

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 284 / 11. KW 2011

Seite 1

Die Jugend surft an den klassischen Kathedralen der Meinungsbildung vorbei

Susanne Fengler hat am vergangenen Donnerstag einen Vortrag auf der Jahreskonferenz der Landesmedienanstalten gehalten – mit dem Titel "Meinungsbildung in der Mediendemokratie: Die Relevanz des Fernsehens im Vergleich zu Print- und Onlinemedien". Carta präsentiert ihre Folien mit einem kurzen Erläuterungstext (siehe u.g. Link zur Carta-Seite). "Fernsehen galt über Jahrzehnte als Leitmedium der politischen Kommunikation – die große Mehrheit der Mediennutzer informiert sich bis heute im Fernsehen über das aktuelle Tagesgeschehen. Aus diesem Grund wird dem Fernsehen eine zentrale Stellung für Prozesse der Meinungsbildung in modernen Gesellschaften zugeschrieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Salz: Die ungeschriebene Glosse



Es ist bedrückend, kein Thema zu haben. Nichts ist angesichts des japanischen Dramas relativ relevant.

Zu Guttenberg „is gone“, Gaddafi bleibt. Der geschasste „Fock“-Kapitän schiff wohl bald wieder ein. Die west-liche Welt lässt Libyen links liegen. Die politisch sicheren AKW Deutschlands sind nun technisch unsicher. Zeitenwende. Der für den Fall des Falles angekündigte Stromausfall bleibt aus. Teurer Strom wird teurer. Kraftstoff soll nun nicht mehr mehrmals täglich am Zapfhahn teurer werden, sondern mehrmals billiger. Teurer nur über Nacht. Dann aber sicher richtig, damit er tagsüber mehrmals billiger werden kann. Der Kraft in Düsseldorf mangelt es an einer kompetenten Buchhaltung. Kraftlos Regierung und Opposition in Berlin. Auch die Rheinland-Pfälzer können wählen was sie wollen, eh egal, alles Skandal.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerstin Hoffmann: Sagen, was Sache ist - Wie man übt ehrlich zu kommunizieren

Ganz ehrlich: Ärgern Sie sich auch öfter über Menschen, die Ihnen wortreich und wohl formuliert etwas präsentieren – und Sie zu etwas ganz anderem bewegen wollen, als sie aussprechen? Und die Sie offensichtlich für blöd genug halten die eigentliche Absicht dahinter nicht zu erkennen? Mir geht das öfter so. Zum Beispiel, wenn mir jemand eine "Zusammenarbeit" anträgt und mir in schmeichelhaften Worten ausmalt, wie toll mein Angebot sei und wie sehr wir voneinander profitieren könnten. Ich will gar nicht ausschließen, dass das im einen oder anderen Fall durchaus ehrlich gemeint ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

--	--	--

Personalien

PRVA Österreich wählte neues Präsidium

Ingrid Vogl ist neue Präsidentin des Public Relations Verband Austria. Sie übernimmt die Nachfolge von Martin Bredl, der sich nach seiner vierjährigen Präsidentschaft nicht mehr der Wahl stellte. Vogl ist selbständige Kommunikationsberaterin und war zuvor als PR-Managerin und Unternehmenskommunikatorin tätig. Aktuell koordiniert sie das von Hannes Androsch initiierte Volksbegehren Bildungsinitiative.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Scholz & Friends Reputation verstärkt Corporate-Responsibility-Team

Kristina Nolte (36) und Lisa Schmid (28) verstärken das Team von Scholz & Friends Reputation, der Agentur für Corporate Responsibility (CR) und Nachhaltigkeit im "Orchester der Ideen". Beide werden unter der Führung des Geschäftsleitungs-Teams Christiane Stöhr und Dr. Norbert Taubken Unternehmen bei der Erarbeitung, Implementierung und Weiterentwicklung eines tragfähigen CR-Profiles unterstützen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (5) (11.KW-2011)

AGENTUREN:

01: APCO Worldwide verstärkt seine globale Finanzexpertise und begrüßt drei ehemalige Führungskräfte von Goldman Sachs, HSBC und der New York Stock Exchange als neue Mitglieder in APCOs International Advisory Council (IAC), Washington. **Joseph Zimmer**, **David Hall** und **Georges Ugeux** bringen jeweils außergewöhnliche Expertise aus der Finanzwirtschaft mit.

02: **Mariele Marberg** (39) wechselte von achtung! (GPRA) zu fischerAppelt, relations (GPRA), beide in Hamburg. Marberg leitet das Corporate & Public Team am Hamburger fA-Standort.

03: **Jasmin Rodmann** (33) verstärkt das Grafikteam von red roses communications in Hamburg. Sie kommt vom Grafik Design Studio. **Marion Hebler** (29) ergänzt als Juniortexterin das 16-köpfige Agenturteam. Sie volontierte bei Borgmeier PR und arbeitete zuletzt in der Werbeagentur 2do.

UNTERNEHMEN:

04: **Martina Sprotte** leitet seit 1. März die Unternehmenskommunikation der Dortmunder Energie- und Wasserversorgung (DEW21). Sie arbeitete zuletzt in Berlin bei Topcom und Johanssen + Kretschmer (GPRA) und folgt auf **Albert Herzmann**, der in den verdienten Ruhestand geht.

056: **Julia Heller** wird in Zukunft den Bereich Online-PR und Öffentlichkeitsarbeit des Berliner Online-Marketing Unternehmens seosupport leiten. Zuvor arbeitete Sie bei der IHK Reutlingen, schrieb



für deren Wirtschaftsmagazin und war im Bereich Öffentlichkeitsarbeit tätig.

Etats

Etats compact (18) (11.KW-2011)

01: dealino.de, Erfurt

was: *PR-Etat für schuh-rabatt.de*

an: **Aufgesang Public Relations**, Hannover

02: Schramm Werkstätten, Winnweiler

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Thalau : relations**, Bremen

03: chocolats-de-luxe, Schönau

was: *langfristige strategische PR-Arbeit*

an: **Aufgesang Public Relations**, Hannover

04: HSE, Darmstadt

was: *Konzern- und Nachhaltigkeitsbericht*

an: **Publicis Publishing**, Erlangen

05: MyMobai, Leipzig/Dresden

was: *Pressearbeit, Business-to-Business-Kommunikation*

an: **Möller Horcher Public Relations**, Offenbach/Freiberg

06: delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann, Egelsbach

was: *Produkt Public Relations für Dr. Beckmann Fleckenteufel*

an: **Jeschenko MedienAgentur Köln**, Köln

07: Privathotels Dr. Lohbeck, Schwelm

was: *kontinuierlichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*

an: **Hotelbiz Consulting**, Bad Staffelstein

08: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern, Rostock

was: *Marken- und Kommunikationsstrategie für das touristische Landesmarketing*

an: **fischerAppelt (GPRA)**, Berlin

- Anzeige -



PR > 11

Der Internationale Deutsche PR-Preis

Bewerben Sie sich jetzt!

www.der-deutsche-pr-preis.de

Einsendeschluss: 1. Mai 2011

DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.
F.A.Z.-Institut

09: Joachim Herz Stiftung und der Robert Bosch Stiftung, Hamburg/Stuttgart

was: *Kommunikationskampagne "Grips gewinnt" für ein neues Schülerstipendiums der*

an: **Mann beißt Hund Agentur für Kommunikation**, Hamburg

10: K•Swiss Europe, Düsseldorf

was: *PR- und Marketing-Maßnahmen zur*

Einführung von Fitnessprodukten in Deutschland

an: **Krauts PR**, München

11: LBBW Immobilien, Stuttgart

was: *Konzeption und Umsetzung der*

Kommunikationsmaßnahmen für das Bauprojekt "Hofstatt"

an: **Talk of Town. Wächter & Wächter**, München

12: Lernen in Bewegung, Berlin
was: Pressearbeit, Medienarbeit und Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR des Berliner Yogafestivals

an: **PR4you**, Berlin

13: orthonet-NRW, Düsseldorf
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den genossenschaftlichen Zusammenschluss nordrheinischer Orthopäden

an: **komm | public! Gesunde PR für die Medizinbranche**, Hannover

14: Beam Global Deutschland, Wiesbaden
was: strategischen Beratung, Konzeption und operativen Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen für die Rum-Marke Brugal

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

15: Allianz Deutschland, München
was: Betreuung Allianz Vertriebsmagazin

16: Deutscher Sparkassenverlag, Stuttgart
was: Betreuung Maxxy (Kundenzeitschrift der Sparkasse Celle)

an: **pr+co**, Stuttgart (Büro München)

17: Wrangler Europe, Bornem (B)
was: Umsetzung We are animals Serie

an: **Schröder+Schömb's PR**, Berlin

18: Círculo Formación, Madrid (ES)
was: PR für die Auftaktveranstaltungen der Unitour Hochschulmessen

an: **unicat communications**, München

- 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

Branche

Deutsche Telekom, Air Berlin und True Fruits gewinnen Marken-Award 2011

Über 1.000 Gäste aus Management, Marketing, Medien und Agenturen feierten am 15. März im Düsseldorfer Musical-Theater „Capitol“ die Verleihung des Marken-Award 2011 im Rahmen der „Night of the Brands“. Der Preis für die „Beste Neue Marke“ ging an True Fruits, eine junge Lebensmittelmarke, die das Segment der sogenannten Smoothies in Deutschland erst geschaffen hat. Der „Beste Marken Relaunch“ gelang der Deutschen Telekom, die ihren Markendschub drastisch gelichtet hat und nun mit einer Marke um die Gunst der Kunden wirbt – dem „T“. Die Fluglinie Air Berlin erhielt den Award für die „Beste

Marken-Dehnung“ mit dem erfolgreichen Start in den Markt für Geschäftsreisende. Mit dem Marken-Award zeichnen absatzwirtschaft – Zeitschrift für Marketing und der Deutsche Marketingverband (DMV) zum elften Mal Unternehmen für exzellente Leistungen in der Markenführung aus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Forschungsprojekt von Fink & Fuchs PR und Universität Leipzig in den USA ausgezeichnet

Die International Public Relations Research Conference in Miami, USA, die als wichtigste jährliche Fachtagung der PR-Wissenschaft gilt, hat erstmals einen Beitrag aus Deutschland mit dem höchst dotierten Preis ausgezeichnet. Der Jackson-Sharpe-Award für die beste gemeinsame Forschungsarbeit von Wissenschaft und Praxis ging an Ansgar Zerfaß und Anne Linke, beide Universität Leipzig, sowie an Stephan Fink, Vorstandsvorsitzender der Fink & Fuchs PR AG, Wiesbaden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (12) (11.KW-2011)

01: Anja Beckmann und Nadja Amireh haben die Agentur "get noticed! communications" gegründet. Von den Standorten Köln und Düsseldorf aus unterstützen sie Unternehmen und Marken mit klassischer PR und Social Media. Die PR-Beraterin und Journalistin Beckmann (37) war zuvor Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Starbucks. Beckmann wurde mit dem Deutschen PR-Preis ausgezeichnet und ist Absolventin der Social Media Akademie. Die PR-Beraterin (DAPR) und Kommunikationswirtin Amireh (42) war lange Zeit in der Unternehmenskommunikation von Henkel tätig. Sie hat Online-

- Anzeige -



Tagung Veränderungskommunikation

Am 31. März und 1. April 2011 veranstaltet die Deutsche Presseakademie gemeinsam mit dem Magazin pressesprecher die Tagung Veränderungskommunikation - Den Wandel nachhaltig gestalten in Berlin. Vertreter renommierter Unternehmen vermitteln in Best Cases wie Merging, Krisenkommunikation und Rebranding konkret und effektiv umgesetzt werden. In interaktiven Workshops eignen sich die Tagungsgäste praxisrelevantes Know-how in Sachen Führungswechsel, Mitarbeitermotivierung, Social Media und Krisenkommunikation an.

Weitere Informationen unter

www.tagung-veraenderungskommunikation.de.

und Offline-Kommunikation für Marken wie Persil und Pritt sowie für den Bereich Führungskräftekommunikation durchgeführt. Beide Agenturinhaberinnen sind Dozenten für PR und Social Media Themen.

02: PR Quality Austria, die Vereinigung zertifizierter PR-Agenturen Österreichs, tritt mit einem neuen Vorstandstrio an. In der Generalversammlung Anfang März 2011 wurde Susanne Senft von der Agentur senft & partner zur neuen Geschäftsführerin bestellt. Brigitte Mühlbauer von Menedetter PR behält ihre Funktion als stellvertretende Geschäftsführerin und Kassierin bei. Jürgen Gangoly von The Skills Group wird Schriftführer und übernimmt als ICCO-Delegierter die internationalen Agenden der Gruppe. Seit Einführung des CMS/Consultancy Management Standards II in Österreich vor acht Jahren haben sich 15 Agenturen für die Zertifizierung entschieden. Sie repräsentieren ein Marktvolumen von mehr als einem Drittel der österreichischen PR-Branche.

03: **Der DPRG-Junior-Award 2011** ist ein von der Deutschen Public Relations Gesellschaft und der ING-DiBa, Frankfurt am Main, gestifteter Praxis-wettbewerb für Studierende, Trainees und Volontäre aus der PR und der Kommunikation. Er wird jährlich im Rahmen des Internationalen Deutschen PR-Preises in Zusammenarbeit mit den Bundes-junioren der DPRG ausgelobt und verliehen. So-wohl Verbandsmitglieder als auch Nichtmitglieder können sich an der Ausschreibung beteiligen. Prämiert werden Kommunikationskonzepte für eine Organisation im Non-Profit-Bereich. Das Kommunikationskonzept erfolgt in diesem Jahr für die Deutsche Kinderturnstiftung. Vorsitzender der Jury ist DPRG-Präsident Ulrich Nies. Hier geht's zur Bewerbung: dprg.enpress.de

04: **Die deutschen Journalisten Dienste (djd) starten ein neues Online-Portal** speziell für die Profis aus der Kommunikationsbranche. Berater aus PR- und Werbeagenturen können sich auf agenturportal.djd.de darüber informieren, welche Service- und Ratgeberthemen für Verbraucher in den deutschen Printmedien besonders gefragt sind. Eine sogenannte „tag cloud“ zeigt die aktuell begehrten Themen des Monats an, ein übersichtlicher Jahresthemenkalendarer hilft beim Planen künftiger saisonaler Aufhänger für die optimierte Pressearbeit der Agenturen. Dem Wissen über die Themen liegt eine Analyse der rund 200.000 Suchanfragen von Journalisten zu Grunde, die jährlich im Rechercheportal pressetreff.de gestellt werden.

05: **Bis in die 70er Jahre hinein galt die PR-Branche noch als Männerdomäne**, obwohl der Frauenanteil bereits seit den 50er Jahren massiv stieg, während der Zuwachs an männlichen PR-Fachleuten stetig zurückging. Inzwischen dominieren weibliche Berufsanfängerinnen mit einem Anteil von 80% und sind mit 53% auch unter den

- Anzeige -



Per Fernstudium zur PR-Fachkraft

Spezialisten für Public Relations werden dringend gesucht. Public Relations erfordern eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung mit einem entsprechenden Befähigungsnachweis. Durch den staatlich geprüften Fernlehrgang „PR-Fachkraft – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ können Sie sich auf einen Job mit Zukunft und die AKOMM-Prüfungen „PR-Juniorberater/in“ bzw. „PR-Berater/in“ vorbereiten. Beginn jederzeit.

Weitere Studiengänge: Online-Marketing, Qualitätsmanagement TÜV, IT-Security, Regenerative Energiequellen u.v.m.

[Fordern Sie den GRATIS-Studienführer an!](#)

Beschäftigten in der Mehrheit. Gesamtwirtschaftlich betrachtet sind in der PR sogar die meisten Frauen in Führungspositionen tätig. Bereits 1985 identifizierten Broom und Dozier typische Rollenbilder der PR und fanden heraus, dass Frauen außergewöhnlich oft die Aufgabe des Technikers übernahmen, während Männer die Rolle des Managers besetzten. → news.prva.at

06: **Für die PR-Arbeit bietet Gorkana Abonnenten einen eigenen Kundenservice:** Ob Medieninformationen, Journalistenbiographien Oder Kontaktdaten – alle Anfragen werden von Gorkana innerhalb kürzester Zeit individuell bearbeitet. Das Gorkana Team besteht aus Muttersprachlern aller relevanten europäischen Länder, die als ehemalige Mitarbeiter in der Öffentlichkeitsarbeit wissen, worauf es ankommt. Die zugeschnittenen und detaillierten Informationen sollen Zeit sparen und dabei helfen, Beziehungen aufzubauen und Informationen genauer und effektiver an den Mann zu bringen. Mehr Informationen gibt es unter → gorkana.com

07: **Die deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen profitieren von der allgemeinen konjunkturellen Erholung.** Auf Basis seines Frühjahrsmonitors rechnet der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA sowohl für das vergangene Jahr als auch für 2011 mit einem Umsatzwachstum von etwas mehr als sieben Prozent. Auch die Rendite-Entwicklung der Verbandsmitglieder verläuft laut GWA positiv. Im Durchschnitt geben die Agenturen für 2010 einen Renditezuwachs von 13,5 Prozent an und rechnen auch für 2011 mit Zuwächsen zwischen 12 und 13 Prozent. → gwa.de

08: **2010 war für die inhabergeführten Werbeagenturen ein gutes Jahr.** Laut Ranking, das "Horizont" gemeinsam mit "Werben & Verkaufen" erstellt, konnten die 50 größten unabhängigen Agenturen ihren Honorarumsatz im vergangenen Jahr um knapp zehn Prozent steigern. Damit liegt ihr Zuwachs rund 2,5 Prozentpunkte über dem vom Agenturverband GWA ermittelten durchschnittlichen Plus der gesamten Agenturbranche - also inklusive Networks. Spitzenreiter bleibt Serviceplan, München vor Scholz & Friends, Hamburg (die allerdings ein Minus von 3,4 Prozent hinnehmen mussten) sowie Media Consulta, Berlin. (Quelle: Horizont)

09: Neue Kommunikationsideen gesucht: **Wettbewerbsstart für die Econ Awards Unternehmenskommunikation 2011.** Zum fünften Mal rufen Econ Verlag und "Handelsblatt" Unternehmen, Organisationen, Stiftungen und öffentliche Institutionen aus dem deutschsprachigen Raum dazu auf, sich am Wettbewerb der Econ Awards Unternehmenskommunikation zu beteiligen. Der Wettbewerb beginnt am 21. März. Eingereicht werden können Geschäftsberichte (Print und Online), Nachhaltigkeits-/CSR-Berichte (Print und Online), Imagepublikationen, Digitale Medien (z.B. Websites, Apps oder Web-Specials),

Imagefilme, PR-Aktivitäten, Magazine und Beiträge aus dem Bereich Social Media und der integrierten Unternehmenskommunikation. Einsendeschluss ist der 6. Mai 2011. www.econ-awards.de

10: Der Vorstand der **Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol)**, Berlin zeigt sich **erfreut über den politischen Vorstoß in der SPD für ein verpflichtendes Register für Interessenvertreter.** Die de'ge'pol sieht sich in ihren Forderungen politisch bestärkt. Im beschlossenen SPD-Papier „Mehr Demokratie leben“ findet sich auch die de'ge'pol-Forderung wieder, Anwälte und Kanzleien, sofern sie Interessenvertretung betreiben, nicht von einer Regelung auszunehmen. „Eine freiwillige Registrierung, wie sie auf EU-Ebene eingeführt wurde, ist weder konsequent noch effektiv“, sagt Heiko Kretschmer, Ethikbeauftragter der de'ge'pol.

11: Als "Einspringer" in Sachen Kommunikation versteht sich **das Team der neugegründeten Agentur KOMMversations in Frankfurt am Main.** Gründer und Geschäftsführer sind Gabriele Thoering, langjähriges Mitglied der Geschäftsleitung bei Burson-Marsteller Deutschland, sowie Markus Berner, erfahrener Kommunikationsmanager und ehemaliger Pressesprecher bei Unternehmen wie SAP, Infineon und Avaya. Die KOMMversations-Gründer sehen sich als kommunikationserprobte Zeitarbeiter in Projekten, die kurzfristig Kommunikationsexpertise oder zusätzliche Ressourcen erfordern.

12. **talkabout communications**-Boss Mirko Lange (der persönlich und mit seiner Agentur an der Spitze der Web 2.0-Bewegung aktiv ist) meldet per Twitter, dass er nach 15 Jahren die **Mitgliedschaft** im PR-Wirtschaftsverband **GPRA** Gesellschaft Public Relations **gekündigt** habe. Blogger und Twitterer Lange hat sich auch beim Thema Social Media/Social Web einen guten Branchenruf erarbeitet.

Social Media + Web 2.0

Vorabinfo: nächste GPRA-Early-Bird-Diskussion - SoMe als Schnittstelle zur Außenwelt

In der Sendung „Early Bird“ am 30. März diskutieren Thomas Voigt, Direktor für Wirtschaftspolitik und Kommunikation bei der Otto Group; Klaus Madzia, Journalist und Social Media-Experte sowie Heiko Kretschmer, stellvertretender Präsident der GPRA und Geschäftsführer der Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer, über Social Media als wesentliche Schnittstelle von Unternehmen zur Außenwelt. Die Diskutanten beleuchten unter anderem, welche Funktion Social Media-Experten in Organisationsstrukturen einnehmen, welche Rolle externe Kompetenzträger im Rahmen der Social Media-Aktivitäten von Unternehmen spielen und inwieweit die neuen Möglichkeiten gesamte strategische Prozesse von Organisationen verändern. Uhrzeit und Link melden wir in Kürze.

Blogger Relations aus Bloggersicht: „Natürlichkeit ist Trumpf“

Blogs reihen sich wie Social Networks neben den klassischen Medien ein. Dabei erreichen sie teilweise hohe Leserzahlen. "Les Mads" beispielsweise, Deutschlands erfolgreichstes Modeblog, hat bis zu 650.000 Besucher im Monat. Das macht Blogs auch finanziell interessant: Burda hat "Les Mads" erworben, Robert Basic verkaufte 2009 sein Techblog Basic Thinking für 47.000 Euro und AOL war die Huffington Post 315 Millionen Dollar wert.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media Monitoring – Die wichtigsten Tipps und Tools

Social Media gehört längst zu einem der wichtigsten Werbe- und Kommunikationskanäle Unternehmen. Da verwundert es auch nicht, dass es inzwischen zahlreiche Tools und Leitfäden gibt, die die damit erzielten Erfolge messen – sogenanntes Social Media Monitoring. Doch wozu braucht es Social Media Monitoring, die Unternehmen kommunizieren doch sowieso mit Ihren Kunden und Followern? Es wird doch immer wieder betont, wie interaktiv Social Media angelegt ist, was da noch zusätzlich monitoren? Und was genau ist das überhaupt? Die Antworten auf diese Fragen, sowie eine Liste der zehn wichtigsten Tools für das Social Media Monitoring, stellen wir Ihnen heute vor.

Den Artikel von Christian Mueller am 17. März im Blog "die karrierebibel.de" [hier online weiterlesen](#).

Social Media compact (3) (11.KW-2011)

01: Über 400 Bewerbungen erhielt der Deutsche Preis für Onlinekommunikation zum Einreichungsende am 10. März. Die Auszeichnung für außergewöhnliche und herausragende Leistungen der digitalen Kommunikation wird in diesem Jahr erstmalig vom Magazin Pressesprecher insgesamt 30 Kategorien verliehen. Die Preisverleihung findet am 14. April im Berliner E-Werk statt. Zur Jury zählen 32 Persönlichkeiten aus der Kommunikationsbranche, darunter Vertreter aus Wissenschaft und Forschung, Unternehmenskommunikation und Online-PR. Weiter Information unter onlinekommunikationspreis.de

02: Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) hat die Zahlen der internet facts 2010-IV veröffentlicht. Sie weist mit einem neuen Höchststand Reichweiten- und Strukturdaten für 716 Online-Werbeträger und 3.731

Belegungseinheiten aus. Mit einer Reichweite von 24,49 Millionen Unique Usern pro Monat (48,6 Prozent) liegt T-Online bei den Angeboten an erster Stelle, gefolgt von eBay.de (23,66 Mio. bzw. 46,9 Prozent) und WEB.DE (16,92 Mio. bzw. 33,6 Prozent). Gute-frage.net (14,39 Mio. bzw. 28,5 Prozent) und Yahoo! Deutschland (14,33 Mio. bzw. 28,4 Prozent) belegen die Plätze vier und fünf.

<http://www.agof.de/index.1039.de.html>

03: Die Kostenloskultur des Internets soll dank mobilen Geräten wie iPad und Smartphones vorbei sein – wenn es nach den Verlagen geht. Bislang sprechen die Nutzerzahlen allerdings noch gegen dieses Modell. Die Münchener Kommunikationsagentur Dr. Haffa & Partner hat bei rund 70 deutschen Führungskräften und Meinungsmachern nachgefragt, ob sie dafür bezahlen würden, Tageszeitungen oder Magazine papierlos mobil lesen zu können. Das Ergebnis: 85 Prozent sind grundsätzlich dazu bereit, Geld für die Nutzung von Zeitungen oder Fachzeitschriften auf Smartphone oder Tablet-Computern wie dem iPad auszugeben. Für 36 Prozent fehlt derzeit allerdings noch das richtige Angebot. Fast die Hälfte der Befragten sind der Ansicht, dass eine mobile Variante deutlich günstiger zu haben sein müsse, als das gedruckte Pendant. Insgesamt ist keiner der Befragten der Ansicht, dass Internet-News kostenlos sein müssten, aber es nutzt bisher auch noch kein einziger Teilnehmer eines der Angebote. 15 Prozent sehen schwarz für Paid Content auf mobilen Endgeräten und bestehen auf die gedruckte Ausgabe.

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Japan - Tohoku Kanto Erdbeben



Social Media als Fels in der Brandung. Die Menschen in Japan riefen über Twitter um Hilfe, verliehen ihrer Angst Ausdruck, erhielten Informationen, halfen sich gegenseitig. Fremde boten sich Trinkwasser, Essen und Obdach an. Google initiierte einen Personensuchdienst und warnte die betroffenen Regionen auf seiner Startseite vor dem Tsunami. Live Blogs trugen Informationen zusammen und die Japaner selbst veröffentlichten immer mehr Bilder und Videos, so dass auch die TV-Sender ihr Sendematerial aus dem Social Web bezogen. Die Welt wurde zum Augenzeugen und zeigte ihre Anteilnahme in Gruppen wie #japan oder #prayforjapan.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Medienaufsicht: Bundestag betreibt illegales Parlamentsfernsehen

Jetzt ist es amtlich: Weil das Parlamentsfernsehen des Deutschen Bundestages und die Übertragungen der Plenarsitzungen des Bundesrates seit Januar über den Satelliten Astra unverschlüsselt zu empfangen sind, hat der Staat großen Ärger mit den Medienhütern. Das Angebot ist in seiner

aktuellen Form nach Auffassung der Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten (ZAK) ein Rundfunkangebot.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (11.KW-2011)

01: Worldcom EMEA Umfrage zu PR-Trends zeigt: **klassische Medien spielen immer noch eine Schlüsselrolle.** An der aktuellen PR-Trend-Studie der Worldcom PR Group EMEA beteiligten sich 17 europäische Agenturen. Die Ergebnisse zeigen, dass obwohl Social Media an Relevanz gewonnen hat, klassischen Medien immer noch große Bedeutung haben. Die Studie zeigt Gemeinsamkeiten innerhalb der europäischen Länder auf. So halten alle Agenturen Tageszeitungen für wichtige Medien bei Produkteinführungen. Auch waren sich alle Agenturen einig, dass Nachrichtenagenturen, Publikumszeitschriften, Fernsehen und Radio sowie Blogger bei Produkteinführungen in den Aktivitäten-Mix aufgenommen werden sollten. Mehr Informationen hier: worldcomgroup.com.

02: **Die dramatische Lage in Japan hat erste Auswirkungen auf die Kommunikationswirtschaft.** Als eines der ersten Unternehmen hat Toyota Deutschland geplante Werbung storniert und nimmt Umfeldverschiebungen vor - und das auf allen Kanälen. Auch Sony prüft den Mediamix mit „großer Sorgfalt“. Am Montag hat der weltgrößte Autobauer Toyota etwa die Homepage-Platzierung auf Spiegel.de gestoppt, beim „Stern“, der am Donnerstag erscheint, hat Toyota die geplante Anzeige aus dem gebuchten Umfeld „Titelthema“ herausgenommen. Im TV storniert das Unternehmen zudem für diese Woche auf N-TV sein Commercial für das Modell Verso-S. → horizont.net

03: Kürzlich hat Hamburgs neuer Erster Bürgermeister Olaf Scholz (SPD) seinen Senat und den Zuschnitt der künftigen Behörden vorgestellt. Und nun ist klar: **Die Verantwortung für die Medien- und IT-Wirtschaft wird in der Senatskanzlei liegen**, also in der Behörde des Landesvaters selbst. Zuständig für die Belange der Medien- und IT-Wirtschaft wird der neue Staatsrat Christoph Krupp als Chef der Senatskanzlei sein. Der SPD-Mann war zuvor Bezirksamtsleiter in Bergedorf und gilt als Kenner der Hamburger Behördenstruktur. → horizont.net

Services + Tipps

Happy Sharing – So machen Sie E-Mails zur Social-Media-Zentrale

Sie nutzen täglich Soziale Netzwerke? Sie haben ein eigenes Blog, einen Twitter- und einen Facebook-Account und teilen dort regelmäßig Inhalte mit Ihren Followern und Freunden? Dann kennen Sie folgendes Szenario. Sie stoßen auf ein inspirierendes Video, dass Sie unbedingt sharen wollen. Am Computer mag das noch einfach sein, doch unterwegs, vielleicht nur mit dem Smartphone ausgestattet, bedeutet das einen ziemlichen Aufwand. Sie kopieren die Adresse des Videos, öffnen Ihre Twitter-Applikation, fügen den Link dort ein und kommentieren ihn. Danach öffnen Sie die Facebook-App, fügen den Link ein... dieser Vorgang wiederholt sich noch mehrfach, je nach dem, auf wie vielen Diensten Sie das Video sharen wollen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (1) (11.KW-2011)

01: Nach dem **Relaunch der Website** sind ab sofort sämtliche Informationen zu den gemein-

samen Tagungen der scm und des prmagazins noch übersichtlicher und ansprechender aufbereitet. Auf www.k2-gipfel.de stehen die kommenden Termine in der K2-Veranstaltungsreihe, Rückblicke auf vergangene Veranstaltungen sowie Hintergrundinformationen rund um die Themen und Referenten der K2-Fachtagungen.

Termine + Tagungen

Medienbeobachterkongress: Zuordnung von Social Media in den Unternehmen noch unklar

Der größte Teil der Medienbeobachter bietet bereits Social Media Monitoring an, und im Markt tummeln sich viele Spezialisten. Doch in den Unternehmen leidet noch die Akzeptanz: Social Media ist hier oft eine Herausforderung. Zuordnung, Prozedere und Strategien sind noch nicht geklärt. Dies war eine zentrale Erkenntnis beim 2. Deutschen Medienbeobachterkongress am 15. März in Düsseldorf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (11.KW-2011)

01: Die **Auftaktveranstaltung der news aktuell media coffee-Reihe** "Expedition ins Ungewisse: Welche neue Medienwelt entdecken Verlage, Web und Social Media?" findet am 20. April in Hamburg statt. Alle wissen es: Die Zukunft der Medien liegt im Internet. Verlage arbeiten fieberhaft an neuen Apps und neuen Bezahlmodellen. Aber ist Journalismus, wie wir ihn kennen, im Netz überhaupt finanzierbar? Sind Facebook, Twitter und Apple mittlerweile mächtiger als die traditionellen Anbieter? In welche Zukunft steuern

die Medienmacher von heute ihre schlingernden Flaggschiffe? Mehr zur Veranstaltung und weitere Termine in München, Frankfurt am Main, Köln und Berlin: www.mediacoffee.de/node/6295

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (11.KW-2011)

01: Am 9. und 16. April bietet die **Düsseldorfer Akademie für Marketing Kommunikation ein Social-Media Seminar** mit Christina Jacob, Inhaberin der Agentur OMA Public Relations, an. Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter aus Pressestellen und Agenturen. Vermittelt werden u.a. die Basics der Online-PR, Social Media Relations und dem Web 2.0 in der externen und internen Kommunikation. www.damk.de

02: Viel Schreibpraxis und individuelles Feed-back bietet das **AFK-Seminar S1 – Journalistisches Schreibtraining** vom 02. bis 06. Mai in Oberursel bei Frankfurt. Die Teilnehmer trainieren alle wichtigen journalistischen Darstellungsformen. Sie üben, Nachrichtensprache sicher einzusetzen. Sie erfahren über die Bedarfe von Journalisten, lernen Nachrichtenwert zu erkennen und zu gestalten. Infos: www.afk-online.com

03: Am 13. und 14. Mai findet das nächste **Seminar des Weiterbildungsprogramms Junior Academy für Ein- und Aufsteiger in der Kommunikationsbranche** statt. Diesmal heißt es "Besser beraten & Wert schaffen". Trainer ist Jan Sass, Geschäftsführender Partner von Lautenbach Sass, Unternehmensberater für Kommunikation, in Frankfurt am Main. Das zweitägige Seminar findet entweder in Düsseldorf oder Frankfurt statt – der Veranstaltungsort richtet sich nach der Mehrzahl der Teilnehmer, Mitglieder von DPRG und BdP,

sowie Mitarbeiter von GPRA-Agenturen erhalten im Rahmen einer Sonderaktion bis zum 15. April einen Rabatt in Höhe von 20 Prozent. Weitere Informationen und die Anmeldung unter pr-career-center.com

fällt in sich zusammen, der Protagonist entschuldigt sich und verspricht, beim nächsten Mal besser zu lesen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presidents' Corner

GPRA: Wege aus der Hysterie-Gesellschaft?



Ein Autorenbeitrag von Dr. Alexander Güttler, Präsident der GPRA – Deutsche Gesellschaft der Public Relations Agenturen, Düsseldorf (21. März 2011)

Die deutschen Kernkraftwerke sind sicher, zumindest bis vor kurzem. Dann bebte die Erde – in Japan. Jetzt schalten wir in Deutschland ganz hektisch ältere Meiler ab und sind gespannt, ob es Wählerstimmen bringt oder kostet. Da stimmt ein Land wie Deutschland im Sicherheitsrat nicht gegen ein Eingreifen in Libyen, sondern enthält sich der Stimme und schon sind auch linke Journalisten empört? Krieg als Bürgerpflicht? Oder schalten wir drei Stufen runter in der Flughöhe der Themen und schauen uns ein typisches Beispiel aus dem Internet an. In einem Gremium wird von einem prominenten Mitglied die vernichtende Kritik eines Entwurfes gepostet. Sofort springen Anhänger wie Feinde des Protagonisten in die virtuellen Schützengräben und eine Welle schaukelt sich hoch, die in einem realen Zimmer vermutlich zu einer wilden Schlägerei geführt hätte. Einen Tag später meldet sich der Autor der Vorlage, der krankheitsbedingt schändlicher Weise 24 Stunden offline war, und weist darauf hin, dass die Kritik sich auf den falschen Entwurf bezieht und der aktuelle Entwurf, der allen zugesandt wurde, bereits alle diese Punkte berücksichtigt. Die Welle

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Die Waschmaschine spielt TV



(nsb) Es ist nicht das erste Mal, aber heute besonders ärgerlich: Seit am 11. März in Japan die Erde bebte, ein gewaltiger Tsunami zigtausend Leben vernichtete und kurz darauf die Reaktoren in Fukushima heiß liefen, übergießt uns das Fernsehen mit Bilderfluten. Aber es informiert nicht wirklich – es begnügt sich damit, den Bildschirm zu füllen, mit Sondersendungen, Brennpunkten und verwirrendem Expertengeschwätz. Ähnliches über die Berichterstattung aus Libyen verdoppelt den Ärger über die Zunft der Bildermacher.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie

hier:

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

Agenturen

Berater Markenkommunikation/SMM-Berater, Düsseldorf

PR-Berater (m/w), Rhein-Main

PR & MarCom Account Executive Position in Munich

PR-Berater/in in Bremen - Luxus, Mode & Lifestyle

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

PR-Berater(-in) Finance, Frankfurt

Wir suchen Sie als PR-Seniorberater(in) für unsere Gesundheitskommunikation, Frankfurt

Hamburger PR-Agentur sucht PR-Berater/in

Junior-Berater Corporate & Public Communications (m/w), Hamburg

Junior-Berater (m/w) Technologie-Kommunikation, Frankfurt

MediaCompany sucht neue Projektleitung Live-Kommunikation, Bonn

PR-Berater/in (Halbtagsstelle), Stuttgart

fischerAppelt, relations sucht Senior-Berater (m/w), Hamburg

PR-Berater/in, Wiesbaden

Weber Shandwick in Berlin sucht Berater (w/m) für Kunden im Bereich Corporate Communications

PR Berater/in, Frankfurt

Citigate Dewe Rogerson Frankfurt sucht Senior PR-Berater

PR-Consultant für Top-Agentur in Hamburg gesucht

Online-Redakteur(in) Großraum Karlsruhe Junior-Berater (w/m), Essen

Münchener Kommunikationsagentur sucht Junior-Berater/in

Grayling Frankfurt sucht ab sofort PR-Berater

Text-Profi (m/w) für PR-Agentur in Hannover gesucht

PR Junior-Projektleitung in Berliner Lifestyle-Agentur

vom Hoff Kommunikation sucht PR-Berater/in, Düsseldorf

FAKTUM Heidelberg sucht PR-Redakteur/PR-Berater (m/w)

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

Consultants für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

Junior- und Senior-Berater (m/w) Schwerpunkt Government Relations, Berlin

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

Junior BeraterIn für KAIKOM gesucht, Düsseldorf

RedakteurIn für KAIKOM gesucht, Düsseldorf

KOOB sucht Junior-PR-Redakteur(in), Mülheim a.d.R.

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

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

Unternehmen

Poeten im Bereich Personalmarketing (m/w), Berlin

Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Detmold

Mitarbeiter/in für Presse und Öffentlichkeitsarbeit, Berlin

PR-Berater/in, Essen

Texter / interner Redakteur (w/m), Windach

Referent interne Kommunikation, Düsseldorf

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

Presse- / PR-Referent/in, Hamburg

Verbände (Non-Profit)

Leiter/-in der Stabstelle Kommunikation, Bonn

PR-Manager (m/w) in Vollzeit, Münster

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 28. 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 Karte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Prof. Michael Bürker, ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation, München (michael.buerker[at]commendo.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 + Autoren + Rezensenten: siehe im [Impressum der Homepage](#).

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;