.de](#)

04: Die Lausitz School of Management bietet ab April das einjährige, **berufsbegleitende Studium "PR-Management" an der Cottbuser Hochschule Lausitz** an. Der Lehrplan umfasst zehn Module mit einem Gesamtumfang von 180 Unterrichtsstunden. Neben PR-bezogenen Inhalten werden auch Kenntnisse in Marketing und anderen wirtschafts-, gesellschafts- und politiknahen Bereichen vermittelt. Die Referenten sind Experten aus den Bereichen Wissenschaft, Wirtschaft und Medien. Das PR-Studium beginnt am 05. April 2011 und schließt im März 2012 mit der Prüfung vor der Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM) ab. Nähere Informationen zum Studium unter: [lausitz-school-of-management.de](#)

05: **Gerhard Vilsmeier (52) und Oliver Hahr (38) bauen ihr Seminarangebot aus.** Seit 2009 lehren sie gemeinsam an der Fachhochschule Hannover und der privaten International School of Management (ISM) in Frankfurt am Main und München. Ab Mai führen die Experten für internationale Kommunikation auch Workshops beim Management Circle durch. Der inhaltliche Schwerpunkt von Vilsmeier, Inhaber von ie communications in Schweitenkirchen, liegt auf der internen und interkulturellen Kommunikation. Der Medienberater war Chefredakteur der globalen Mitarbeiterzeitschrift "SiemensWelt" und später Leiter Marketing & Communications bei Siemens Real Estate. Hahr, der in Stuttgart die Agentur oha communication führt, konzentriert sich auf die externe Kommunikation. Mit seinem Team unterstützt er Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung internationaler PR-



Aktivitäten mit Fokus auf spezielle Zielgruppen und Medien.

## PR-Barometer

### Nächste PR-Barometer-Umfrage: Ende Februar

Auch der Umfrage-Service des PR-Journals "PR-Barometer" wurde einem Relaunch unterzogen und hat nun einen eigenen "Internetauftritt": [www.pr-barometer.de](http://www.pr-barometer.de). Die Betreuung ist von einem zum anderen Professor der Macromedia-Hochschulen gewechselt: von Hans Scheurer in Köln (SSP Kommunikation, Hürth) zu Michael Bürker in München (ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation). Ende Februar wird die nächste Umfrage hier online gehen.

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 51: Gute Kommunikatoren hören zu

"Das PR-Interview" wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](http://www.k1gesellschaft.de)



Interview mit Elisabeth Schick (44), Leiterin der Abteilung Communications & Government Relations der BASF Group in Ludwigshafen

**PR-Journal:** Sie gelten als eine der erfolgreichsten und versiertesten Kommunikatorinnen in Deutschland. Was macht für Sie eine gute Kommunikation aus?

**Elisabeth Schick:** Sie ist schnell, glaubwürdig und der Absender ist für jeden klar erkennbar.

**PR-Journal:** Wodurch zeichnen sich gute Kommunikatoren aus?

**Elisabeth Schick:** Sie hören zu und fragen nach, ganz gleich ob ihr Gegenüber Journalist oder Kollege ist. Im Unternehmen sind sie strategischer Partner des Managements und haben ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg immer im Blick.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Presidents' Corner

### DGPuK: Nachrichten und Aktivitäten aus der Kommunikationswissenschaft



Ein Autorenbeitrag von Klaus-Dieter Altmeyen, Vorsitzender der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK), Eichstätt. (17. Februar 2011)

Die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) ist eine Non-Profit-Organisation, in der Wissenschaftler, Studierende und Praktiker aus der Kommunikations- und Medienwissenschaft organisiert sind. Sie hat derzeit rund 900 Mitglieder.

Der seit Mai 2010 amtierende Vorstand (Klaus-Dieter Altmeyen, Ulrike Röttger und Oliver Quiring) beschäftigt sich vor allem mit der Nachwuchsförderung, mit der Koordination und Organisation von 15 Fachgruppen und einer Ad-hoc-Gruppe sowie deren Tagungen und Publikationen. Ferner sind Lehre und Forschung sowie die internationale Vernetzung wichtige Themen. Für das Tagesgeschäft, die Webseiten und die Verwaltung der Mitglieder ist die Geschäftsstelle in Eichstätt

zuständig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## BdP: Warum engagiert sich der BdP gegen die Leistungsschutzrechte?



Ein Autorenbeitrag von Uwe Dolderer, Präsident BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher, Berlin (10. Februar 2011)

Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) setzt sich seit 2003 für die Vernetzung der Pressesprecher und Öffentlichkeitsarbeiter aus Unternehmen, Verbänden, Organisationen und Politik ein. Auch in politischen Fragestellungen, die unsere Profession betreffen, bezieht der BdP Position, so zur Autorisierungsdebatte um Interviews, zur Novellierung des Telemediengesetzes und zum sogenannten Leistungsschutzrecht, über das derzeit auf politischer Ebene viel diskutiert wird. Mit seinem Engagement möchte der BdP dazu beitragen, gute rechtliche Rahmenbedingungen für unseren Berufsstand zu schaffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### "Ich bin baff, dass ihr Minister so ein Feigling ist"

Was war das denn? Gegen 11:30 Uhr (am 18. Februar in Berlin) gibt es eine Pressekonferenz für das Fußvolk, während ausgewählte Journalisten an anderem Ort dem Minister persönlich lauschen dürfen. Der Mann, den alle als Medienprofi kennen, benutzt nun die versammelte Journaille auf ungewohnte Weise: Die Guten ins Töpfchen, die schlechten ins

Kröpfchen. In der gegenwärtigen Situation erwarten zu Recht Medien und Bevölkerung eine ausführliche Information. Statt aber der versammelten Bundespresse-konferenz Rede und Antwort zu stehen, verliert im Verteidigungsministerium ein äußerst nervöser zu Guttenberg mit zittriger Stimme und schwer atmend eine vorbereitete Erklärung. Wer die Medien vorher so verwöhnt hat, darf sich nun nicht wundern, wenn diese ihn nach solch schlechter Behandlung fallen lassen. Man darf gespannt sein, was ("Bild"-Briefeschreiber) F.J. Wagner dazu einfällt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Schummel cum laude <sup>1)</sup>



(nsb) Kommt ein Monteur ins Verteidigungsministerium: „Ich soll den Kopierer reparieren.“ Sagt ihm der Pförtner: „Das geht jetzt nicht, der ist gerade nach Afghanistan abgeflogen.“ – Dieser Witz macht gerade in Berliner Regierungskreisen die Runde<sup>2)</sup>. erinnert irgendwie an die letzte Phase des real existierenden Sozialismus in der DDR, da gingen ähnliche Kalauer durchs Land. Aber von Endzeitstimmung keine Spur. Der Bundesverteidigungsminister, Herr Doktor Karl-Theodor zu Guttenberg, versichert vor ausgewählten Pressevertretern<sup>3)</sup>: „Es ist nicht bewusst getäuscht worden.“ Das soll nach Verteidigung klingen, weil einer zu Unrecht angeklagt wurde. Er nimmt auch siebenjährige Arbeit für sich in Anspruch, berufliche und private Belastung als junger Familienvater. Die Kinder haben auch den Freiherrn und die gräfliche Mutter nicht ausschlafen lassen, soll das Volk wissen; wir sind wie ihr, oh Volk. „Fehler“ gibt er zu: Wer ohne Fehl ist, der werfe den ersten Stein<sup>4)</sup>, soll das heißen. Wir sind wie ihr, oh Volk. Hat jemand fahrlässig Unrecht getan, tut es ihm leid, das gehört sich so, so sind wir alle erzogen – auch die auf dem Schloss. Wir sind wie ihr, oh Volk.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Pfeffer & Salz & Senf

### Kunden-Kommunikation: Mach' mal Pause

Unser Leben ist zu hektisch, Experten raten: öfter mal abtauchen. Viele Unternehmen halten sich an diesen Rat - und erklären ihren Kunden geradeheraus, die nächsten drei Wochen gehe gar nichts. Bewundernswerte Ehrlichkeit oder bodenlose Frechheit? Mit König Kunde zu kommunizieren, ich gebe es ja zu, ist nicht immer ganz einfach. Denn seinen Kunden will man nicht wehtun. Aber Wahrheit tut leider weh. Dieser unauflösbare Widerspruch führt dazu, dass uns Servicekräfte lächelnd anlügen.

Die Kolumne von Tom König am 15. Februar in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#).

## Norbert: Gerüchte + Gerichte

### Gericht: Die Hauptsache ist Luft - Mousse au Chocolat



(nsb) Nichts gegen Pudding. Wer in dem entsprechenden Kapitel des berühmten Kochbuchs von Henriette Davidis nachschlägt, prallt aber möglicherweise entsetzt zurück, wenn sie ein Rezept beginnt: „Man nehme ein Dutzend Eier ...“ Die Dame aus dem 19. Jahrhundert ist nicht schuld an der deutschen „Plumpsküche“, wie Wolfram Siebeck es ausdrückte. Eher schon ein Apotheker aus Bielefeld, jener Dr. August Oetker, der den Deutschen das Puddingpulver bescherte. Aber der beste Pudding kann nicht konkurrieren mit den Mousses, die in der französischen Küche oft an seine Stelle treten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### PR-Journal ist jetzt IVW-kontrolliert



Die Internetseiten des PR-Journals werden seit 15. Februar durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) in Berlin kontrolliert. Die Visits und PageImpressions werden ab Anfang März jeweils für den Vormonat online bei IVW ausgewiesen.

Im Januar 2011 wurden von InfOnline, Bonn (dem IVW-Serviceanbieter) für die Internetseiten des PR-Journals ermittelt: 49.784 Visits und 141.906 PageImpressions. Das ergibt einen Tagesdurchschnitt von 1.606 Besuchern. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,85 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurden für den Januar außerdem im Schnitt 10 1/2 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 47% neue Besucher. Die besten Tage im Januar waren lt. IVW: Dienstag, 18. Januar mit 8.181 Pl's (dienstags erscheint unser kostenloser Newsletter) und Mittwoch, 19. Januar mit 3.098 Besuchern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 14 aktuellen Gesuche finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

### ANGEBOTE (81)

### Volontariat/Trainee

Die 25 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

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

PR-Berater (w/m) als Agentur-Motor in Hamburg gesucht

Junior- und PR-Berater (m/w) Marke, München

PR-Assistent/Junior-PR-Berater (m/w) in Healthcare-Agentur, Hannover

Mode- / Lifestyleagentur sucht PR-Berater/in in München

Kölner Agentur VOCATO sucht Juniorberater/in PR

HEINRICH sucht erfahrene(n) PR-Berater(in), Ingolstadt

Junior PR-Consultant (m/w) Food/Living, Berlin

PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Social Media, Stuttgart

neues handeln sucht Junior-Beraterin/Junior-Berater, Berlin

Junior PR-Berater/-in, Düsseldorf

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 (Eltille) sucht ab sofort PR-Juniorberater

PR Manager für piranha presse & pr GmbH

PR-Berater mit Schwerpunkt Projektmanagement,  
Essen

PR-Berater/in, Schwerpunkt Informationstechnologie,  
Berlin

## Behörden (Öffentl.Dienst)

Pressereferent (m/w), Jülich

## Medien

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,  
Potsdam

## Unternehmen

Referent interne Kommunikation, Düsseldorf

Mitarbeiter (w/m) Content & Social Media  
Management, Frankfurt

Presse- / PR-Referent/in, Hamburg

Manager Social Media (m/w), München

PR Manager für COREL (f/m), EMEA

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

PR-Berater (w/m), Stuttgart

Wir suchen Vertriebs-Talente

PR-Manager (m/w), Hamburg

## Verbände (Non-Profit)

PR-Manager (m/w) in Vollzeit, Münster

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, 21. Februar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.615 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) - 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\_stoltenoiw[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:** Michael Bürker, München, Agentur ComMenDo (muenchen[at]pr-journal.de); Oliver Jorzik und Dominik Ruisinger, Berlin, Agentur add-pr (berlin[at]pr-journal.de); Frauke Scheben, New York/USA (frauке.scheben[at]gmx.de).

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

**Rezensionen:** Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, 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.