

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 288 / 15. KW 2011

Seite 1

PR-Umsatz-Ranking 2010 am 20. April online

Um 14 Uhr am kommenden Mittwoch (20. April) wird das komplette PR-Umsatz-Ranking im "PR-Journal" online freigeschaltet und mit seinen 57 Spezialauswertungen der Fachöffentlichkeit präsentiert. Die Branchenmedien "Horizont" und "werben & verkaufen" werden in ihren Printausgaben ausführlich berichten. Es wird einige Überraschungen geben. Soviel vorab: 142 Agenturen haben ihre Daten gemeldet. Und nach dem letztjährigen Minus von 3,4 Prozent (bei 122 Agenturen) zeigt das 15. PR-Ranking, wieder ermittelt und ausgewertet von PRJ-Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer, eine **Konsolidierung der Branche und mit plus 1,4 Prozent für 2010 einen leichten Trend nach oben**. Die 2009er-Wirtschaftskrise hatte noch Auswirkungen für 2010 - und erst fürs 4. Quartal gab es zahlreiche Berichte für eine starke Zunahme des PR-Geschäfts der Agenturen. Der gute Trend hätte sich auch im 1. Quartal 2011 fortgesetzt.

LPRS: Transparenz und Dialog als Lösung

Für die Kommunikation zu gesellschaftlichen Konfliktthemen gibt es für Unternehmen, Parteien und andere Organisationen keine Alternative zu Transparenz und Dialog – das ist eines der zentralen Ergebnisse des 6. LPRS>>Forum. Bereits zum sechsten Mal lud der LPRS - Leipziger Public Relations Studenten am 15. April hochkarätige Experten aus Kommunikationswirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft nach Leipzig ein, um zu erörtern, was die PR-Branche aktuell umtreibt. Unter dem Titel „Einstimmig dafür. Mehrheitlich dagegen. Kommunikation im Konflikt mit der Gesellschaft“ diskutierten Elisabeth Schick (Leiterin Unternehmenskommunikation, BASF SE), Jens Jessen (Ressortleiter Feuilleton, "Die Zeit"), Friedhelm Hengsbach SJ (Sozialethiker) und Wolfgang Tiefensee, MdB (SPD). Die Diskussion wurde von der PR-Beraterin und LPRS-Alumna Peggy Hoy, Wien, moderiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Oliver Santen wird neuer Leiter der globalen Siemens Presseabteilung

Oliver Santen (42), derzeit Ressortleiter Wirtschaft der BILD-Zeitung, übernimmt am 1. Juli die Leitung der globalen Presseabteilung von Siemens in München und verantwortet damit die Presseaktivi-



täten des Konzerns. Der Absolvent der Journalistenschule Axel Springer arbeitet seit 2005 für BILD und war zuvor unter anderem in der Kommunikation bei Axel Springer und als Pressesprecher beim Versicherungsunternehmen Allianz tätig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (18) (15.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Katja Richard** (41) ist als Senior-Beraterin und **Tanja Bulatovic** (26) als Junior-Beraterin neu bei Contcept Agentur für Werbung + Kommunikation in Zürich (CH). Die Journalistin Richard war zuletzt für die Pressearbeit beim Zurich Film Festival verantwortlich. Bulatovic hat an der Sorbonne in Paris Medien und Kommunikation studiert. Sie bringt internationale Erfahrungen aus der Mode- und Filmbranche mit.

02: **Johannes Eisenberg** (26) verstärkt die Leverkusener Bau-PR-Agentur dako pr als Berater und Teamleiter, er zeichnet verantwortlich für die Bereiche Kundenberatung, Etatverwaltung und Koordination der operativen PR-Arbeit. Der Medien- und Politikwissenschaftler war zuvor seit 2009 als Juniorberater bei Leipziger & Partner (GPRA) in Frankfurt am Main tätig.

03: **Anke von Zabern** wird dort ab sofort das neu gegründete Münchener Team Healthcare von

fischerAppelt, relations (GPRA) leiten. Sie kommt von der Agentur Medizin & Markt, bei der sie als Teamleiterin verantwortlich zeichnete. Zuvor war sie bereits rund fünf Jahre im Healthcare-Bereich von fischerAppelt tätig, zuletzt als Account Managerin.

04: **Nina Dombrowsky** (29) verstärkt als Beraterin und **Daniela Reichel** (30) als Volontärin die Berliner Kommunikationsagentur im Non-Profit-Bereich DFC Deutsche Fundraising Company. Dombrowsky war zuletzt Junior-Beraterin bei der Agentur neues handeln. Reichel arbeitete zuvor bei der deutschen Sektion von Amnesty International.

05: **Asger Schubert** (51) ist zum zweiten Geschäftsführer der Berliner PR-Agentur Medienbüro am Reichstag berufen worden. Er kommt von der Frankfurter PR-Agentur C&C Contact & Creation, wo er er seit 1994 als Berater und externer Pressesprecher sowie seit 2001 als stellvertretender Geschäftsführer tätig war.

06: **Anne-Katrin Mey** unterstützt als Account Managerin den Homecare Bereich der Düsseldorfer Kommunikationsagentur Brandzeichen. Die studierte Germanistin sammelte bereits während ihres Masterstudiums Erfahrungen in Redaktionen und Public Relations.

07: **Marie Wellmann** (29) arbeitet als Consultant in den Bereichen Tourismus und Lifestyle bei Eliane Bachenheimer PR in Zürich (CH). Zuvor war sie fast vier Jahre Pressesprecherin des Berliner Five-Star Superior Hotels The Regent.



UNTERNEHMEN:

08: **Hans-E. Homlicher**, seit 22 Jahren Verantwortlicher für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Volksbank Freiburg, hat sich in den Ruhestand verabschiedet. Der gelernte Volkswirt war bis vor fünf Jahren auch für den Bereich Marketing zuständig. Seine Nachfolge tritt **Annette Boegel** (38) an, die bereits seit sieben Jahren im Bereich Marketing und Kommunikation bei der Volksbank tätig ist, zuletzt verantwortete sie die Interne Kommunikation und die Mitgliederveranstaltungen. Boegel wird künftig von **Claudia Wasmer** unterstützt, die zuvor in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Universitätsklinikums Freiburg tätig war.

09: **Sabine Kaufmann** (33) ist ab Mai als neue Pressechefin bei Microsoft Advertising verantwortlich für PR, Marketing Communications und Partner Engagement Events/Messen. Sie übernimmt den Posten von **Corinna Poeck**, derzeit Head of Marketing und PR, die als Business Manager Global Marketing in die US-Zentrale in Seattle, OR wechselt. Kaufmann ist seit März als Marketing Manager bei Microsoft Advertising tätig, zuvor arbeitete sie für die Microsoft-Tochter Ciao und die Saarbrücker Verlags Service, eine Tochter der Verlagsgruppe Holtzbrinck.

10: **Michael Küster** (40) ist neuer Pressesprecher und Leiter Produkt- und Motorsportkommunikation der Michelin Reifenwerke in Karlsruhe, er verantwortet künftig die Medienarbeit für die Produktlinien Pkw und 2-Rad in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Zuvor war der studierte Sportjournalist als Redakteur bei der PR-Agentur Oliver Schrott Kommunikation tätig. Er wird von **Sarah Tomasso** unterstützt, die im August 2010 die Organisation und Assistenz im Michelin Kommunikationsteam übernommen hat.

11: **David Affentranger** (37) leitet die PR- und Kommunikationsabteilung von Ikea Schweiz in Spreitenbach (CH). Er ist Mitglied der Geschäftsleitung und steht den Bereichen interne Kommunikation, externe PR und Soziales Engagement & Umwelt vor. Affentranger arbeitete in den letzten sechs Jahren als Pressechef für das Schweizer Fernsehen, wo er für die gesamte Programmkommunikation und die Beratung aller Redaktionsleitenden und Moderatoren zuständig war.

12: **Armin Zimny** (45) verstärkt die Unternehmenskommunikation von Audi in Ingolstadt als Sprecher für die Personal- und Sozialthemen. Der langjährige Wirtschaftsredakteur berichtete viele Jahre für verschiedene Printmedien vor allem über die deutsche und internationale Automobilindustrie, in den vergangenen drei Jahren war er als stellvertretender Ressortleiter Wirtschaft für die Stuttgarter Nachrichten tätig.

13: **Kay Bommer** (42) ist in den Vorstand der Deutschen Biogas (DTB) in Friesoythe berufen worden und verantwortet künftig auch den Bereich

Investor Relations. Zuvor leitete er zwei Jahre lang die Investor Relations Abteilung bei Softmatic. Bommer war in den Jahren 2001 bis 2010 Geschäftsführer des Deutschen Investor Relations Verbands (DIRK) und ist seit 2011 Ehrenmitglied.

14: **Volker Lemke** wurde zum Finanzvorstand von Opera One in Frankfurt am Main berufen. Er wird auch die Bereiche Investor und Public Relations betreuen sowie die Positionierung des Unternehmens am Kapitalmarkt verantworten. Der ausgebildete Steuerberater war in den vergangenen drei Jahren bei Colonia Real Estate als Finanzvorstand tätig.

15: **Nico Gurtner** (34) verstärkt am 1. Juli Publica Data in Zollikon (CH) als neuen Leiter Kommunikation für Publica Data und Mediapulse. Er ist zurzeit Verantwortlicher Kommunikation und Qualität an der Privatklinik Wyss in Münchenbuchsee (CH).

16: **Nikolaus Chiari** (37) ist neuer Leiter für Marketing und Kommunikation bei Accenture Österreich in Wien (AT). Zuletzt war er als Senior Berater bei Pleon Publico und davor bei Ogilvy & Mather tätig.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

17: **Bruni Schubert** ist neue Pressesprecherin des Flughafenverbandes ADV in Berlin. Die Wirtschaftsjournalistin und Moderatorin war zuvor als Referentin im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesministerium für Arbeit und Soziales in Berlin tätig. Die bisherige Pressesprecherin **Friederike Langenbruch** befindet sich derzeit in Elternzeit.

18: **Johannes Angerer** (44) ist neuer Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der Medizinischen

- 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

Universität Wien (AT) und zugleich Pressesprecher der medizinischen Ausbildungsstätte. Die letzten beiden Jahre war er Pressesprecher der Wiener Umweltstadträtin Ulli Sima.

Etats

F&H mobilisiert Bugaboo in den Medien

F&H Porter Novelli übernimmt die Pressearbeit für Bugaboo in Deutschland. Ziel der Zusammenarbeit ist es, die führende Marktposition in Deutschland weiter auszubauen und zu stärken. Die Marke Bugaboo soll dabei nicht nur zum Benchmark für Kinderwägen, sondern für innovative Mobilitätsprodukte insgesamt stehen. Der Schwerpunkt liegt 2011 auf der Kommunikation des Kinderwagens

Bugaboo Donkey, der im September in den deutschen Handel kommt.

Ausschreibung: Neuseeland sucht PR-Agentur

Das New Zealand Tourist Board (das unter dem Namen Tourism New Zealand firmiert) bittet um die Einreichung von Bewerbungen von PR-Agenturen zur Durchführung von PR-Leistungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz ab dem 1. Juli 2011. Die Bewerbungen sollten Referenzen aus dem Bereich Beratung sowie Nachweise über erfolgreich abgeschlossene PR-Projekte für Kunden aus dem Reise- und/oder Lifestylesektor enthalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Grayling beflügelt British Airways

British Airways hat sich für Grayling als Agenturpartner entschieden. Die weltweit zweitgrößte unabhängige PR-Agentur wird die Airline bei ihrem Reputationsmanagement sowohl in Europa als auch im asiatisch-pazifischen Raum unterstützen. Zum Leistungsspektrum zählen Public Relations in beiden Regionen, die Koordination internationaler Aktivitäten, strategische Kommunikationsberatung sowie Krisenkommunikation. Der Vertrag ist über drei Jahre hinweg angelegt und umfasst Leistungen in 38 Ländern. Start war am 1. April dieses Jahres.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

- 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

Etats compact (24) (15.KW-2011)

01: Kensington Kids, Bremen

was: *PR-Etat*

an: **fame pr & Management**, Hamburg

02: Sprinkenhof, Hamburg

was: *Geschäftsbericht 2010*

an: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

03: Eiskalt Sauber, Mainhausen

was: *Aufbau der Pressearbeit*

an: **Mannigel Public Relations**, Handeloh

04: your own brand, Neutraubling

was: *Neugestaltung der Homepage*

an: **PSM&W new media**, Frankfurt am Main

05: Beach Motel SPO, St. Peter-Ording
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Kocherscheidt Kommunikation**, Hamburg

06: Instituto Cervantes, Frankfurt am Main
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **global communication experts (GCE)**,
 Frankfurt am Main

07: Cisco Systems, Hallbergmoos
 was: *PR Betreuung der Collaboration-Sparte*
 an: **Fink & Fuchs PR**, Wiesbaden

08: traffiQ, Frankfurt am Main
 was: *Integrierte Kommunikationsdienstleistungen*
 an: **A&B One (GPRA)**, Frankfurt am Main

09: Sparkasse KölnBonn
 was: *Konzept und Gestaltung des Magazins "für
 üch"*
 an: **muehlhausmoers corporate
 communications (GPRA)**; Köln

10: CPP Creating Profitable Partnerships,
 Hamburg
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in
 Deutschland*
 an: **ad publica**, Hamburg

11: DailyDeal, Berlin
 was: *mediale Vernetzung innerhalb der
 Tourismusindustrie*
 an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**,
 München

12: GlaxoSmithKline
 was: *Pressebüro und Kommunikation für die Oral
 Healthcare-Sparte*
 an: **MSL (GPRA)**, Frankfurt am Main

13: Aida Cruises, Rostock
 was: *Eventplanung und -auführung sowie*

- Anzeige -



Tagung Interne Kommunikation

Am 12. und 13. Mai 2011 veranstaltet die Quadriga Hochschule Berlin die Tagung **Interne Kommunikation - Online vs. Offline** in Berlin und wirft einen **kritischen Blick auf den Einsatz** beider Kommunikationsformen. Vertreter renommierter Unternehmen vermitteln wie **Online-Communities** und **Weblogs** in der Internen Kommunikation funktionieren und wie **Mitarbeiter-Events** und **Corporate Volunteering** umgesetzt werden können. In interaktiven Workshops eignen sich die Tagungsgäste praxisrelevantes Know-how an. Weitere Informationen unter www.tagung-interne-kommunikation.de.

Kommunikation zur Taufe der Aidasol
 an: **Flaskamp Ummen**, Berlin

14: Nestlé Deutschland, Frankfurt am Main
 was: *Kommunikation für die Einführung der Alete
 Kleine Entdecker Produktrange*
 an: **3K Agentur für Kommunikation**, Frankfurt am
 Main

15: F5 Networks, München
 was: *Social Media-Auftritt mit deutschsprachigem
 Twitter-Account und Corporate Blog*
 an: **HBI Helga Bailey**, München

16: Bristol-Myers Squibb, München
 was: *Relaunch und die weitere redaktionelle
 Betreuung des Mitarbeitermagazins Focus*
 an: **fischerAppelt (GPRA)**, München

17: HHK Far East Trading, Hoisdorf
 was: *Durchführung der Produkt-und Marken-*

Kommunikation für Dock11 urban containers
an: **BechtlePR**, Hamburg

18: easycard Deutschland, Erfurt.
was: *Kommunikationsbetreuung bestehender und begleitende Markteinführung neuer Produkte*
an: **Dialogwiese**, Bad Blankenburg

19: Verband der Software-, Informations- und Kommunikations-Industrie in Berlin und Brandenburg (SIBB), Berlin
was: *Beratung bei der Öffentlichkeitsarbeit, Konzeption und Durchführung der Pressearbeit und Social-Media-Aktivitäten*
an: **index Agentur**, Berlin

20: POS Polsterservice, Hausen
was: *Werbung, PR und Online-Kommunikation*

21: Baumann Logistik, Bonn
was: *Modernisierung der Website, professionelle Suchmaschinenoptimierung sowie die Verbesserung Suchmaschinenmarketings*
an: **Counterpart Group**, Köln

22: Cosentino Swiss, Schmerikon (CH)
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Contcept Agentur für Werbung + Kommunikation**, Zürich (CH)

23: Bemer International Medizintechnik Anstalt, Triesen (LI)
was: *bundesweite PR-Arbeit in Deutschland*
an: **echolot pr**, Stuttgart

24: Kamalaya Wellness Sanctuary and Holistic Spa Resort, Koh Samui (TH)
was: *Pressearbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee

- 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

Branche

Wirbel um Fischer-Appelt-Vertrag mit HSV

Der Fußball-Bundesligist Hamburger SV weigert sich, die letzte noch ausstehende Rate aus einem Beratervertrag der Ex-Vereinsführung mit der Agentur FischerAppelt zu begleichen, da in den Augen des neuen Vorstands nicht klar ist, welche Arbeiten genau ausgeführt wurden. Das bestätigte Agenturchef Bernhard Fischer-Appelt auf Anfrage von [W&V Online](#).

Bekannte Namen und ein neues Gesicht im Vorstand der DPRG-LG Berlin-Brandenburg

Mit 98 Prozent Zustimmung sind Steffen Ritter (Vorsitzender) und sein Vorstandsteam für weitere drei Jahre dem Ehrenamt der DPRG Berlin-Brandenburg verpflichtet. Unterstützt wird er von den Stellvertreterinnen Birgit Grigoriou, Anne-Kathrin Menger und Susann Morgner. Maria Borgmann, Astrid Drabant-Schwalbach, Birgit Grigoriou und Harald Dudel wurden mit großer Mehrheit zu Mitgliedern im Hauptausschuss gewählt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (12) (15.KW-2011)

01: **Die Agentur am Flughafen war die erfolgreichste Kreativschmiede beim "Best of Business-to-Business" Communication Award 2010 (BoB)**. Die Schweizer erhielten ein Mal Gold, zwei Mal Silber sowie ein Mal Bronze. Auf den weiteren Plätzen folgten OgilvyOne (zwei Mal Silber, ein Mal Bronze) sowie Red Urban (zwei Mal Gold). Zur Preisverleihung des BoB-Awards in Frankfurt am Main waren nach Angaben des Kommunikationsverbands rund 200 Gäste gekommen. Insgesamt vergab die Jury 25 Auszeichnungen: darunter sieben Mal Gold, sechs Mal Silber und zwölf Mal Bronze. → onezone.de

02: **Hering Schuppener Consulting in Düsseldorf führt im ersten Quartal 2011 die M&A-Rankings von mergermarket an** und belegt erneut Platz eins im deutschen Markt – sowohl nach Anzahl als auch nach Volumen der Transaktionen. Im Zeitraum vom 01. Januar bis 31. März 2011 begleitete die Agentur sieben Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von rund 40,38 Milliarden Euro (56,52 Milliarden US-

- 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!](#)

Dollar). Mit diesem Ergebnis konnte sie sich auch im internationalen Vergleich sehr gut behaupten: Gemessen am Gesamtvolumen belegte das Unternehmen den zweiten Platz in Europa und weltweit Rang fünf.

03: **Mit anythingabout gründet die Agentur Neuland + Herzer gemeinsam mit Andreas Vill (42) einen neuen Dienstleister für Corporate Social Publishing** in Hamburg. Das Unternehmen soll in zunächst zwei Angebotslösungen Corporate Publishing mit Software und Social Media verknüpfen und dazu Implementierung und Redaktionsmanagement bieten. Vill war zuletzt Sprecher der Geschäftsführung der PR-Agentur fischerAppelt, relations (GPRA) und zuvor in leitenden Positionen bei fischerAppelt tv media und Daimler AG. Er bringt Kompetenzen aus Redaktion/PR, Internet, Bewegtbild, Vertrieb und Unternehmensführung ein.

04: **Das Swiss Corporate Communication and Public Relations Observatory lädt zur Teilnahme**

an der zweiten Schweizer Befragung des Berufsstandes und der PR-Branche ein. Die erste Befragung im letzten Jahr hat einen eindrücklichen Überblick über den Stand und die Trends der Branche gegeben. In diesem Jahr wurden rund 30% des Fragebogens verändert, um neue Aspekte zu untersuchen, die aufgrund der Veröffentlichung der letztjährigen Resultate zu intensiven Diskussionen geführt haben. Die Umfrage: survey.spss-serv.ch, sie wird bis zum 15. Mai 2011 online sein.

05: Ab sofort berät und betreut rheingewinn marketing & public relations Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen zu den Themen Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Strategie. Besonders auf kleine, mittelständige Unternehmen sowie auf Existenzgründungen, die in der Regel über keine eigene Marketing- und PR-Abteilung verfügen, hat sich die Kaarster Agentur spezialisiert. Als besonderen Service bietet rheingewinn einen PR-Notruf für Unternehmen an, die werktags ab 18:00 Uhr oder auch am Wochenende Unterstützung bei ihrer Marketing-, Presse- und/oder Öffentlichkeitsarbeit benötigen.

06: 31 Gold-Awards vergaben die drei Fachjuries beim 19. "COMPRIX – Preis für innovative Healthcare-Communication" (2010: 23). Die Preise werden am 13. Mai in Berlin verliehen. Dann werden auch die Preisträger öffentlich genannt. Insgesamt hatten die drei Fachjuries 262 Wettbewerbsbeiträge (2010: 276) aus Deutschland (231), Österreich (22) und der Schweiz (9) auf Einladung von Bayer HealthCare in Leverkusen ("RX", "OTC", "Non RX, Non OTC", "Guerilla Marketing" und "Freie Kategorie") und der Agentur Ogilvy Healthworld (Frankfurt am Main – "Digitale Medien") zu bewerten. → comprix.de

07: Infopaq Deutschland präsentiert sich mit einem neuem Web-Auftritt, der intuitiv bedienbare Navigation, übersichtliche Produkt- und Servicedarstellung sowie die Integration von Social Media Kanälen bietet. Mit dem Relaunch hat der Dienstleister für Medienbeobachtung und Medienanalyse aus Kornwestheim seinen Web-Auftritt www.infopaq.de zu einem Service-Portal umgestaltet. Besucher und Kunden finden hier alle Informationen rund um Medienbeobachtung, Medienanalyse, Social Media Monitoring und Kommunikationsberatung übersichtlich und multimedial aufbereitet.

08: A&B One (GPRA) (Hauptsitz: Frankfurt am Main) **vollzieht den Schritt zum vollständig integrierten Kommunikationsdienstleister**. In Zukunft firmieren alle Kompetenzangebote und Spezialbereiche unter der einheitlichen Marke A&B One. Die Spezialisten für Digital und Social Media bleiben weiterhin eine eigenständige Agentur, heißen ab sofort aber A&B One Digital. Andrea Bergbold wurde nach jahrelanger Tätigkeit in verantwortlichen Positionen zur Geschäftsführerin von A&B One berufen, ihr Kompetenzschwerpunkte sind Dialogkommunikation, Struktur- und Prozessberatung.

09: Der Bundesverband Deutscher Stiftungen würdigt herausragende Kommunikationsarbeit mit dem Preis "Kompass". Bewerben können sich Stiftungen in drei Kategorien: mit dem Gesamtauftritt ihrer Stiftung, der Kommunikation zu einem bestimmten Projekt und einer einzelnen Kommunikationsmaßnahme. Ein Sonderpreis wird für den besten Internetauftritt vergeben. Bis zum 1. Juni können Vorschläge eingereicht werden, Bewerbungsschluss ist der 22. August, die Preisverleihung findet am 10. November in Berlin statt. → stiftungen.org

10: Geschichten im Unternehmen finden und sie in anregende Texte, spannende Videos oder

überraschende Web-Anwendungen zu übersetzen, das ist die Aufgabe von Text 100 Creative in München. **Das neu gegründete Team von Text 100** bündelt ab sofort die Services der Agentur aus den Bereichen Corporate Writing, Multimedia und Design. Die Leitung des vierköpfigen Teams übernimmt Jörg Lenuweit. Er war zuvor Leiter des Text 100 Redaktionsbüros, das nun in Text 100 Creative aufgeht.

11: Die Kommunikationsexperten Christian Keil (Aktiv Werbung) und Kay Claußen (ehem. GVK First Unit) haben in Oststeinbek bei Hamburg das auf die Lebensmittelbranche ausgerichtete Unternehmen **Schmeckt's? Lebensmittel Innovation und Kommunikation gegründet**. Claußen und Keil bieten in ihrer neuen Agentur innovative Marktorientierung, Produktentwicklung und Business Development für mittelständische Unternehmen aus der Lebensmittelindustrie.

12: **Meine Marken: Mirko Kaminski**. Der Chef der PR-Agentur Achtung (GPRA), steht auf zwei festen Marken-Säulen: Einmal seine Heimat Fehmarn und dann auf alle Markenprodukte rund ums Angeln. Wen wundert es da, dass er gerne mal für "Rute & Rolle" Werbung machen wollte. → wuv.de

Reputation Management

Arbeitgebermarke: Macht Image wirklich alles wett?

Wer um fähige Mitarbeiter wirbt, muss sich und sein Unternehmen positiv ins Gespräch bringen. Doch reicht das? Berufseinsteiger und Professionals suchen ihren Arbeitgeber nicht immer nur nach Imagefaktoren aus. Wer sich im

- Anzeige -



Gehen Sie auf Trüffelsuche im Web?!

In der täglichen Flut von Pressemeldungen, Tweets und Posts geht die Wahrnehmung wichtiger Stimmungsbilder und Frühwarnsignale leider häufig verloren. Business Intelligence heißt für uns Relevanz –semantisches Webmonitoring als ‚Trüffelsuche‘ im Web 2.0. Executive Summaries liefern essentielle Informationen für Entscheider, bei Bedarf in bis zu 31 Sprachen. Informieren Sie sich über unsere Lösungen M-Express, M-Update und M-Adaptive. Zur kostenlosen Erstberatung geht es hier: www.m-brain-deutschland.de oder Telefon 0621-976088220.

Employer Branding auskennt und über Produkte mit Sexappeal und Zukunftsvision verfügt, hat keine Probleme, neue Mitarbeiter anzuwerben. Bestes Beispiel ist der Autobauer Porsche, der sich seit Jahren in Rankings zu den Arbeitgeberfavoriten ganz vorn hält. Eine tolle Marke, spannende Aufgaben und die passende Unternehmenskultur sorgen für Zulauf von den Ausbildungsstätten. Ebenfalls gefragt ist Google - kaum ein Berufseinsteiger will den Einstieg in neue Technik und Berufsfelder verpassen, zumal der Suchmaschinen gigant viele Möglichkeiten bietet, seine Kreativität auszuleben. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Großbritannien: Matthew Freud wieder Chef seiner PR-Agentur

Matthew Freud hat die Anteilmehrheit an seiner Agentur Freud Communicatons von Publicis zurückgekauft. Publicis hatte vor sechs Jahren 50,1 Prozent an der Londoner PR-Agentur übernommen. Bei dem jetzigen Deal wird laut Guardian der Gesamtwert des Unternehmens auf 75 bis 100 Millionen Pfund angesetzt. Zu den Kunden von Freud Communications gehören u.a. Nike, Pepsi, Sony und die Olympischen Spiele 2012. Matthew Freud, ein Urenkel von Sigmund Freud, ist mit Elisabeth Murdoch, Tochter von Rupert Murdoch, verheiratet. → wuv.de

Social Media + Web 2.0

76 Prozent der Internetnutzer sind in Online-Communities aktiv

40 Millionen Bundesbürger sind Mitglied in sozialen Netzwerken. Das entspricht drei Vierteln aller Internetnutzer, wie eine aktuelle Studie im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM ergab. 2010 waren es erst 30 Millionen, innerhalb eines Jahres sind 10 Millionen hinzugekommen. Bei den unter 30-Jährigen Internetnutzern sind sogar 96 Prozent Mitglied einer Social Community –ein Plus von sechs Prozentpunkten im Vergleich zu 2010. Community-Abstinenzler sind in dieser Altersgruppe die absolute Ausnahme. Ohne Internet-Profil sind Jugendliche schnell out. Aber auch 80 Prozent der 30- bis 49-Jährigen und immerhin jeder Zweite über 50 haben ein Profil in mindestens einem Netzwerk. Der Trend geht

dabei zum Zweit- und Drittnetzwerk.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Gewinner des Deutschen Preises für Onlinekommunikation

Am 14. April wurden die Gewinner des Deutschen Preises für Onlinekommunikation bei der Verleihung des Awards im Berliner E-Werk gekürt. Die Auszeichnung als Agentur des Jahres erhielt Torben, Lucie und die gelbe Gefahr. Eine Jury, bestehend aus Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche, darunter Vertreter aus Wissenschaft und Forschung, Unternehmenskommunikation und Online-PR, bestimmten die Preisträger in einer Jurysitzung am Donnerstagnachmittag. Mit dem Deutschen Preis für Onlinekommunikation prämierte das Magazin "pressesprecher" in diesem Jahr erstmalig Leistungen und Arbeiten aus der digitalen Kommunikation.

Die Liste der Preisträger:

onlinekommunikationspreis.de

Social Media compact (7) (15.KW-2011)

01: Das Blog "A Tunisian Girl" (Ein tunesisches Mädchen) ist **Sieger der siebten Auflage des internationalen Blog-Awards "The BOBs" der Deutschen Welle**. Eine international besetzte Jury vergab die Preise in sechs Fachkategorien. Überreicht werden sie beim Deutsche Welle Global Media Forum am 20. Juni in Bonn. Internetnutzer aus der ganzen Welt hatten in diesem Jahr rund 2.100 Vorschläge für die Preise in elf Sprach- und sechs Fachkategorien eingereicht. Die Jury hatte in einer Vorauswahl 187 Kandidaten nominiert. Parallel zur Jury-Entscheidung haben Internet-Nutzer mehr als 90.000 Stimmen für ihre Favoriten abgegeben. Die Preisträger sind unter

<http://thebobs.dw-world.de/de/category/start/> zu finden.

02: Der in Berlin neu gegründete Verein "Digitale Gesellschaft" will Druck auf die politischen Akteure ausüben, Schwerpunkte des Vereins sind die Aufklärung über geplante politische Vorhaben und das Eintreten für digitale Bürgerrechte. Dabei ist nicht nur die deutsche Politik im Visier der Internetaktivisten. Gerade die Europäische Union verabschiedet immer wieder Gesetze, die alle Internetnutzer betreffen. Dies betrifft zum Beispiel die anstehende Überarbeitung der Datenschutzrichtlinie oder die Maßgaben für die Netzneutralität im Internet. Und auch Unternehmen verhielten sich immer wieder problematisch. Markus Beckedahl, Gründer von netzpolitik.org, ist der Vorsitzende des Vereins. → digitalegesellschaft.de

03: Im Rahmen einer Studie hat die Social Media Unit der Agentur konstruktiv den Anteil an privaten und öffentlichen Beiträgen in den Social Networks Facebook und Twitter ermittelt. Eine Stichprobe von 555.034 aktiven Facebook-Profilen aus Deutschland ergab, dass 78,4 Prozent der Facebook-Nutzer ihre Statusupdates schützen und nicht öffentlich freigeben. Dabei ist auffällig, dass umso mehr Profile geschützt sind, je länger die Nutzer bei Facebook angemeldet sind. Beim Microblogging-Dienst Twitter hingegen schützen aus einer Stichprobe von 303.188 Nutzern lediglich 10,6 Prozent die eigenen Tweets, knapp 90 Prozent teilen sie demzufolge öffentlich. → konstruktiv.de

04: Wie Touristiker Twitter, Facebook und Co. in Zeiten der Krise nutzen können, zeigt ein gemeinsamer Workshop der Tourismusorganisation der Vereinten Nationen UNWTO, des Lehrstuhl Tourismus der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt, des Deutschen Reiseverbands (DRV) und von

Tourismuszukunft – Institut für eTourismus am 17. Mai im Audi Forum Ingolstadt. Unter dem Titel "Social Media – Ein neues Zeitalter der Krisenkommunikation im Tourismus" berichten Experten von ihren Erfahrungen und legen das Potenzial der modernen Kommunikationswege dar. → krisenkommunikation-tourismus.de

05: "Ihr seid zu doof oder zu leise": Sascha Lobo nimmt sich deutsche Bloggerszene vor. Die Social-Media-Konferenz re:publica in Berlin feierte am 13. April ihren Digital-Irokesen im Friedrichstadtpalast. Lobo attestierte seinem Publikum, in Sachen Öffentlichkeitsarbeit und Breitenwirkung bislang "versagt" zu haben. Ohnehin verwechselten viele im Saal Weltöffentlichkeit mit Twitter-Followern. Das sei absurd: "Bis vor kurzem gab es in Deutschland mehr Kajakfahrer als aktive Twitterer". Das Publikum applaudierte. Am Schluss gab es keine Nachfragen. Aber einen Ruf nach Zugabe. → wuv.de

06: Virale Fallen, Pril schmeckt nach Hähnchen: Toyota, Otto, Henkel: Unternehmen nutzen vermehrt Social Media, um ihre Produkte zu vermarkten. Doch die Folgen sind nicht immer kontrollierbar - wie der aktuelle Fall des Grillhähnchens auf einer Spülmittelflasche zeigt. Wirbt Pril bald mit Hähnchengeschmack? Die Teilnehmer haben ihrer Kreativität freien Lauf gelassen. Sie haben Kolibris gezeichnet, die an farbenprächtigen Blüten naschen und Schmetterlinge, die über grüne Frühlingswiesen flattern. Der Favorit im Wettbewerb sieht jedoch etwas unkonventioneller aus. → spiegel.de

07: Social Media werden heute von Entscheidungsträgern in den IT-Abteilungen in ganz Europa intensiv genutzt und wirken sich auf das Kaufverhalten aus. Die Marktforscher von NetMediaEurope haben einen bestimmten Bereich des menschlichen Verhaltens näher untersucht,

und zwar einen, der in der IT-Branche von höchstem Interesse ist: die Kaufentscheidungen. Welche Rolle spielen soziale Technologien beim Einkauf von Hightech-Geräten für das Büro und das Unternehmen? → channelinsider.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: re:publica 2011



Netzpolitik: Revolution, Evolution, Organisation? Die letzte Woche stand das deutsche Social Web im Zeichen der re:publica (re-publica.de/11), die sich von einem kleinen Blogger-Treff zu einem Diskussionsforum für eine Vielzahl netzpolitischer Themen entwickelt hat (<http://bit.ly/fbMqYw>). Über die größte deutsche Social-Media-Konferenz wurde in den letzten sieben Tagen mit knapp 83 Prozent vor allem fleißig gezwitschert (#rp11), Topthema waren digitale Bürgerrechte und Netzpolitik.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Medien compact (8) (15.KW-2011)

01: **Die Analyse der neuen IVW-Zahlen des 1. Quartals:** Die Publikumszeitschriftenverlage können am Lesermarkt weiterhin nicht

durchatmen, die verkauften Auflagen der meisten Titel sinken unaufhörlich. (...) Unter den 20 erfolgreichsten am Kiosk erhältlichen Magazinen gibt es diesmal sogar nur drei Gewinner. TV 14 gewann dabei 0,7% hinzu, TV Digital 2,4% und LandLust erneut deutliche 16,5%. Allen anderen 17 Titeln gingen hingegen Käufer abhanden. Prozentual gesehen am meisten verloren dabei die Kombi TV Spielfilm Plus, die sich aus TV Spielfilm und TV Today zusammensetzt (-8,6%), TV Hören und Sehen (-6,3%) und TV Movie (-6,1%). → meedia.de

02: NewsWork in Regensburg erhielt den Zuschlag bei der Ausschreibung für den **Aufbau einer von der EU geförderten deutsch-tschechischen Presse-Agentur**. Das Projekt ist von bayerischen und tschechischen Wirtschaftskammern initiiert und wird von der Europäischen Union im ersten Projektjahr mit rund 100.000 Euro bezuschusst. ce-press wird in Zukunft aus zwei Redaktionen im bayerischen Regensburg und im tschechischen Pilsen produzieren. Geplant sind zunächst die Verbreitung von monatlich zwölf top-aktuellen Reportagen aus der Region Zentraleuropa und die Belieferung aller relevanten Print- und Audio-Medien in Deutschland und Tschechien.

03: Die Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD), der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, der Bundesverband Musikindustrie (BVMI), die Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte (GEMA), die Allianz Deutscher Produzenten - Film & Fernsehen (Produzentenallianz), die Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) und das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF) haben die **Deutsche Content Allianz als Interessengemeinschaft der Medien in der digitalen Welt** ins Leben gerufen. → ard.de

04: Redaktionelle Beiträge für

Anzeigekunden: Christa Bellert zeichnet verantwortlich für Anzeigen & Marketing in der Firma Köllen Druck+Verlag, Bonn. Und in eben diesem Verlag erscheint die Zeitschrift "der freie beruf". Von dieser Zeitschrift verschickt sie ein paar Ansichtsexemplare und die Media-Daten an einen potentiellen Inserenten und schreibt dazu: (...) "Gerne kann ich Ihnen in einem persönlichen Angebot unsere verschiedenen Möglichkeiten vorstellen wie z. B. Anzeigen in einer Kombination mit einem redaktionellen Beitrag oder Mehrfachschaltungen." off-the-record.de

05: CP erobert das iPad: Mehr als 35 Prozent der Dienstleister im Branchenverband Forum Corporate Publishing haben bereits Projekte für Tablet-PCs realisiert, weitere 30 Prozent bieten Tablet-Publishing an. Zu diesem Ergebnis kommt das vierte CP-Barometer des Europäischen Instituts für Corporate Publishing (EICP). Auf Seite der befragten Unternehmen nutzen demnach aktuell rund 15 Prozent Anwendungen auf Tablet-PCs für Ihre Unternehmenskommunikation, drei Viertel der Unternehmen erwägen dies für Zukunft. forum-corporate-publishing.de

06: Falsch beraten, der Fall Monica Lierhaus:

Die Dauerpräsenz der rekonvaleszenten Fernsehjournalistin Lierhaus zeigt: Im selbst entfachten Mediensturm wird der Offenbarungszwang zur Falle. Er gebiert neue Mythen und verschlingt das Individuum. Der langjährige Gefährte, ein Profi aus der Fernsehbranche, orchestrierte ein mediales Comeback der Halbgenesenen nach allen Regeln der Kunst. Millionen sahen Anfang Februar 2011 Monica Lierhaus' roboterhaften Auftritt, ihre trippelnden Schritte, ihr verzerrtes Gesicht, ihre gepresste Stimme. → theuropean.de

07: Leser wollen unabhängigen Journalismus:

Reklame - schalten Sie da auch immer ab? Oder überlesen Werbeanzeigen einfach? Für Unternehmen ist das bedauerlich. Schließlich wollen die Ihnen was verkaufen. Und finden dafür auch tatsächlich immer wieder Mittel und Wege. Einer führt direkt in die Redaktionen. Eigentlich sollen PR und journalistische Inhalte dort streng getrennt werden, doch das ist nicht immer der Fall. **NDR-Medienmagazin ZAPP** über [journalistische Mogelpackungen und gekaufte Inhalte](#).

08: Zehn Tage vor Ostern legt Nielsen der Branche ein Überraschungsei ins Nest. Es enthält die positiven Quartalszahlen mit Netto 5,7 Milliarden Euro, einem gestiegenen Werbedruck um 4,5 Prozent und nahezu alle Mediengattungen im Plus. Primus TV legte um knapp ein Prozent zu und verbucht 2,4 Milliarden Euro. Die in der Vergangenheit stark gebeutelten Publikumszeitschriften gewinnen 6,6 Prozent hinzu und kommen auf einen Umsatz von 850,6 Millionen Euro. → horizont.net

Services + Tipps

Service compact (3) (15.KW-2011)

01: Fachsprachen haben überall dort ihre Berechtigung, wo sie notwendig sind und verstanden werden. Sie dienen zum Beispiel dazu, dass Mediziner, Juristen und andere Experten sich über fachliche Inhalte ohne Missverständnisse austauschen können. Das ist oft nur mithilfe von Fachbegriffen möglich, die in ihrer Bedeutung präziser sind als allgemein gebräuchliche Begriffe. Wer einen fachlichen Text schreibt, muss sich daher stets fragen: Richtet er sich an Berufskollegen, die über Expertenwissen verfügen, oder an Außenstehende, denen man vieles erklären muss? Versteht der Leser die

verwendeten Begriffe oder ist er mit dem Fachchinesisch überfordert? Unterstützung im Umgang mit solchen Fragen liefern die Korrekturlösungen von Duden. →

bildungsklick.de

02: Das Mannheimer Marktforschungsinstitut Séissmo beleuchtet in seinem neuesten Forschungsbericht das Konsumverhalten reicher Männer rund um die Welt. Wofür die 10% Top-Verdiener ihr Geld ausgeben, interessiert gerade nach der im Sommer 2007 entbrannten Wirtschaftskrise, denn das Konsumverhalten der Meinungsführer kann als wegweisend gelten. Eines zeigt sich in allen Ländern gleichermaßen: Wer sich in die Ränge der Top-Verdiener gearbeitet hat, verhält sich auch privat ganz als homo oeconomicus. → ad-hoc-news.de

03: Der Mangel an Fachkräften ist eines der drängendsten Probleme im Mittelstand. Wer als Unternehmen im Wettbewerb um qualifiziertes Personal mithalten will, profitiert von einer starken Arbeitgebermarke. Das neue "Employer Brand Building" des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) hilft bei der Entwicklung. In wenigen Schritten können darüber die Inhalte und die Verpackung der Arbeitgebermarke definiert und auf die gewünschten Mitarbeiter abgestimmt werden. → ifkim.de

Termine + Tagungen

Tag des Wirtschaftsjournalismus 2011

"Business as usual? Wirtschaftsjournalismus zwischen den Krisen" - unter diesem Motto stand der vierte Tag des Wirtschaftsjournalismus am 30. März in Köln. Henning Krumrey, Vorsitzender

der Kölner Journalistenschule und stellvertretender Chefredakteur der "Wirtschaftswoche", sagte bei der Begrüßung, dass man bei der Formulierung des Themas ursprünglich nur an die Finanzkrise gedacht habe. Inzwischen sei man nicht nur mit den direkten Auswirkungen der Finanzkrise konfrontiert, sondern auch mit der Euro-Krise, der Schuldenkrise und der Krise in Japan. Die Menschen befänden sich in einem "Zustand der Dauererregung". Sie hätten Angst um das Ersparte und den Arbeitsplatz, vor steigenden Energiekosten ebenso wie vor Flüchtlingsströmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Top-Referenten beim ICCO Summit 2011

Public Relations im Jahr 2020: Einen Blick in die Zukunft der Branche wagen renommierte Größen und Mitglieder der "new generation" auf dem ICCO Summit, dem Gipfeltreffen der International Communications Consultancy Organisation (ICCO). Die Konferenz findet am 29. und 30. September in Sintra, Portugal, statt. PR-Legende Harold Burson von Burson-Marsteller leitet den Kongress, Lord Chadlington, Chef von Huntsworth plc, hält die Eröffnungsrede. Unter anderem haben auch Ketchum-Präsident Rob Flaherty, Prema Sagar von Genesis|B-M in Indien und Andreas Fischer-Appelt von fischerAppelt ihre Teilnahme bereits zugesagt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (15.KW-2010)

01: Im Rahmen des "Medientreffpunkts Mitteldeutschland" veranstaltet die Leipzig School of Media unter dem Motto "**SoLoMo - social, local, mobile**" am **4. Mai auf dem Mediacampus Leipzig eine Fachkonferenz**. Früher versorgten Tageszeitungen und Anzeigenblätter die Menschen mit lokalen Informationen - auch mit Informatio-nen

über die örtlichen Handels- und Dienstleistungsangebote. Heute bieten digitale Dienste wie Qype, Foursquare oder Groupon der Handel und Dienstleistungsunternehmen vor Ort vielfältige Wege, ihre Kunden zu erreichen. Ist das das Ende des Geschäftsmodells der klassischen Printmedien - oder eine neue Chance? Außerdem wird auf der Konferenz diskutiert, was Nutzer und lokale Wirtschaft von den Location Based Services haben. →

leipzigschoolofmedia.de

02: the conference group, Frankfurt am Main veranstaltet zusammen mit "Horizont" und weiteren Medien des Deutschen Fachverlags am 2. und 3. Mai in München den **Kongress "Social Media in Unternehmen 2011"**. Thema: Social Media nach dem Hype - Welchen Nutzen können Unternehmen wirklich daraus ziehen?". [Infos + Anmeldung](#)

Ausbildung + Seminare

Startschuss für das stud. "Global Communications Project" 2011

Bereits zum nunmehr neunten Mal ist vor wenigen Wochen das internationale "Global Communications Project" angelaufen. Es handelt sich um einen international ausgetragenen Wettbewerb auf dem Feld der Public Relation. Neun Teams, die sich aus Studenten unterschiedlicher Universitäten in elf Staaten zusammensetzen, werden in den nächsten Monaten darum kämpfen, eine möglichst überzeugende PR-Strategie für ein Wirtschaftsunternehmen auszuarbeiten. Sponsor und Auftraggeber ist in diesem Jahr ist das Unternehmen Carl Zeiss.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (4) (15.KW-2011)

01: Ihren 50. Praktikumpartner hat die 2007 gegründete **Initiative Deklaration Praktikum des Instituts für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück** jetzt gewonnen. Während des Jahrestreffens am 14. April, bei dem Vertreter der Wirtschaft mit Studierenden des 4. Semesters über Praktika zwischen Studium und Berufseinstieg diskutierten, haben vier der sieben neuen Partner die Deklaration Praktikum unterschrieben. Mit der Deklaration verpflichten sie sich zu fairen Praktika zum wechselseitigen Nutzen von angewandter Wissenschaft und beruflicher Praxis. → kug.fh-osnabrueck.de

02: Ende April weiht die **Fachhochschule Gelsenkirchen ihr neues Gebäude für das Lehrinstitut für Journalismus und Public Relations** am Hochschulstandort Neidenburger Straße ein. Das neue Gebäude für rund 2.000 Studierende umfasst etwas mehr als 12.000 Quadratmeter Nutzfläche, die sich auf Hörsäle, Seminarräume, Labore, Werkstätten, Computerarbeitsräume, Büros und Lager verteilen. Nach dem Baustart im Dezember 2007 wurde der Rohbau nach 15 Monaten im März 2009 fertig, der Umzug erfolgte während der vorlesungsfreien Zeit im letzten Sommer. → idw-online.de

03: School of Management and Innovation (SMI) der Steinbeis-Hochschule Berlin bietet einen **Professional Master Corporate Communication** an. Professionals aus Unternehmenskommunikation, PR und Werbung sollen damit zum echten Kommunikationsexperten ausgebildet werden. Gemeinsam mit anderen Fach- und Führungskräften studieren sie die Zusammenhänge verschiedener Bereiche der Unternehmenskommunikation - Organisations- und Markt-Kommunikation sowie Öffentlichkeitsarbeit. → steinbeis-smi.de

04: Der Startschuss für die Bewerbungen zum **Master Communication Management 2011 an der Universität Leipzig** ist gefallen, die Bewerbungsfrist läuft bis 31. Mai. Für den Studiengang, der im aktuellen Ranking der deutschen Ausbildungsprogramme für PR und Unternehmenskommunikation den ersten Platz belegt, werden jährlich 22 Studierende mit Bachelor- oder Diplom-/Magister-Abschluss und ersten Erfahrungen im Berufsfeld zugelassen. Das gebührenfreie Studium startet im Oktober 2011. Umfassende Infos: www.communicationmanagement.de

PR-Barometer

PR-Barometer: Influencer werden wichtiger

Klassische Pressearbeit allein reicht nicht aus. Sechs von zehn Kommunikationsprofis (58%) gehen davon aus, dass die Bedeutung von Meinungsbildnern wie Lokalpolitikern, Vereinsvorständen und Experten im persönlichen Umfeld von Zielgruppen für die Unternehmenskommunikation deutlich zunehmen wird. So das Ergebnis des aktuellen „PR-Barometers“. Fast ebenso viele (55%) sind überzeugt, dass Meinungen, Bewertungen und Empfehlungen von Familie, Freunden, Bekannten und Kollegen wichtiger werden. Nur 27 Prozent sehen dagegen die Bedeutung klassischer Meinungsführer wie hochrangiger Politiker zunehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 55: Eine schöne Idee macht noch keine gute PR-Arbeit - es ist das Resultat, das zählt

Interview mit Gabriele Horcher, Geschäftsführerin der Agentur *Möller Horcher Public Relations GmbH* (GPRA), Offenbach

PR-Journal: Sie sagen von sich, sie gehörten zu den wenigen Agenturen, die besonders viele unterschiedliche Honorarmodelle anbieten. Warum ist es für Sie notwendig, Ihren Kunden so viele Preislisten zu offerieren?



Gabriele Horcher: Für uns ist eine partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Agentur und Kunde besonders wichtig – wir wollen, dass beide Seiten profitieren. Deshalb müssen wir unseren Kunden

Honorarmodelle anbieten, die fair und sehr flexibel sind: angefangen von den klassischen Vergütungsmodellen wie Projekt oder Pauschale bis hin zu innovativen Modellen wie Erfolgshonorar und analytisches Erfolgshonorar. Auf Wunsch und bei Bedarf realisieren wir auch kombinierte Ansätze wie zum Beispiel Pauschale mit Erfolgshonorarelementen oder eine Pauschale mit Prämien bei hervorragenden Leistungen. Jedes Modell hat seine spezifischen Vorteile, und das kann für ein Unternehmen den Ausschlag geben, sich überhaupt für eine Investition in Public Relations zu entscheiden. Wir finden es wichtig, die Situation auch durch die Brille des Klienten zu betrachten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presidents' Corner

AIKA: Mitarbeiters Liebling! Employer Branding für mittelständische Agenturen



Ein Autorenbeitrag von Christa Duve-Roth, Vorsitzende AIKA Allianz inhabergeführter Kommunikations-Agenturen, Dortmund (16. April 2011)

Viele Agenturen denken auch heute über Personal Recruiting erst nach, wenn akuter Bedarf an neuen Mitarbeitern besteht. Dabei ist das Thema brandaktuell und dringend. Fachkräfte werden wieder stark nachgefragt und die Zahl der nachrückenden Junioren nimmt zukünftig weiter ab. Dies liegt einerseits an den kommenden schwächeren Jahrgängen, andererseits aber auch an dem Negativ-Image, das unsere Branche leider teilweise heute unter Nachwuchskräften genießt. Die vielerorts schlechten Arbeitsbedingungen der letzten Jahre in Agenturen sind eben nicht verborgen geblieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Deutscher Preis für Online-Kommunikation: Speeddating in Berlin

Ein (Kurz)Bericht von Sascha Stoltenow, z.Zt. Berlin: Deutscher Preis für Onlinekommunikation, zu viel Worte, #dpok bei Twitter. Das muss reichen. Dort gibts auch die Gewinner. Ansonsten: Tolle Location (ewerk Berlin), tolle Gäste, Currywurst im Glas und - wenn ich richtig gezählt habe (es ging ja so schnell) - drei

Doppelgewinner: BASF, fischerAppelt und Torben Lucy und die gelbe Gefahr. Weil Letztere niemand kennt, hatten Torben und Lucy ein Model in eine hautenge gelbe Catsuit mit tiefem (sehr tiefem) Ausschnitt geschossen und damit bewiesen, dass trotz Online-Kommunikation Primärreize am besten ziehen. Die Preisverleihung selbst war quasi minimalinvasiv. Sie ging so schnell, dass es den Nichtgewinnern gar nicht wehtun konnte, "nur" nominiert gewesen zu sein. Den Gewinnern applaudierten die Gäste kurz, plauderten dann munter weiter und ließen sich ansonsten kaum ablenken. Echte Kurzweil in Berlin also. Ist das die Zukunft? Schauen mer mal.

Pfeffer & Salz & Senf

Senf: Vorsicht, Kalle!

Ich kenne Kalle nicht, habe ihn nie gesehen. Nur seine rauchige Stimme und das verschleimte, kratzige Lachen kenne ich - durchs Telefon. Ich stelle mir Kalle so Anfang 50 vor, die Haare akkurat mit viel Gel über die kleine Glatze gekämmt, rosa Hemd, schwarzer Kunstfaser-Anzug, zu kurz gebundene Krawatte. Er hat er sich zwar mit vollständigem Namen am Telefon vorgestellt. Gemerkt habe ich mir aber nur, dass ich ihn doch einfach Kalle nennen soll. Er weiß, wie die Welt zwischen PR und Journalismus funktioniert. Sie funktioniert dank ihm. "Kerle, so funktioniert des net." Auf diese ureigene charmant-schwäbische Art begrüßte er mich gestern Abend am Telefon. "Du bisch no jung, i meins ja gut, pass a mal auf." Wie könne ich nur so simpel denken und Informationen direkt an Redaktionen schicken? So ein Aufwand, so eine Zeitverschwendung! Seine Verlagsvertretung decke 85 Prozent der Zeitungen in Deutschland ab und 95 Prozent der dort tätigen Redakteure würden nach seiner Pfeife tanzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Kürschners Handbuch Umwelt

Alle Politiker, die sich in Deutschland mit Umweltpolitik befassen, auf einen Blick? Das bietet "Kürschners Handbuch Umwelt", das Ende April 2011 erscheint. Das Buch enthält über 400 ausführliche Biografien und knapp 1000 Kontaktdaten von den Mitgliedern der umweltpolitischen Fachausschüsse aus Bundestag, Bundesrat, Europaparlament und den 16 Landesparlamenten sowie der Personen, die in den jeweiligen Regierungen für das Ressort Umwelt zuständig sind. Zu bestellen ist "Kürschners Handbuch Umwelt" jetzt unter ndv-shop.de

May: Die Menschenerkenner

Ronald May: "Die Menschenerkenner. Wie man passende Kandidaten findet und Fehlbesetzungen vermeidet. Verlag: Businessvillage, Göttingen 2011. Preis: 24,80 Euro. ISBN 978-3869801100.



Eine Rezension von Wolfgang Reineke, Heidelberg.

Ein spannendes und flüssig lesbares Buch aus der Sicht des internationalen Personalberaters Ronald May vermittelt nicht nur dem professionellen Personal, sondern allen Top-Führungskräften – auch in Kommunikations- und Marketingbereichen - des Unternehmens wichtige Einsichten und Hinweise. Bereits im Vorwort wird klar, daß dieses Werk nur im Team möglich wurde. Der Autor dieses "Sachkrimis" geht in seiner Danksagung zu Recht weit über das sonst Übliche hinaus. Der vom Zeichner Heiko Sakurai humorvoll illustrierte Inhalt

präsentiert sich in zwei Teilen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Nachhaltige Kommunikation statt Kommunikation der Nachhaltigkeit – die PR als strategischer Partner



Ein Essay von Martin Albrecht, Geschäftsführer von Touchpoint, Düsseldorf

Die Debatte um die Relevanz des Phänomens der Nachhaltigkeit für das Marketing ist allgegenwärtig: Greenwashing rufen die einen, Hype die anderen. Unbeirrt von der Debatte, steigt aber der öffentliche Anspruch an die unternehmerische Verantwortung. Also werden in fast jeder Branche eifrig Nachhaltigkeitsberichte verfasst, CSR Abteilungen gegründet und Cause-Related-Marketing Initiativen erdacht. Die PR ist praktisch immer involviert, aber meist in einer unterstützenden, selten in einer strategischen Rolle. Das ist schade, weil die meisten Initiativen so entweder in der visionären Beliebigkeit oder in kleinmütiger Charity verblasen.

Martin Albrecht, Geschäftsführer von Touchpoint, zeigt, was die Treiber der Nachhaltigkeit sind und wie strategische PR zum Kern einer erfolgreichen Markendifferenzierung wird. Seinen Artikel bitte [hier als PDF herunterladen](#).

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 (86)

Volontariat/Trainee

Die 23 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

[Junior-PR-Berater/-in – Schwerpunkt Bauen/Wohnen](#)

[PR-Berater/-in mit Social-Media-Affinität – Schwerpunkt Tourismus, Standort München](#)

[familie redlich sucht Senior PR-Berater/in // Teamleiter/in \(Berlin\)](#)

[PR-Berater/-in – Schwerpunkt Bauen/Wohnen, Standort Hamburg](#)

[Junior-Berater/-Redakteur/-in, Essen](#)

[PR-Junior-Berater/in und PR-Redakteur/in, Hamburg](#)

[Halbtagsstelle für PR \(Junior-\) Berater/in bei PR+Kommunikation in Frankfurt am Main](#)

[Online-affiner Konzeptioner \(m/w\), Köln](#)

[achtung! sucht Junior-PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)

[DIE WORTWERKSTATT sucht PR-Berater/in mit Schwerpunkt Text Automobil/Technik, Tübingen](#)

[Juniorberater \(m/w\), JP KOM, Düsseldorf](#)

[Wanted: Junior Account Executive Gesundheitskommunikation \(m/w\), Frankfurt](#)

[PR-Berater / Seniorberater \(w/m\) für Healthcare Agentur \(Eltville\) gesucht](#)

[Weber Shandwick in Berlin sucht PR-Redakteur \(w/m\) für Consumer Technology/Lifestyle](#)

[Marketing Manager \(w/m\) als Elternzeitvertretung, Berlin](#)

[Junior PR-Berater/in Consumer Health, Frankfurt](#)

[Junior-Berater/in bei agentur05 in Köln](#)

[Junior Consultant \(w/m\) Corporate Communications, Hamburg](#)

[Emanate suche eine/n PR-Berater, München](#)

[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

Medien

Leiter/in Kommunikation, Hamburg

Unternehmen

Account-Manager (w/m) mit Medien-Know-How, Berlin

Junior Manager Communications (m/w) Produkt PR, Berlin

Berufseinstieg als Übersetzer / Texter (m/w), Raum München

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

Verbände (Non-Profit)

Kommunikationsagentur sucht Referent Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Berlin

Leiter/-in der Stabstelle Kommunikation, Bonn

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. April 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.766 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 (ursell[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenoiw[at]yahoo.com).

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Das Team

von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": 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.