

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 285 / 12. KW 2011

Seite 1

Interview Nr. 53: „Wir wollen über den Wahltag hinaus wirken“

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

Klaus-Peter Schöppner (TNS Emnid) über die Wirkung von Politik- und Sozialforschung im Umfeld von Wahlen.

PR-Journal: *Wahlprognosen wird manchmal unterstellt, sie bildeten die Stimmung der Wähler nicht nur ab, sondern machten durch die Veröffentlichung selbst Stimmung. Wie gehen Sie damit um?*



Klaus-Peter Schöppner: Dass wir Wahlprognosen machen, wird uns seit vielen Jahren von den Medien und auch den Politikern unterstellt. Aber das ist falsch. Was wir machen, ist Politik- und Sozialfor-

schung. Wir erfassen Themen, Entwicklungen und Stimmungen in der Bevölkerung und versuchen sie möglichst genau abzubilden – wir erstellen also Diagnosen, keine Prognosen. Es ärgert einen schon, wenn dann nach der Wahl

ein Politiker behauptet, wir hätten mit unserer Prognose danebengelegt. Um im nächsten Satz zu betonen, wie erfolgreich ihr Wahlkampf in den letzten Tagen gewesen sei. Ob unsere Veröffentlichungen Einfluss auf die Wähler haben? – Das würde ich mit „Jein“ beantworten. Eine Veröffentlichung unserer Diagnosen vor einer Wahl bildet das Korrektiv der vielen subjektiven Wahlkampfaussagen. Andererseits wird häufiger taktisch gewählt. Da spielen vermeintliche Stärkeverhältnisse schon eine Rolle. Vermutet man beispielsweise, dass die präferierte Partei die 5-Prozent-Hürde nicht schaffen wird, schwenkt mancher um. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Managementaufgabe Social Media: Warum Social Media mehr als PR ist

Social Media wird zu einer der wesentlichen Schnittstellen von Unternehmen und Organisationen zur Außenwelt – und damit zum zentralen Bestandteil des Dialogs mit Stakeholdern. Gleichzeitig stellen sich Unternehmen angesichts dieser Entwicklung zunehmend die Frage, welche Abteilung die Web 2.0-Aktivitäten verantwortet. Häufig wird Social Media als weitere PR-Disziplin oder gar als Kanal betrachtet. Doch welche Funktion nehmen Social-Media-Experten tatsächlich in den internen Organisationsstrukturen ein? Welche Rolle spielen externe Kompetenzträger, wie bspw. Agenturen, im Rahmen der Social-Media-Aktivitäten von Unternehmen? Inwieweit verändern die neuen Möglichkeiten gesamte strategische Prozesse von Organisationen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Die Hälfte der Beschäftigten arbeitet mit dem Internet

Die Hälfte der Beschäftigten arbeitet mit dem Internet. Das Internet ist aus dem Arbeitsleben nicht mehr wegzudenken: Knapp die Hälfte (49 Prozent) aller Beschäftigten in Deutschland nutzt bei ihrer täglichen Arbeit das Internet. Zum Vergleich: Im Jahr 2004 verwendeten erst 29 Prozent der Arbeitnehmer das Internet im Job. Das teilte der Hightech-Verband BITKOM in Berlin mit. „Das Internet ist zu einem sehr wichtigen Arbeitswerkzeug geworden“, sagte BITKOM-Präsident August-Wilhelm Scheer. „Das Netz verbessert die Kommunikation, erleichtert den Austausch von Informationen und macht Arbeitsabläufe effizienter.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

chenberger an Andreas Wentz, Vorsitzender der Geschäftsführung von Philips Deutschland, berichten. Sie hat umfangreiche Erfahrung in der Kommunikation und war zuletzt als Leiterin External Relations bei IBM in Stuttgart tätig.

Stadt Bonn bekommt eine neue Pressestimme

Monika Hörig (55) wird neue Pressesprecherin der Stadt Bonn und übernimmt die presserechtliche Verantwortung für die überregionalen Mediensendungen. Sie folgt auf Friedel Frechen (62), der seine berufliche Laufbahn beendet und aus dem aktiven Dienst der Stadt Bonn ausscheidet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Cornelia Rauchenberger übernimmt Leitung der Philips Unternehmenskommunikation

Cornelia Rauchenberger übernimmt am 1. April als Director Corporate Communications DACH die Leitung der Philips Unternehmenskommunikation für Deutschland, Österreich und die Schweiz mit Sitz in Hamburg. Sie wird damit Nachfolgerin von Veronika Hucke, die im Dezember 2010 in die Konzernzentrale nach Amsterdam wechselte. In ihrer neuen Funktion in der Hamburger Unternehmenszentrale wird Rau-

Horst Wettlaufer ist neuer CFO bei Ketchum Pleon

Horst Wettlaufer (59) ist neuer CFO von Ketchum Pleon. Er kommt von McCann Erickson Deutschland, wo er zuletzt als Chief Operating Officer für alle Finanzfragen verantwortlich war. Zuvor arbeitete er als Chief Financial Officer bei Young & Rubicam Frankfurt sowie Scholz & Friends Hamburg. In seiner neuen Funktion ist Wettlaufer Mitglied im Executive Board von Ketchum Pleon Germany neben Timo Siegel, Dirk Popp und Christiane Schulz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Telefónica o2 Germany stellt Unternehmenskommunikation neu auf

Im Zuge der Integration von HanseNet stellt Telefónica o2 Germany, München unter der Leitung von Roland Kuntze, Vice President Corporate Communications, zum 1. April die Unternehmenskommunikation neu auf. Albert Fetsch verantwortet die externe Kommunikation. Er steuerte zuletzt die Produktkommunikation für Privatkunden in der o2 Pressestelle. Das Corporate Responsibility Team übernimmt Carsten Nillies, bisher Pressesprecher bei HanseNet. Matthias Winter leitet weiterhin die interne Kommunikation.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Vom Handelsblatt zur Allianz: Hermann-Josef Knipper wechselt die Seiten

Hermann-Josef Knipper (52) übernimmt Mitte des Jahres den Posten als Kommunikationschef des Versicherungskonzerns Allianz Deutschland in München. Er folgt auf Lothar Landgraf (54) der allerdings weiterhin in der Allianz-Presseabteilung mitwirken wird. Knipper kommt von der Verlagsgruppe Handelsblatt, wo er seit 24 Jahre tätig ist, derzeit als Stellvertretender Chefredakteur der Wirtschaftszeitung. Per Mail an seine Noch-Kollegen hat er diesen Schritt angekündigt und geäußert, dass die Entscheidung nichts mit der publizistischen Weiterentwicklung des Handelsblatts durch Gabor Steingart zu tun habe.

- 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

Personalien compact (14) (12.KW-2011)

AGENTUREN:

01: HighTech Marketing in München verstärkt sich mit zwei neuen Köpfen: **Laura Viebig** (27) übernimmt neben Aufgaben in der Organisation die Betreuung des Kunden Plex Systems. Bereits während ihres Studiums der Philosophie sammelte sie vielseitige Erfahrungen in der Medienbranche – zuletzt in einer Online-Redaktion der evangelischen Landeskirche Bayern. **Bastian Hallbauer** (29) verantwortet unter anderem die Pressearbeit für Interflex Datensysteme. Zuletzt war er in der Unternehmenskommunikation der Forschungsgruppe EnCT als PR-Redakteur in Freiburg im Breisgau beschäftigt.

02: **Stefanie Clemen** ist in den Beirat der Agentur MSL Germany in Berlin berufen worden. Die

Healthcare-Expertin und langjährige Geschäftsführerin von Lüders, BBDO und BBDO Health Market Solutions verstärkt MSL ab sofort als Senior Advisor. Sie berät die MSL-Geschäftsführung bei der strategischen Ausrichtung ihrer Healthcare-Sparte und wird mit ihrer Erfahrung auch für MSL-Kunden tätig.

03: **Christopher Barger** ist Senior Vice President Global Programs bei der Porter Novelli Agentur Voce Communications in Sunnyvale, CA (USA). Er kommt von General Motors, wo er vier Jahre als Direktor Social Media tätig war.

UNTERNEHMEN:

04: **Ruben Stark** (33), Pressesprecher der SpVgg Unterhaching, wird den Verein, für den er seit fast vier Jahren tätig ist, Ende März auf eigenen Wunsch verlassen. Die Position der Medienverantwortlichen wird zunächst bis zum Saisonende von **Maximiliane Jetter** (23) übernommen, die im Jahr 2008 bereits ein Praktikum in der Presseabteilung der SpVgg absolviert hatte und danach auch beim Bundesligisten 1899 Hoffenheim tätig war. Stark geht als Redakteur zum Münchener Büro des Sport-Informations-Dienstes.

05: **Andreas Schröder** (38) wechselt als Senior Manager Political and Regulatory Affairs in die Berliner Konzernrepräsentanz des Telekommunikationsunternehmens Vodafone. Der Diplom-Volkswirt soll im Ressort Konzernkommunikation, Stiftungen, Politik und Regulierung des Hauptstadtbüros die Telekommunikationspolitik sowie die Zusammenarbeit mit den Branchenverbänden betreuen. Schröder war zuletzt in der Abteilung Festnetz-Regulierung in Eschborn tätig.

- 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

06: **Isabelle Vincent** (24) verstärkt das Suzuki-Press-Team in Bensheim mit den Schwerpunkten Content-Management des Presseportals sowie die Organisation von Presseveranstaltungen. **Jörg Machalitzky** (33) steuert im Team der Pressestelle nun die Aktivitäten rund um Presseinformationen, Pressemappen sowie Presseanfragen. Zusätzlich verantwortet er weiterhin das Testwagen-Management. Leiter der Pressestelle bleibt **Axel Seegers**.

07: **Xandra Schnurre-Weiß** (31) ist seit dem 15. März Pressereferentin der Geschäftsführung von Testberichte.de in Berlin und verantwortet die neu geschaffene Stelle in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens. Die studierte Politologin kommt von der Agentur Media Consulta, wo sie die letzten zweieinhalb Jahre im Bereich New Business Development mit Schwerpunkt nationale PR tätig war.

08: **Sebastian Weber** (28) verstärkt als PR Coordinator Kids & Entertainment Networks ab sofort die Kommunikation im deutschsprachigen Raum der Unterhaltungssparte von Turner Broadcasting System Deutschland in München. Er kommt von der The History Channel Germany, wo er sowohl in der Presse- als auch Marketingabteilung der Pay-TV-Sender History, History HD und The Biography Channel arbeitete.

09: **Udo Rügheimer** (47) ist neuer Pressesprecher im Kommunikationsteam der Bosch-Gruppe in Stuttgart. Der Diplom-Ingenieur (FH) kommt von Audi, wo er zuletzt als er als Pressesprecher Produkt und Technik die Technikommunikation des Automobilherstellers koordinierte. Rügheimer wird gemeinsam mit **Michael Mack** (43) insbesondere die Medienarbeit rund um die Elektromobilität ausbauen.

10: **Jan Vaterrodt** (44) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der Roland Rechtsschutz-Versicherung in Köln. Der promovierte Wirtschaftswissenschaftler ist zusätzlich für Marketing und Markenauftritt zuständig. Zuvor arbeitete er als selbstständiger Berater mit den Schwerpunkten Unternehmenskommunikation, Vertrieb, Marketing und Kundenbindungs-Management.

11: **Dirk Voltz** (34) übernimmt ab sofort die Leitung der Unternehmenskommunikation und der internen Kommunikation von mobile.international in Berlin/Dreilinden. Zuletzt hat der studierte Journalist für die PR-Agentur F&H Porter Novelli den Online-Bezahldienst PayPal betreut.

12: **Carl Mario Spitzmüller** (47), seit Januar 2011 Leiter Unternehmenskommunikation bei coop in Kiel, hat das Einzelhandelsunternehmen auf eigenen Wunsch wieder verlassen.

- Anzeige -



Tagung Veränderungskommunikation

Am 31. März und 1. April 2011 veranstaltet die Deutsche Presseakademie gemeinsam mit dem Magazin pressensprecher 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.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

13: **Rolf Drees** (50) übernimmt ab dem 1. August die Leitung der Abteilung Medien und Kommunikation im Bundesverband Investment und Asset Management (BVI) in Frankfurt am Main. Der gelernte Bankkaufmann und Finanzanalyst folgt auf **Andreas Fink**, der im Dezember 2010 verstarb. Drees verantwortet derzeit das Research und die kapitalmarktorientierte Kommunikation der WGZ Bank in Düsseldorf.

14: **Stefanie Kreß** (31) ist die neue Pressereferentin des Verbands der Prädikatweingüter (VDP) in Gau-Algesheim. Nach ihrem Abschluß als Magistra Artium im Jahr 2005 sammelte sie in unterschiedlichen Branchen Erfahrungen im PR- und Veranstaltungsbereich. Kreß folgt auf **Melanie Stumpf**, die zur Agentur medienagenten nach Bad Dürkheim wechselt.

Etats

Weber Shandwick kommuniziert olympisch

Die Bewerbungsgesellschaft der Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018 in München, hat Weber Shandwick zur Agentur für ihre internationale Kommunikation ernannt. Die kommunikativen Maßnahmen rund um die München 2018-Bewerbung orientieren sich an dem strengen Regelwerk des International Olympic Committee (IOC), in dem Prozesse der Bewerbung als Austragungsort für die Olympischen und Paralympischen Spiele detailliert festgelegt sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (22) (12.KW-2011)

01: Strandhotel Kurhaus Juist

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PR Office**, Horn-Bad Meinberg

02: Hilton Worldwide, München

was: *PR-Etat für Hilton Worldwide the America´s*

an: **Wilde & Partner**, München

03: Deutsche expert Zentrale, Langenhagen

was: *Relaunch der Mitarbeiterzeitung "wir experten"*

an: **move communications**, München

04: Landesgartenschau-Gesellschaft, Schwäbisch Gmünd

was: *Kommunikationskonzept für die Landesgartenschau 2014*

an: **echolot public relations**, Stuttgart

- Anzeige -



Unter dem Motto „In Zeiten von Wikileaks & Co: Anforderungen an die Unternehmens-PR“ lädt K2 zur **Tagung Erfolgsfaktor Transparenz** am **17. Mai 2011** nach Berlin ein. Führende Kommunikatoren präsentieren und diskutieren Konzepte, Chancen und Herausforderungen unternehmerischer Transparenz. Referenten sind u.a.: Christian Cordes (Coca Cola), Dr. Christian Humborg (Transparency International), Dr. Volker Klenk (Klenk & Hoursch), Jan Runau (adidas), Thomas Voigt (Otto), Alexander Lengen (Paypal), Dr. Manfred Redelfs (Greenpeace). www.k2-gipfel.de

05: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Berlin

was: *Pressearbeit zur bundesweiten Aktionswochen der Jugendämter*

an: **neueshandeln**, Berlin

06: Chemieanlagenbau Chemnitz (CAC)

was: *Erstellung eines Jubiläumsbuches über die Chronik des Unternehmens*

an: **4iMedia**, Cottbus

07: BMW Group, München

was: *Kommunikation von Designthemen mit Schwerpunkt auf BMW und MINI*

an: **haeberlein & mauerer**, München

08: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt (BSU), Hamburg.

was: *Kommunikation zur Verlegung der Bundesstraße im Stadtteil Wilhelmsburg*

an: **public:news Agentur für Kommunikationsberatung**, Hamburg

09: Schweinske Franchise-Management, Hamburg
was: Pressearbeit, klassische Medienarbeit, Entwicklung einer Social Media Strategie
 an: **red roses communications**, Hamburg

10: S-L-E Germany, Husum-Bolsehle
was: PR- und Medienarbeit für den Launch von Human Tecar® auf dem deutschen Markt
 an: **coocom - medical communication**, Hamburg

11: Feuerwear, Köln
was: Kommunikationsmaßnahmen, um die Markenbekanntheit des Unternehmens auszubauen
 an: **Profil Marketing**, Braunschweig

12: Fritz & Macziol, Ulm
was: Redaktion der Kundenzeitschrift Newsware, Pressearbeit in Deutschland und in der Schweiz
 an: **Press'n'Relations**, Ulm

13: Jet Computer Products, Laatzen
was: Kommunikation in der Funktion des ausgelagerten Pressebüros in Deutschland, UK und Spanien
 an: **Lewis PR**, Düsseldorf

14: Europäische Kommission, Berlin
was: Kommunikation Europas regionaler Schutzbezeichnungen auf dem chinesischen Gastronomie-Markt
was: PR-Kampagne für die EU-Delegation, die derzeit im Rahmen der „Europäischen Woche“ China bereist
 an: **Media Consulta**, Berlin

- 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!](#)

15: Bundesministerium der Verteidigung (BMVg), Berlin
was: On- und Offline-Kommunikation für die Jugendmarketingveranstaltungen "Bw Beachen" der Bundeswehr
 an: **Euro RSCG ABC** (GPRA), Hamburg/Düsseldorf

16: joke Technology, Bergisch-Gladbach
was: Pressearbeit

17: Kreishandwerkerschaft Bergisches Land, Bergisch Gladbach
was: Kommunikation

18: Katholische Jungarbeiter-Heimstatt Nikolaus-Groß-Haus, Köln
was: klassische PR-Arbeit, Suchmaschinenoptimierung und Social Media
 an: **Alpha & Omega PR**, Bergisch Gladbach

19: Milupa, Friedrichsdorf
was: strategische Markenberatung, Überarbeitung der Corporate Identity, Above-the-Line- und Below-the-Line-Kommunikation sowie die medizinische

Fachansprach für die Marke Aptamil
an: **Change Communication**, Frankfurt am Main

20: Hugentobler Kochsysteme, Schönbühl (CH)
was: *Leadetat für die gesamte Kommunikation*
an: **Hofer Kommunikation**, Bern (CH)

21: Western Australia, Perth (AUS)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **MikullaGoldmann PR**, München

22: ZKW Group, Wieselburg (AT)
was: *Strategie und Beratung sowie projektbezogene Konzeption und Umsetzung der gesamten Kommunikation*
an: **Publicis PRO**, München

Branche

DRPR rügt Helmut Hoffer von Ankershoffen wegen verdeckter PR auf Amazon.de

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat nach eingehender Prüfung und Beratung einen Ratspruch beschlossen. Helmut Hoffer von Ankershoffen wird wegen zweier unter falschem Namen veröffentlichter Produktrezensionen gerügt. Im September 2010 verfasste Hoffer von Ankershoffen, damaliger Geschäftsführer von WeTab, unter falschem Namen ausgesprochen positive Rezensionen für den vom eigenen Unternehmen vertriebenen Tablet PC "WeTab" auf der Kundenrezensionsplattform des Internethändlers Amazon.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Commarco (Scholz & Friends) gründet neue Agenturmarke Blumberry

Mit der Marke Blumberry gründet die Commarco-Holding für Kommunikations- und Marketingservices eine Agentur, die sich als Kommunikationspartner neuen Typs versteht. Die Agentur soll einen klaren und einfachen Schwerpunkt setzen: den nachweisbaren Kommunikationserfolg. Mit dem Claim "Blumberry. Communications beyond the expected" verspricht die Agentur, mehr Ideen, mehr Effizienz und mehr Erfolg zu bieten. Die Full-Service-Agentur mit Sitz in Berlin deckt die Instrumente Strategie, PR, Public Affairs, Publishing, Social Media, Digital, Event und klassische Werbung ab. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Strafverfahren gegen Norbert Essing eingestellt

Die Staatsanwaltschaft hat hinsichtlich sämtlicher Vorwürfe keine Schuld von Herrn Essing festgestellt. Das Strafverfahren gegen den PR-Berater Norbert Essing ist "vollständig und rechtskräftig eingestellt", informiert der Kölner Fachanwalt für Strafrecht Prof. Norbert Gatzweiler in einem Brief, der vom Büro Essing per Mail verschickt wurde. "Die Staatsanwaltschaft hat hinsichtlich sämtlicher Vorwürfe keine Schuld von Herrn Essing festgestellt und auch nicht auf ein schuldhaftes Verhalten erkannt", schreibt Gatzweiler. → [newsroom.de](#) In "sueddeutsche.de" beschreibt Uwe Ritzer am 25. März den Fall und die Staatsanwaltschafts-Stellungnahme etwas anders: "Essing muss 40.000 Euro zahlen". [Hier online weiterlesen.](#)

Piwinger: "Ich gehöre ja nicht zu den Lautsprechern der Branche"

Während seines jahrzehntelangen, herausragenden Engagements für die Unternehmenskommunikation und den Berufsstand der Public Relations- und Kommunikationsfachleute erhielt Manfred Piwinger schon vielfach Auszeichnungen. Zuletzt wurde er Anfang dieses Jahres mit dem Bundesverdienstkreuz geehrt. Im Interview mit "communicationcontrolling.de" (Elena Gebel am 24. März) gibt Piwinger Einblick in drei Jahrzehnte Erfahrung in der Unternehmenskommunikation, beleuchtet das Thema Kommunikations-Controlling und wagt einen Ausblick in die Zukunft. [Hier online weiterlesen.](#)

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

01: Die Kommunikationsagentur Stilcken + Goettges hat gegenüber [textintern](#) das Ende der Firma bestätigt. Offiziell wird verlautbart: "Nach sechs Jahren fruchtbarer Zusammenarbeit haben sich Rudolf Stilcken und Ulf C. Goettges nach reiflicher Überlegung einvernehmlich entschlossen, ihre Kooperation zu beenden". Der Grund für diese Entscheidung liege in der unterschiedlichen Zukunftsplanung beider Partner, so die Pressemitteilung. Goettges wird danach künftig eine eigene Agentur führen. "Die Stilcken + Goettges" firmiert ab dem 01. April als "Rudolf Stilcken", so die offizielle Verlautbarung. Keiner der beiden war für textintern zu sprechen. Angeblich hat Stilcken-Ehefrau Angelika Jahr letzte Woche mit ihrem Mann die völlig überraschte Belegschaft informiert, berichten gekündigte Angestellte.

02: Die neu gegründete Kommunikationsagentur Grüne Welle Kommunikation in München hat zwei Standbeine: Zum einen die Nachhaltigkeitskommunikation für mittelstän-

dische Unternehmen und Organisationen. Zum anderen Corporate- und Product Communication für kleine und mittelständische Unternehmen der Branchen Cleantech und Erneuerbare Energien. Inhaber und Agenturgründer ist Frank Brodmerkel. Mit der Agentur will Brodmerkel mittelständische Unternehmen und StartUps der jungen Boom-Branchen dabei unterstützen, sich mit ihren innovativen grünen Produkten und Dienstleistungen erfolgreich bei ihren Zielgruppen ins Gespräch zu bringen. Dabei steht die Glaubwürdigkeit und Nachprüfbarkeit der Kommunikation für den Kunden im Mittelpunkt der Strategie.

03: Touchpoint hat ein neues Beratungsmodell entwickelt, das genau dort ansetzt, wo die meisten Unternehmen scheitern: Nur wenn die kommunizierten Werte tatsächlich in den Unternehmensprozessen verankert sind und gelebt werden, kann sich ein Unternehmen glaubwürdig nach außen präsentieren. Der Touchpoint-Ansatz ist daher mehr als eine Kommunikationsberatung: Unternehmen werden individuell und ganzheitlich über alle Stationen zu einer auf Werten begründeten Unternehmensführung hinweg begleitet, um ihr Abgrenzungspotenzial optimal zu erkennen, zu festigen und kommunikativ nutzbar zu machen. Die Differenzierung basiert dabei auf den drei Säulen Kultur, Prozesse und Kommunikation ↔ [crossmedia.de](#)

04: The Skills Group wurde mit dem ersten Preis beim **XVII. Best Practice Award des Public Relations Verbandes Austria (PRVA)** ausgezeichnet. Gewürdigt wurde damit die Kommunikationsleistung der Agentur im Zusammenhang mit dem Neubau des ehrwürdigen Kurbades Oberlaa zur größten Stadttherme Europas. Auf Platz zwei landete die Agentur senft&partner, die für die PR-Arbeit für das Sunlighthouse der Firma VELUX Österreich verantwortlich zeichnete. Der dritte Preis ging an Jugend Eine Welt – Don Bosco Aktion Österreich für das am 31. Januar 2011 zum dritten

Mal durchgeführte Awareness- und Fundraisingprojekt. → prva.at

05: Die 2. Generalversammlung des Schweizer Verbandes für Krisenkommunikation (VKK) hat einen Kodex für Krisenkommunikation verabschiedet. Dieser legt erstmals Qualitätsmassstäbe für die Beratungsarbeit fest und ist für die VKK-Mitglieder verpflichtend, wenn sie Kunden in Krisensituationen kommunikativ unterstützen. Mit dem Kodex will der Schweizer Verband für Krisenkommunikation zur Professionalisierung des immer wichtiger werdenden Berufsfeldes der Krisenkommunikation beitragen. Der Kodex für Krisenkommunikation regelt die Ziele sowie die professionellen Eckwerte der Kommunikationsarbeit. → verband-krisenkommunikation.ch

06: Ira Wülfing Kommunikation (IWK) und Gahrens + Battermann (G+B) bieten in Form einer Kooperation ein Gesamtkonzept für Events an, das die Technologie von G+B mit der Erfahrung von IWK in der Konzeption, Organisation und Durchführung von Eventformaten vereint. Der elektronische Eventguide G+B i-aktiv® schafft eine Eventkultur, die passive Zuhörer zu aktiven Teilnehmern macht. Über WLAN vernetzt, fungieren die iPads oder iPods als individuelle Eingabegeräte für die Besucher von Veranstaltungen mit Entscheidungs- und Diskussionsprozessen, dienen der Information und der Unterhaltung.

07: Die Juroren des Wettbewerbes für Inhouse-Medien in Deutschland stehen bereits in den Startlöchern. Am 8. April endet der Anmelde-schluss für den "inkom. Grand Prix", der seit 1995 die besten Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen kürt. Es ist der Medienpreis der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Die Preisverleihung findet am 10. Juni in Berlin statt. Mittlerweile zum dritten Mal bezieht der inkom.

Grand Prix das Thema Intranet ein. Hierfür hat das Institut für Medienforschung der Universität Siegen, als DPRG-Kooperationspartner, ein eigenes wissenschaftliches Verfahren entwickelt. → inkom-grandprix.de

08: "Spiegel Online" hat versucht, die Werksfeuerwehren der aktiven deutschen Atomkraftstandorte telefonisch zu erreichen. Doch Antworten auf die Fragen wollte niemand geben. Vielmehr entstand der Eindruck, als wolle sich nach der Katastrophe von Fukushima keiner der Verantwortlichen zu den Sicherheitsmaßnahmen in deutschen Atommeilern äußern. Kein einziges AKW war bereit, einen Gesprächspartner aus den Reihen der Werksfeuerwehr zur Verfügung zu stellen, auch die Pressestellen waren wenig kooperativ. Statt Antworten: abwimmeln, abwiegeln, auflegen. → spiegel.de

09: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BWMi) fördert die Teilnahme der PR-Agentur Krampitz an der Intersolar Europe 2011. Die weltgrößte Solarmesse findet vom 8. bis 10. Juni in München statt. Mit dem Förderprogramm will das Ministerium jungen Unternehmen die Erschließung internationaler Märkte erleichtern. Förderfähig sind innovative Firmen, deren Produkte, Verfahren und Dienstleistungen sich in wesentlichen Funktionen vom Standard unterscheiden.

10: Die dpa-Tochter news aktuell expandiert im sozialen Netzwerk Facebook und bietet eine weitere neue Anwendung an. Mit deren Hilfe können Firmen und Organisationen ab sofort automatisch die Pressebereiche ihrer Fanseiten befüllen. Die neue Funktion zeigt das Material sowohl unter einem separaten Reiter an, als auch auf der Pinnwand einer Fanseite - immer Bilder und Videos. Der neue Service ist für news aktuell-Kunden komplett kostenfrei. → presseportal.de

11: **Das Podcast-Projekt "pr on air" erhält den niedersächsischen Multimediapreis.** Dies ist auch eine Auszeichnung für Margareta Bloom-Schinnerl, Professorin für Medien und Journalismus am Institut für Kommunikationsmanagement: Sie hat das Podcast-Magazin 2007 ins Leben gerufen und betreut es bis heute redaktionell. Ein Beitrag von Hans-Joachim Wiese vom Institut für Theaterpädagogik wurde prämiert. → kug.hs-osnabrueck.de

12: Der Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol) begrüßt den **Beschluss des Brandenburger Landtags vom 24. März, die Einführung eines Lobbyregisters** im Hauptausschuss zu behandeln. Bisher gibt es in keinem Bundesland ein Lobbyregister. → degepol.de

...und dann noch das:

Das Wort GAU würden wir derzeit ja freiwillig nicht in den Mund nehmen, aber leider bleibt niemandem diese Assoziation erspart, wenn man diese aktuelle **Stellenanzeige von Antwerp** liest. Diese wäre vermutlich auch schon in Zeiten, in denen Atomstrom noch eine trügerische, strahlend heile Welt illuminiert hat, fragwürdig gewesen. → wuv.de

Reputations Management

Neue PRJ-Rubrik: Reputation - Ist der Ruf erst ruiniert

(cw) Im Redaktionsbereich des PR-Journals gibt es eine neue Rubrik: Reputation Management. Sie wird von Cornelia Wüst, Salzburg betreut. Ob Einzelpersonen wie Karl-Theodor zu Gutten-

berg und Silvio Berlusconi, ‚Störfälle‘ namhafter Marken oder Umwelt-Katastrophen: Via Twitter, Facebook oder YouTube verbreiten sich Nachrichten in Sekundenschnelle unaufhaltbar um die ganze Welt, Schreckensbilder und -nachrichten graben sich in das Gedächtnis der Öffentlichkeit ein und können das unternehmerische Ansehen und damit den Erfolg empfindlich stören. Das erfordert den strategischen Umgang mit dem guten Ruf. Ein breites Feld für die wieder auflebende Disziplin Reputation Management.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Internationale PR

Österreich: Lobbyisten kämpfen um ihren Ruf

Lobbying-Affären rücken die Branche in ein schiefes Licht: von der Eurofighter-PR des Ehepaares Rumpold über die Rolle von Peter Hochegger bei der Buwog-Privatisierung bis zur aktuellen Affäre um den zurückgetretenen ÖVP-Europapolitiker Ernst Strasser. "Die Branche ist in einem Dauerfeuer, aus dem wir kaum herauskommen", sagte Wolfgang Rosam, Chef der Kommunikationsberatung Change Communications, am Lobbying-Kongress der Akademie für Recht und Steuern (ARS). → wienerzeitung.at

USA: Atomkraftwerke setzen auf Krisen-Kommunikation

Die amerikanische Atomenergie-Industrie hat nun auf Krisenmodus umgestellt: Angetrieben vom Reaktorunglück in Japan schalten sie Printanzeigen, posten regelmäßige Updates auf ihren Webseiten und versuchen so oft wie möglich in den Medien zu erscheinen, um gegen Anti-

Atomkraftwerk-Aktivistinnen zu steuern, die die Schließung von Reaktoren in den USA verlangen. Auch die breit gestreute Fernsehberichterstattung droht das Marken-Image von mehr als 25 Jahren Marketing- und PR-Arbeit zunichte zu machen, befürchtet Adam Mendelsohn, Partner der Krisenkommunikationsagentur Mercury. Eine aktuelle Umfrage von CBS News zeigt, dass 53 Prozent aller Befragten nun keine Angst mehr haben, dass es in den USA zu einer ähnlichen Katastrophe wie in Fukushima kommen könnte. → wuv.de

Die klugen Köpfe in Ghadhafis Dienst

Der libysche Diktator hat angesehene Professoren bezahlt, um seinen Ruf im Westen aufzupolieren. Er ist nicht der einzige Despot, der PR-Firmen in den USA anheuert. Der frühere Berater des damaligen britischen Premierministers Tony Blair und Professor an der London School of Economics, Anthony Giddens, versicherte 2007 in einem Leitartikel, Libyen könne «zum Norwegen Nordafrikas» werden. Der frühere Berater von US-Präsident Bill Clinton und Harvard-Professor, Joseph Nye, lobte im gleichen Jahr, Muammar al-Ghadhafi sei ernsthaft an der «direkten Demokratie» interessiert. *Den Artikel von Walter Niederberger am 26. März im schweizerischen "Tages Anzeiger" [hier online weiterlesen](#).*

Social Media + Web 2.0

Content Marketing über Presseportale und SoMe - Mit interessanten Inhalten Kunden, Fans + Follower gewinnen

Das Web 2.0 verändert die Marketingkommunikation. Die emanzipierten Medienbürger fordern transparente und nützliche Informationen und

einen offenen Dialog. Marketing- und PR-Verantwortliche stehen heute mehr denn je vor der Aufgabe, qualifizierte Inhalte zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen abgestimmt sind. Nach einer Studie der Meltwater Group stufen 78 Prozent der befragten Unternehmen aus Europa, USA, Asien und Australien Content Marketing als wichtig für ihre Kommunikationsstrategie ein. Qualifizierter Content wird zur neuen Währung im Web 2.0 und zum Schlüssel zu neuen Kunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (2) (12.KW-2011)

01: Unternehmen befinden sich in der Regel in Unklarheit, wie **die eigenen Social Media Maßnahmen im Vergleich zum Wettbewerb** stehen. Abhilfe schafft hier ein Benchmarkingsystem der auf marktorientierte Unternehmensführung spezialisierten Strategieberatung Keylens Management Consultants. Dieses vermittelt zunächst eine differenzierte Status Quo Analyse. Anschließend liefert es Optimierungsoptionen, die eng mit der übergeordneten Unternehmensstrategie verzahnt sind. → keylens.de

02: Bei dem Hype um Social Media Marketing mit Facebook, Twitter, Xing und Co. wird ein wichtiger Aspekt oft vergessen: Es ist wichtig, die Ergebnisse und den Erfolg Ihrer Social-Media-Maßnahmen zu messen. Nur so können Sie erkennen, ob sich die Investition lohnt, und Ihre Aktivitäten kontinuierlich verbessern. Das **Buch "Social Media Monitoring"** erklärt die Analyse von Social-Media-Kampagnen. Jim Sterne zeigt, wie man herausfindet, ob Kampagnen erfolgreich und welche Metriken hierfür relevant sind. So führen z.B. mehr Follower auf Twitter und Fans bei Facebook nicht unbedingt dazu, dass man letztendlich einen besseren Return on Investment (ROI) erzielt. → it-fachportal.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Mainzer Tage der Fernsehkritik 2011



Am Ende kam das, was am Anfang hätte stehen müssen. Am 21. und 22. März fanden in den Räumlichkeiten des ZDF die "Mainzer Tage der Fernsehkritik 2011" statt. Im Mittelpunkt der Veranstaltung auf dem Lerchenberg standen die Konsequenzen der digitalen Medienrevolution und die Frage, inwieweit die Medien Fernsehen und Internet miteinander verschmelzen. Bereits bei der Eröffnung des zweitägigen Events machte ZDF-Intendant Markus Schächter deutlich, das Wissen werde ein klarer Gewinner dieser sich vollziehenden Revolution sein. Zum ersten Mal in der Geschichte gebe es einen Reichtum an Information. Den Menschen zu befähigen, daraus individuelles Wissen zu machen und souverän zu handeln, sei eine der großen Aufgaben, so Schächter. Für viel Gesprächsstoff sorgten insbesondere die Auftritte von Physiker und Fernsehmoderator Harald Lesch, der ehemaligen Ratsvorsitzenden der Evangelischen Kirche in Deutschland Margot Käßmann, Journalist Richard Gutjahr und Wissenschafts-Journalist Ranga Yogeshwar.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Neue LfM-Studie zu Skandalisierung im Fernsehen

Provokationen in Form bewusster Grenzüberschreitungen und gebrochener gesellschaftlicher Tabus werden in allen sogenannten Reality TV-Genres eingesetzt. Bei einzelnen Formaten erreichte die Zahl der provokativen Ereignisse ein sehr hohes Niveau. Es gibt aber auch Formate, bei denen die Anzahl der Provokationen gesunken ist. Von einer generellen Steigerung der Skandalisierung im Reality TV kann demnach nicht gesprochen werden, bezogen auf einzelne Formate jedoch schon. Dabei werden Grenzverletzungen gezielt als Strategie eingesetzt, um öffentliche Aufmerksamkeit zu erzeugen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (12.KW-2011)

01: Die dapd nachrichtenagentur liefert vom 1. August an ein Komplettangebot in der Sport-Berichterstattung. In Text und Bild soll ein vielfältiger regionaler, bundesweiter und weltweiter Sport-Dienst angeboten werden. Schwerpunkt soll der Publikumsliebbling Fußball sein. Darüber hinaus wird auch über Weltmeisterschaften, Europameisterschaften und olympische Spiele sowie Formel 1 und Wintersport berichtet. Bereits am 15. April startet die dapd-Sportredaktion in eine "Vorrunde", der volle Dienst wird mit Beginn der neuen Fußball-Bundesliga-Saison angeboten.

02: Die Landesmedienanstalten wollen Anreize schaffen, um die journalistische Qualität im Privatfernsehen zu erhöhen. Laut "Zeit" haben die Medienwächter beim Hans-Bredow-Institut in München ein Gutachten in Auftrag gegeben, das die "Optionen für eine anreizorientierte Regulierung der

Leistungen privater Rundfunkveranstalter" auslotet. So könnten nach Einschätzung der Gutachter ein besser auffindbarer Platz bei der Kabelbelegung oder weniger strenge Werbe-regeln, wie etwa die Genehmigung so genannter Single-Spots außerhalb der regulären Werbeblöcke, einen guten Anreiz bieten. → turi2.de

03: Ausbeutung oder Umweg zum Ziel? Praktikanten in den Medien - darüber wurde viel geschrieben und diskutiert in den vergangenen Jahren. Zu recht, denn es gibt sie zuhauf, die schwarzen Schafe: Redaktionen, die sich nur mit "angehenden" Journalisten über Wasser halten. Überdurchschnittlich motiviert, unterdurchschnittlich bezahlt. Doch wie empfinden das die Praktikanten selbst? NDR-Medienmagazin *Zapp* über den Lohn der Gratisarbeit in den Medien .

Services + Tipps

Zwischen "Must-Haves" und "No-Gos": Der Umgang mit Anglizismen

"Mit Englisch kommt man ja überall durch" ist ein oft gehörter Gemeinplatz mit einem wahren Kern: Englisch ist die Sprache, die auf der Welt am weitesten verbreitet ist. Da verwundert es nicht, dass immer wieder Lehnwörter wie "Chip" oder "Fan" in Sprachen wie das Deutsche einfließen. Allerdings beobachtet mancher diese Entwicklung skeptisch. *Kritiker sprechen von einem "Sprachverfall"*, zu dem die Verwendung von Anglizismen, also englischen Begriffen und Formulierungen, ihren Teil beiträgt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mehr Markenerfolg: Wie Unternehmen Licht in ihre Black-Box bringen

Marken des täglichen Bedarfs verlieren im Durchschnitt fast 40 Prozent ihrer loyalen Stammkunden pro Jahr. Diese immens hohe Rate ist in den letzten zwölf Monaten noch weiter gestiegen. 71 Prozent aller neu eingeführten Produkte sind nach einem Jahr nicht mehr im Handel. Fast 50 Prozent der 100 teuersten Kampagnen in Deutschland ändern innerhalb von zwei Jahren ihren Auftritt. Und ein Marketingchef wechselt in Deutschland im Durchschnitt alle zwei bis zweieinhalb Jahre seinen Job. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (12.KW-2011)

01: Das Hamburger Marktforschungsunternehmens yStats.com zeigt in seinem gerade erschienenen Bericht "Global Retail Report 2011" die Entwicklungen im weltweiten Einzelhandel nach dem Ende der Wirtschaftskrise auf. Im Bericht von yStats.com werden zum einen Einzelhandelsmärkte in 38 Ländern weltweit anhand wichtiger Kennzahlen sowie der wichtigsten Unternehmen und ihrer Umsätze dargestellt. Zum anderen wird eine Untersuchung der Trends auf Märkten aller Kontinente durchgeführt. So werden sowohl etablierte Märkte, wie die USA, Großbritannien, Frankreich und Deutschland, betrachtet als auch Wachstumsmärkte, wie Indien oder Russland. → ystats.com

02: Eine Millionen E-Fahrzeuge sollen bis 2020 auf die Straße und an den Kunden gebracht werden. Das ist jedenfalls das erklärte Ziel von Bundeskanzlerin Angela Merkel. Bis dahin haben Industrie und Werber noch einiges vor sich. Das Beratungsunternehmen Deloitte analysiert, dass der hohe Preis und das unpraktische Handling die Modelle auf dem Weg zur Massentauglich noch

ausbremsen. Die Kommunikationsaufgabe ist schwieriger als üblich. → wuv.de

Termine + Tagungen

K2-Fachtagung "Interne Kommunikation"

Die Interne Kommunikation befindet sich in einem rapiden Transformationsprozess. Dies betrifft sowohl ihre Funktion im Unternehmen als auch die eingesetzten Medien und Kanäle. Auf der K2-Tagung "Interne Kommunikation" präsentieren führende Kommunikationsmanager und Berater am 26. Mai in Düsseldorf Strategien und Instrumente, mit denen interne Kommunikatoren ihre Ziele angesichts gestiegener Ansprüche und dem Siegeszug von Social Media erreichen können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (8) (12.KW-2011)

01: Hilfestellung bei der Gewinnung von Top-Mitarbeitern für Agenturen leistet die Veranstaltung "**Personal Recruiting für Agenturen**", das die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) im Rahmen der Reihe "AIKA kompakt" am 12. April in Mannheim veranstaltet. Renommierete Experten, wie Boris Pawlenka, Leiter Marketing Sales & Services beim "Horizont", Alexander Dewhirst, CEO der auf die Kommunikationsbranche spezialisierten Personalberatung Designerdock sowie Carsten Franke, Vorstandssprecher beim HR-Spezialisten milch & zucker, zeigen Erfolg versprechende Strategien der Mitarbeitergewinnung auf und geben praktische Tipps. Im Rahmen einer Podiumsdiskussion diskutieren die Experten und Teilnehmer außerdem

die Ergebnisse einer aktuellen AIKA-Untersuchung zum Thema. Informationen und ein Anmeldeformular gibt es auf der [AIKA-Homepage](#)

02: **Der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) veranstaltet seinen diesjährigen Kongress** am 8. September in Berlin. Unter dem Titel "Klartext - wie viel Wahrheit vertragen wir?" diskutieren in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften Politiker und Publizisten, Medienberater und Redenschreiber über Wahrheit und Ehrlichkeit in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Als Referenten und Diskussionspartner haben unter anderem zugesagt: Michael Engelhard, früherer Redenschreiber von Richard von Weizsäcker und Hans-Dietrich Genscher, Jan Fleischhauer, Journalist, Hauptstadredaktion "Der Spiegel", Necla Kelek, Sozialwissenschaftlerin und Publizistin, Dirk Metz, früherer Sprecher und Medienberater von Roland Koch, Franz Müntefering, früherer SPD-Vorsitzender und Bundesminister a.D. → vrds.de

03: **Beim diesjährigen Zimpel PR Frühstück** genießen die Teilnehmer ein Frühstücksbuffet und erhalten parallel hilfreiche Tipps für erfolgreiche PR-Arbeit. Der Medienexperte Ralf Jaeckel erklärt, wie Redakteure arbeiten und Medien idealerweise erreicht werden. Er zeigt zudem auf, wie Social Media mit klassischer PR einhergeht. Während der Veranstaltung werden außerdem Produkte vom Verlag Dieter Zimpel vorgestellt. Termine: am 02. Mai um 09:00 Uhr in Hamburg, am 06. Mai um 10:00 Uhr in Berlin, am 12. Mai um 09:00 Uhr in München, am 16. Mai um 09:00 Uhr in Düsseldorf, am 17. Mai um 09:00 Uhr in Stuttgart, am 23. Mai um 09:00 Uhr in Frankfurt am Main. [Infos und Anmeldung](#)

04: Social Media spielt im Bereich Tourismus eine immer bedeutendere Rolle. Die Zahl der Urlauber, die Ihre Reisen im Web planen, nimmt zu. Soziale Netzwerke bieten eine exzellente Chance für Em-

pfehlungsmarketing. **Wie sich touristische Anbieter dem Dialog mit den Kunden professionell stellen können**, diskutieren Axel Jockwer (Marketing Director HolidayCheck DACH) und Mario Köpers (Executive Director Unternehmenskommunikation TUI Deutschland) am 31. März im PR Club Hamburg. Beginn der Veranstaltung ist um 19:30 Uhr im Hotel "Le Royal Meridien" in Hamburg. → [otseinladung.de](#)

05: **Das Niedersächsische PR-Forum 2011** findet am 24. Juni in Hannover statt. Der Branchentreff der Public Relations, der gemeinsam vom Masterstudiengang Kommunikationsmanagement der FH Hannover und dem PRSH organisiert wird, steht in diesem Jahr unter dem Motto "Gesellschaftsrevolution! Kommunikationsevolution? Wenn Ansprüche zu Herausforderungen werden". Einen Tag lang haben dann PR-Praktiker und Wissenschaftler bei diversen Workshops und Vorträgen die Gelegenheit, sich über künftige Herausforderungen der Kommunikationsbranche auszutauschen. → [prsh.de](#)

06: **BMW und Daimler im Gespräch:** Kommunikationschefs der Premium-Automobilhersteller diskutieren die wachsenden Anforderungen moderner Unternehmenskommunikation. Mehr als 200 Gäste waren zum Experten-Podium am 24. März an die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing in München gekommen. Der Diskussion stellten sich der Leiter der Konzernkommunikation von Daimler, Jörg Howe sowie der Bereichsleiter Konzernkommunikation und Politik der BMW Group, Maximilian Schöberl. → [baw-online.de](#)

07: **Dialog ist erst der Anfang – Social Media haben die Kommunikation verändert.** Aber was passiert nach der Revolution? Beim Branchentreffen des EHI Retail Instituts für PR-Profis erfahren diese, was nach Social Media Listening kommt, ob klassische PR noch funktioniert und

wie nachhaltig die Kommunikation des Handels wirklich ist. Die Kommunikationsverantwortlichen aus Handels- und Herstellerunternehmen plaudern am 5. und 6. April in Köln aus dem Nähkästchen und freuen sich auf anregende Diskussionen. → [www.pr-kongress.de](#)

08: Der **Bundesverband Medizintechnologie (BVMed)** in Berlin vertritt als Wirtschaftsverband über 230 Industrie- und Handelsunternehmen der Medizintechnologiebranche. In dem Verband sind unter anderem die 20 weltweit größten Medizinproduktehersteller im Verbrauchsgüterbereich organisiert. Mit MedInform bietet der BVMed in diesem Jahr verschiedene Seminare, Konferenzen und Workshops für Kommunikationsprofis im Health-care-Bereich an. Details dazu auf der BVMed-Seite: [www.bvmed.de](#).

Ausbildung + Seminare

In Netzwerken die richtigen Mitarbeiter finden

Der Einsatz von Social Media im Marketing oder der Unternehmenskommunikation ist weit verbreitet. Es gibt jedoch weitere Bereiche, in denen Social Media für ein Unternehmen äußerst wertvoll sein kann, einer davon ist das Personalwesen. Die eBay Classifieds Group setzt seit kurzem Social Media für die Mitarbeiterrekrutierung ein, und zwar vom Erstkontakt mit Bewerbern bis zur Einstellung. Personalchef Tom Clancy gibt Tipps, was beim Einsatz sozialer Netzwerke zu beachten ist.

Den Artikel vom 21. März in

"internetWorldBusiness" [hier online weiterlesen.](#)

Dritter Karrierekongress für Ein- und Aufsteiger in der Kommunikationsbranche

Am 10. September 2011 treffen Ein- und Aufsteiger in der PR-Branche wieder auf Top Professionals. Dann findet zum dritten Mal das "Sommer Symposium" des PR Career Centers statt. Der Karrierekongress in der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) steht dieses Jahr unter dem Motto "Weichenstellung für den Kommunikations-Traumjob". Neue Fokus-Panels: Profis erläutern ihre Karrierewege.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (6) (12.KW-2011)

01: Wer professionelle Pressearbeit betreibt, beherrscht die gängigen PR-Instrumente und pflegt Kontakt zu wichtigen Journalisten und Zielgruppen. Im **media workshop der dpa-Tochter news aktuell "Pressearbeit für Fortgeschrittene"** legt Referent Jörg Forthmann Potenziale frei, die darüber hinaus wirksam sein können. Die Teilnehmer lernen, wie eine langfristig erfolgreiche Pressearbeit gestaltet ist - inklusive strategischer PR-Konzepte und Dokumentation der Arbeitserfolge. Zusätzlich gibt ein Hintergrundgespräch mit einem dpa-Redakteur konkrete Einblicke in den journalistischen Arbeitsalltag. Der Workshop findet am 14. und 15. April in Hamburg statt. → [presseportal.de](#)

02: **Der Deutsche Fachjournalisten-Verband (DFJV) bündelt sein Weiterbildungsangebot unter einem neuen Dach: DFJV Deutsches Journalistenkolleg.** Journalistinnen und Journalisten finden dort ein vielfältiges Programm aus Praxisworkshops und fachspezifischen Seminaren - abgestimmt auf die aktuellen Anforderungen an die Profession. Alle Angebote stehen sowohl Mitgliedern des DFJV als auch Nicht-Mitgliedern

offen - ersteren zu vergünstigten Konditionen. Ziel ist es, die Weiterbildungsangebote des Deutschen Journalistenkollegs sukzessive in allen deutschen Ballungsräumen anzubieten. →

[journalistenkolleg.de](#)

03: In Kooperation mit der Hochschulzeitschrift **aud!max** vergibt die **design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und Design, ein **Vollstipendium für den Masterstudiengang Marketingkommunikation** im Wert von über 20.000 Euro. Auf die Ausschreibung können sich Interessenten aller Fachrichtungen bewerben, die ein abgeschlossenes Studium vorweisen können. Der Masterstudiengang Marketingkommunikation bietet Fachfremden die Möglichkeit, in die Kommunikationsbranche einzusteigen. → [design-akademie-berlin.de](#)

04: Das Web 2.0 verändert Inhalte, Methoden und Strategien der Kommunikation. Um Relevanz, Bandbreite und Entwicklung des Themas gerecht zu werden, **bietet die Deutsche Presseakademie einen Online-Kurs für Social Media** an. Dabei werden alle Möglichkeiten einer umfassenden Online-Strategie erläutert. Diese reichen von der inzwischen "klassischen" Kommunikation mit dem eigenen Webauftritt bis zum Umgang mit den verschiedenen Elementen sozialer Netzwerke. → [depak.de](#)

05: **"Express-Wissen: PR-Arbeit mit Bildern": Digitalfotos sind schnell gemacht und eignen sich perfekt für den crossmedialen Einsatz.** Doch nicht jedes Bild eignet sich für die Verbreitung an externe Medien. Welche Anforderungen die Fotos erfüllen müssen und was für Einsatzmöglichkeiten es gibt, bringt Bernd Beuermann in der Kompaktveranstaltung der dpa-Tochter news aktuell auf den Punkt. Am 13. April von 16 bis 19 Uhr in Hamburg. Weitere Infos: [media-workshop.de](#)

06: Auch 2011 bietet die **Quadriga Akademie Berlin** (Tochter der Quadriga Hochschule Berlin) ein umfangreiches Seminar- und Studienprogramm im Bereich Politikmanagement & Public Affairs. Alle Informationen in einer neuen Broschüre und auf www.quadriga-akademie.de/politikmanagement.

Presidents' Corner

GWA: Schützt die Ideen



Ein Autorenbeitrag von Peter John Mahrenholz, Präsident des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main (28. März 2011)

Ideen sind Kapital. Und zudem die einzige Ressource von der in Deutschland noch ausreichende Mengen zur Verfügung stehen. Nicht zuletzt deshalb hat sich ein neues Bewusstsein gebildet, das die verschiedenen schöpferisch tätigen Wirtschaftszweige unter dem Begriff der Kreativwirtschaft zusammenfasst und ihre Bedeutung ausdrückt. In Größe und Wertschöpfung ist die Kreativwirtschaft schon heute eine Großindustrie. Morgen wird sie zum Schlüssel für Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Schnappauf: Brutalst mögliche Vertrauenskrise für Politik und Industrie

Hinter verschlossener Tür trifft Deutschlands größter Lobbyverband der Industrie mit dem Bundeswirtschaftsminister zusammen. Es geht um ein Thema, das die Menschen wie kein anderes bewegt und in dem die große Mehrheit der Bevölkerung etwas anderes will, als für die Industrie vorteilhaft ist. In der Öffentlichkeit folgt der Bundeswirtschaftsminister den Bürgern – seinen Wählern – und hinter verschlossener Tür erklärt er sein Verhalten gegenüber Industrievertretern als Wahltaktik. Und dann noch das: Als einer der obersten Industrielobbyisten diesen Vorgang an die Öffentlichkeit bringt, muss er seinen Hut nehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über... Straßenverkehr, der lebensgefährlicher ist als Kernkraft



Guten Tag! Im vergangenen Jahr gab es in Deutschland 3.675 Tote bei Verkehrsunfällen. Im Januar 2011 kamen 241 Menschen auf deutschen Straßen ums Leben. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes (Destatis) waren es 24% mehr als im Januar 2010. Die Zahl der Verletzten ist um 6,8% auf rund 22.000 Personen gestiegen. Insgesamt musste die Polizei im Januar 2011 rund 177 800 Straßenverkehrsunfälle aufnehmen, 8,4% weniger als ein Jahr zuvor, während sich die Zahl der Unfälle mit Personenschaden gegenüber Januar 2010 um 7,8% auf etwa 16.900 erhöht hat, ist die Zahl der Unfälle mit ausschließlich Sachschaden um 9,9% auf 160.900 gesunken. Über die Zahl der Toten bei Verkehrsunfällen wird wenig in den Medien berichtet, obwohl durch bessere Straßen-

führungen, rechtzeitigere Staumeldungen und exaktere Wettervorhersagen viele Unfälle verhindert werden könnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Grün ist ja so geschmackvoll (Spinat-Bärlauch-Suppe)

(nsb) Es grünt so grün – der deutsche Südwesten ist immer früher dran als der Rest der Republik. In diesem Jahr grünt es nicht nur wegen des unausweichlichen Frühlings, sondern sogar politisch. Das ist doch ein Anlass, auch die Teller mit etwas richtig Grünem zu füllen: Der junge Spinat kommt wie gerufen, und überdies sprießt der Bärlauch. Daraus bereiten wir eine Fastenspeise, die allen Parteien schmecken wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Sorry?! Fachliche Bedenken über einen Beitrag zu Regeln für Pressearbeit



Ein Beitrag von Viola Falkenberg, Bremen (Journalistin, Autorin u. a. des Buches „Pressemitteilungen schreiben“ und Leiterin der „Akademie für Pressearbeit - Pressada“)

"Das Verfassen von Pressemitteilungen oder -meldungen ist das Fundament des Journalisten-Handwerks", schreibt Bernhard Kuntz im ersten

Absatz seines [Beitrages im PR-Journal](#). Sorry?!

Seit wann ist es die Aufgabe der Journalisten Pressemitteilungen zu schreiben? Es soll sogar das fachliche Fundament ihres Handwerks sein? Wie das? Das scheint schon nach den Gesetzen der Logik unmöglich. Der Einstieg ist also recht gewagt. Natürlich muss der Unterschied zwischen Pressearbeit und Journalismus nicht jedem geläufig sein. Aber vielleicht doch denjenigen, die Beiträge unter der Überschrift "Regeln für professionelle Pressemitteilungen" verfassen? Im Netz "versendet" sich zwar viel. So trösten zumindest Hörfunkjournalisten einander über misslungene Formulierungen hinweg. Aber doch nicht alles!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sinn und Glaubwürdigkeit guter Public Relations



Ein Beitrag von Dr. Wolfgang Griepentrog, Leichlingen, WordsValues

Public Relations sind unverzichtbar. Gutes PR-Management ist das Rückgrat einer Gesellschaft, die auf den effizienten und vertrauensvollen Austausch von Botschaften, Informationen, Ansichten, Wertungen angewiesen ist. Ohne PR findet kein Unternehmen, keine Organisation Aufmerksamkeit und Gehör für die eigenen Anliegen. Und doch schafft es die PR-Branche nicht, ihren bedeutenden Wertbeitrag, den sie zur unternehmerischen und gesellschaftlichen Entwicklung leistet, im Bewusstsein von Unternehmen und Öffentlichkeit nachhaltig zu verankern. Woran liegt das? Ebenso wie das Marketing hat sich die Zunft der PR weiterentwickelt. Sie hat sich stets neuen Themen und neuen Kommunikationsmöglichkeiten geöffnet und auf die tief greifenden Veränderungen der global vernetzten Kommunikationsgesellschaft reagiert. Vor 20 Jahren, als ich die ersten beruflichen Schritte im Kommunikationsmanagement unter-

nahm; sah PR jedenfalls ganz anders aus. Der Branche mangelt es weder an Professionalität noch an Talenten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Beziehungs- und Imagepflege mit Social Media



Ein Beitrag von Florian Bergmann, M.A., Berater bei der Kommunikationsberatung [Engel & Zimmermann](#) AG in Gauting bei München.

Warum auch B2B-Unternehmen vom „Mitmachweb“ profitieren können. Die Medienlandschaft unterliegt einem fundamentalen Wandel. Klassische Medien wie Zeitung, Radio und TV verlieren an Bedeutung, immer mehr Menschen informieren sich im Internet. Dort generieren die Nutzer zunehmend Inhalte selbst: In „Sozialen Medien“ wie Xing, Facebook oder YouTube werden Meinungen und Eindrücke sowie Videos und Fotos ausgetauscht, in Blogs und Mikroblogs wie Twitter Themen und Erfahrungen diskutiert und auf Bewertungsplattformen Marken, Produkte und Unternehmen unter die Lupe genommen. Für die Unternehmenskommunikation und viele weitere Unternehmensbereiche bedeutet dieses „Web 2.0“: Die Nutzer der neuen Medien und ihre Themen, Beiträge und Meinungen müssen wahrgenommen beobachtet, bewertet werden und es muss ein aktives Teilnehmen am Dialog im Netz stattfinden. Denn keine Firma kann es sich heute noch dauerhaft leisten, im Internet ein negatives Bild abzugeben oder gar bei Krisen online nicht bzw. falsch zu reagieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Warum Wandel von Unternehmenskultur dauert

Die Organisationskultur lässt sich nur sehr langsam ändern. Meist nützt es nichts, die alte Kultur schlecht zu reden und die neue überzustülpen. Da helfen auch die besten Werte-Seminare und Selbstfindungskurse nichts. Es gilt: Knüpfen Sie an die bestehende Organisationskultur an, rufen Sie deren Stärken ins Bewusstsein und machen Sie daran die erwünschten neuen Verhaltensweisen fest. Über solche Veränderungen, neues Verhalten, andere Regeln, die dann tatsächlich gelebt werden, kann sich eine neue Struktur entwickeln.

Den Artikel von Jürgen Fleig ([business-wissen.de](#)) am 25. März auf "[ftd.de](#)" [hier online weiterlesen](#).

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 (87)

Volontariat/Trainee

Die 23 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

Publik sucht PR-Berater/in, Ludwigshafen

PR Junior-Berater mit Schwerpunkt Fitness, Sport und Lifestyle bei Hansmann PR in München

Junior-PR-Berater (m/w) Corporate Communications, München

PR-Junior Berater (m/w) für Hamburg

Ketchum Pleon sucht PR Consultants (m/w)

Berater/in Kommunikation und Fundraising, Köln

eastside communications sucht die besten Outdoor- und/oder Mode-PR-Berater(innen), München

Jeschenko sucht PR-Trainee, PR-Junior Berater und PR-Berater (m/w) für die Standorte Köln und Berlin

BOARD DIRECTOR (M/W) TECHNOLOGIE-KOMMUNIKATION, Frankfurt

JUNIOR BERATER (M/W) Healthcare-Kommunikation, Frankfurt

Senior-Berater(in) / Junior-Berater(in) / Praktikant(in) / Volontär(in), Düsseldorf

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 und PR-Seniorberater/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-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*

Medien

Leiter/in Kommunikation, Hamburg

Unternehmen

Mitarbeiter/-in für den Bereich
Unternehmenskommunikation, Bonn

Leiter/-in Unternehmenskommunikation, Bonn

Engagierte/n Fachreferenten/in PR & Marketing,
Marburg

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

Verbände (Non-Profit)

Leiter/-in der Stabstelle Kommunikation, Bonn

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_stoltenow[at]yahoo.com);
Cornelia Wüst, Salzburg - für Rubrik: Reputation
Management.

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": 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; 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.