

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 289 / 16. + 17. KW 2011

Seite 1

Social Media: Der Erfolg wächst mit der Erfahrung

Wer nach einem Jahr Social Media Bilanz zieht und zu dem Ergebnis kommt, Social Media lohnt sich nicht, hat Social Media nicht verstanden. Denn der Aufbau von Beziehungen braucht seine Zeit und bedeutet mehr als Gewinnspiele für kurzfristige Effekthascherei. Wie stark der Erfolg in den sozialen Medien von der Erfahrung abhängt, zeigt nun eine Befragung des Web-Portals Social Media Examiner (PDF) von 3.300 Marketing-Fachleuten aus aller Welt. Danach hängt nicht nur der Erfolg von Social Media, sondern auch die Wahl der eingesetzten Tools stark von der Erfahrung der Social Media Verantwortlichen ab.

Den Artikel von "Netzökonom" Holger Schmidt am 29. April in den FAZ-Blogs [hier online weiterlesen](#).

Jeff Jarvis' 36 Aussagen über den Zustand der Nachrichten-Branche

"Ich bin erstaunt, auf welche unternehmerische Naivität ich in Diskussionen über das Nachrichten-Geschäft stoße", schreibt US-Medienprofessor Jeff Jarvis in seinem Blog — und liefert gleich 36 Aussagen über den Zustand einer Nachrichten-Branche mit, die sich mitten im Medienwandel befindet. Er stellt Regeln für Geschäftsmodelle, einen Realitätscheck für Zeitungen, digitale Regeln und Chancen für die Branche zu Diskussion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

karrierebibel: Entscheidungssache – 15 Wege, Vertrauen zu schaffen

„Vertrauen ist der Anfang von allem“ lautete einst der Slogan, mit dem die Deutsche Bank ihre Finanzprodukte bewarb – und damit den Tenor der gesamten Branche traf: Sein sauer verdientes Geld gibt man schließlich nicht irgendwem, man vertraut es einem Menschen mit seriösem Leumund an; einem, der ehrlich berät, der gewissenhaft Anlagen auswählt und nahezu selbstlos hilft, den eigenen Wohlstand zu mehren. In der Theorie jedenfalls. Jeder weiß, was in der Praxis geschah: Vor ein paar Jahren erschütterte die Finanzkrise das Vertrauen der Menschen in einem bis dato unbekanntem Maß. Weltweit fühlten sich die Menschen durch die sogenannten Finanzexperten verraten und verkauft. Das Vertrauen – es war in diesem Fall der Anfang vom Ende.

Den Artikel von Jochen Mai am 26. April in "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).



Atomausstieg: Kampf um Öffentlichkeit (Horror-PR der Atomverstörer und ihrer Freunde)

Zahlen sind für viele Fakten. Sie wirken seriös, suggerieren Präzision. Wer Zahlen hat, hat quasi den Beweis, vor allem wenn sie aus scheinbar unabhängigen Quellen oder von vermeintlich neutralen Experten stammen. In der aktuellen Debatte um Atom-Ausstieg und Strompreise führt diese Zahlenfixiertheit vieler Journalisten allerdings in die Irre. Mareike Fuchs und Anne Ruprecht [berichten am 20. April im Medienmagazin "Zapp"](#) (NDR) über zweifelhafte Zahlen und geplante Panikmache.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

142 PR-Agenturen melden für 2010 wieder ein Plus von 1,4 Prozent

Nach dem krisengebeutelten 2009 melden 142 PR-Agenturen und PR-Berater für 2010 insgesamt 485,38 Millionen Euro Honorarumsatz und damit ein leichtes Plus von 1,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch bei den Mitarbeiterzahlen zeichnet sich ein leichter Anstieg ab: insgesamt 4.746 Mitarbeiter zählt das PR-Ranking, das sind 47 Arbeitsplätze mehr als noch in 2009. Berlin ist Gewinner des Jahres im Ranking der Ballungsräume und kommt mit 17 Agenturen und 97,2 Mio. Euro von Platz 3 auf den 1. Rang. Im nunmehr 15. PR-Umsatz-Ranking fragt Gerhard A. Pfeffer erstmals nach dem Ausbildungsangebot und erhält ein erfreuliches Ergebnis: 119 der befragten

Unternehmen bieten Ausbildungsplätze, das entspricht einem Anteil von 84 Prozent. Alle Rankings können ab sofort [hier abgerufen werden](#). **Sollten Sie dabei Probleme haben, nutzen Sie Facebook, dort gibt es das Ranking ebenfalls: PR-Journal PR-Ranking 2010**
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Burson-Marsteller baut strategische Beratung aus

Der TV-Journalist Michel Doermer ist in das Frankfurter Media-Team von Burson-Marsteller eingestiegen. Er kommt von Bloomberg TV, wo er für den globalen englischsprachigen Nachrichtensender zuletzt die Berichterstattung aus Deutschland verantwortete. Zuvor war er mehrere Jahre für Bloomberg TV in London tätig. Als Senior Manager berät Doermer Kunden, die ihre Bewegtbild-Kommunikation im klassischen wie im Web-TV ausbauen wollen. Krisenkommunikation und Medientrainings sind weitere Tätigkeitsbereiche von Doermer.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer Director Consumer Communications bei Sky Deutschland

Der Kommunikationsbereich von Sky Deutschland ist strukturell erweitert worden. Dazu wurde ein



neuer Bereich Consumer Communications geschaffen, der alle kommunikativen Inhalte, die für den Konsumenten von Interesse sind, bündelt. Dies beinhaltet die Themenfelder Sport, alle fiktionalen und Third-Party-Channel-Inhalte sowie Produkte von Sky wie Sky+ und Sky Go. Zum verantwortlichen Manager wurde Ralph Fürther (46) ernannt, die Abteilung Content und Produkt übernimmt Moritz Wetter (35), der in dieser Funktion an Ralph Fürther berichten wird. Zuvor war Fürther Leiter der Sportkommunikation und arbeitete vor seiner Tätigkeit bei Sky unter anderem für Sat.1, Eurosport und die Deutsche Eishockey Liga (DEL).

Röwekamp wird neuer Leiter der dpa-Unternehmenskommunikation

Christian Röwekamp (41) übernimmt am 1. Mai die Leitung der Unternehmenskommunikation bei der Nachrichtenagentur dpa. Als Pressesprecher wird er damit Nachfolger von Carsten Wieland (39), der erst Anfang Dezember vergangenen Jahres Justus Demmer als dpa-Sprecher abgelöst hatte und nun in den Diplomatischen Dienst des Auswärtigen Amtes wechselt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Christian Cordes verlässt Coca-Cola

Christian Cordes (41), bisher Director Public Affairs and Communications bei Coca Cola Deutschland in Berlin, verlässt auf eigenen Wunsch und aus persönlichen Gründen das Unternehmen. Er verantwortete unter anderem die Weiterentwicklung der digitalen Marken- und Unternehmenskommunikation und koordinierte die Nachhaltigkeitskommunikation der deutschen Coca-Cola Organisation. Cordes wird seine Aufgaben bis auf weiteres vertragsgemäß

wahrnehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



PMG-Press-Monitor®

PMG FORUM 2011 [Anmelden](#)

Mehr Einblick. Mehr Durchblick.

Im Mai findet wieder das PMG Forum in verschiedenen Städten statt. Als Thema ist unter anderem die PMG TrendAnalyse, eine automatisierte Präsenzanalyse, gesetzt. Dazu bietet die PMG attraktive Jubiläumsangebote zum 10jährigen Bestehen an. Anmeldung und Einzelheiten unter www.pmg-forum.de.

Robert Trenkel wird Geschäftsführer bei A&B One

Robert Trenkel (45) wurde bei A&B One (GPRA) zum Geschäftsführer berufen. In dieser Funktion soll er von der Hamburger Niederlassung aus den Ausbau des Geschäftsfeldes Marketingkommunikation vorantreiben. Hierzu gehört vor allem die stärkere Profilierung der Agentur als integrierter Kommunikationsdienstleister in den Sektoren Telekommunikation, Entertainment sowie Informationstechnologien. In diesen Branchen verfügt Trenkel über langjährige Erfahrungen in der Produkt- und Unternehmenskommunikation. Er wird zudem an der stärkeren Verzahnung der On- und Offline-Kommunikation der Agentur mitwirken. A&B One hatte jüngst alle ihre Kompetenzangebote und Spezialbereiche unter einer einheitlichen Marke gebün-

delt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Klaus Rohr verlässt PMG

Klaus Rohr (48) verlässt zum 30. Juni 2011 in freundschaftlichem Einvernehmen PMG Presse-Monitor in Berlin, wo er als Geschäftsführer tätig ist. Die Gesamtleitung übernimmt ab sofort der bis-herige Mitgeschäftsführer Peter Horvath (51). Rohr möchte sich zukünftig neuen unternehmerischen Herausforderungen stellen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (33) (16.+17.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Markus Tschannen** (30) wechselt am 1. Mai zur Kommunikationsagentur Klar in Bern (CH), wo er als Projektleiter in der Beratung und Umsetzung von Onlineprojekten und insbesondere im Bereich Social Media tätig sein wird. Zuletzt war er als Leiter Marketing und Kommunikation beim Berner Softwareentwickler Puzzle ITC tätig. Tschannen folgt auf **Urs Frieden**, der die Agentur Ende März verlassen hat und künftig in der Kommunikation des Schweizerischen Roten Kreuzes arbeiten wird.

02: **Matthias Windeck** (33) verstärkt als B2B-Kommunikationsberater die Agentur Hedinger Communications in Hamburg. Darüber hinaus soll er den Bereich Social Media der Agentur ausbauen. Der gelernte Verlagskaufmann und studierte Soziologe war bereits von 2003 bis 2008, zunächst als Werkstudent und anschließend als Junior-Berater für die Agentur tätig. Von Januar 2009 bis März 2011 arbeitete er als Online Marketing Consultant bei Inpromo.

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikations-erfolg 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

03: **Milene Rijcken** und **Sara Yussefi** verstärken ab sofort den Bereich Brand- und Sales Communications der Kommunikationsberatung Ketchum Pleon Deutschland (GPR). Rijcken war bei Burson-Marsteller Senior Consultant Public Affairs und betreute dort verschiedene Etats. Yussefi kommt von Kleber PR Network, wo sie als Senior Account Manager PR Kunden- und Projektverantwortliche für Singapore war.

04: **Magdalene Swaczyna** als neues Mitglied im Team von Alpha & Omega PR in Bergisch Gladbach zuständig für die Entwicklung von Strategien und Konzeptionen. Die Germanistin bringt Erfahrungen aus den Bereichen Health Communication und Online-PR mit, die sie bisher gesammelt hat, zuletzt bei der Kölner Agentur rotthaus medical.

05: **Tanja Terney Hansen** (37) verstärkt als Senior Beraterin seit April das Beratungsteam der Ludwigsburger Agentur Château Louis. In ihrer vorherigen Position war sie als Beraterin PR &

Strategische Kommunikation bei Schneider Kommunikation in Stuttgart vor allem in der Betreuung von mittelständischen IT-Unternehmen tätig.

06: **Imke Meinen** (45) verstärkt die Stuttgarter Agentur Roth & Lorenz als Senior-Consultant. Die Kommunikationswirtin arbeitete zuvor jeweils mehrere Jahre in Führungspositionen der Marketing- und Kommunikationsabteilungen großer Versicherer und Finanzdienstleister, zuletzt bei dem Investmenthause Paribus Capital in Hamburg.

07: **Lars Hommerich** (32) startet als Senior Berater bei der Kölner Agentur für Kommunikation im Handel und am POS, Die Gefährten. Der gelernte Werbekaufmann kommt von der Agentur red, einer Unit der Media Audience Beratung (MAB) Berlin, wo er zuletzt als Senior Account Manager in der Kundenberatung tätig war.

08: **Florian Bieker** (33) verstärkt das Inpromo-Team in Hamburg als Projekt Manager "Social Media Monitoring" und wirkt an der Weiterentwicklung des Social Media Monitoring Tools "Inpromo Social Monitor" mit.. Er kommt vom Hamburger Medienbeobachter X-Ray und war davor bei Landau Media tätig.

09: **Marilyn Neumann** (31) verstärkt ab sofort im Kontakt-Bereich die SWZ Trade-Unit der Nürnberger Kommunikationsagentur Schultze.Walther.-Zahel. Die Diplom-Kauffrau betreute seit August 2007 als Marketing Assistant und seit Juli 2008 als Project Manager Kunden der Werbeagentur queo in Dresden.

- 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.

10: **Tanja Terney Hansen** (37) verstärkt als Senior Beraterin seit April das Beratungsteam von Château Louis in der strategischen Kommunikationsberatung. Sie ist seit 2000 als PR-Beraterin tätig, bis 2010 bei Trimedia/Grayling, seit 2010 bei Schneider Kommunikation.

11: **Marcel Baumgartner** (32) beginnt am 1. Mai als Consultant im Bereich Corporate Publishing bei YJOO Communications in St.Gallen (CH). Der Mitinhaber und Gründer der wortwerk Medien war bisher als Chefredakteur des Unternehmermagazins "Leader" tätig.

12: **Julia Petz** (27) verstärkt als Junior-Beraterin die Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner. Die Politik- und Kommunikationswissenschaftlerin hat ihre Berufserfahrungen in zahlreichen Redaktionen und Pressestellen sowie auf Agenturseite gesammelt.

UNTERNEHMEN:

13: **Michaela Huber** (36) übernimmt als Senior Vice President die Leitung des Bereichs Corporate Communications des OMV-Konzerns in Wien (AT). Sie folgt auf **Andreas Rinofner** (44), der diese Funktion seit dem Ausscheiden von **Bettina Gneisz-Al-Ani** im Juni 2010 ausgeführt hat. **Daniela Auer** (45) wird Huber in ihrer neuen Führungsfunktion als Stellvertreterin unterstützen. Huber ist seit 2008 im Unternehmen, seit Juni 2009 als Head of Media Relations zuständig für den weltweiten Presseauftritt, sie bleibt weiterhin Unternehmenssprecherin der OMV. Auer hat langjährige und internationale Kommunikationserfahrung im OMV-Konzern, sie leitet seit Januar 2011 im Bereich Corporate Communications die Abteilung Internal & Public Relations. Rinofner kam 2008 zur OMV, deren Konzernkommunikation er ab Juni 2010 leitet und nun in eine neue Managementfunktion innerhalb der OMV wechselt.

14: **Sven Jacobsen** (38), bisher Head Corporate Communications und Unternehmenssprecher der Media-Saturn Unternehmensgruppe in Ingolstadt, übernimmt zum 1. Mai die neu geschaffene Position des Vice President Corporate Communications des Unternehmens. Darüber hinaus ist er in seiner neuen Funktion für die operative Umsetzung der Corporate Social Responsibility-Strategie der Unternehmensgruppe und der Beratung der Landesgesellschaften in diesem Bereich zuständig. Jacobsen ist seit März 2007 bei Media-Saturn. Zuvor war er im Bereich Unternehmenskommunikation von Henkel und Metro Cash & Carry tätig.

15: **Livia Dandrea-Böhm** (42) hat die Leitung der External & Product PR und die Funktion der Pressesprecherin bei A1 Telekom Austria in

- 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

Wien (AT) übernommen. Von 1996 bis 2010 war sie bei Austrian Airlines in verschiedenen Funktionen tätig, ab 2007 als Bereichsleiterin für die gesamte Kommunikation der Fluglinie. **Elisabeth Mattes** hat den Bereich External Communications bei A1 Telekom Austria zusätzlich zu ihrer Funktion als Director of Group Corporate Communications übernommen.

16: **Stefanie Gerhardt** (38) ist neue Leiterin Unternehmenskommunikation des Autovermieters Europcar in Hamburg. Zuvor war sie seit September 2008 als Director Corporate Communications bei der Hotelgruppe ArabellaStarwood Hotels & Resorts in München für die Kommunikation in den Märkten Deutschland, Österreich, Schweiz, Mallorca und Südafrika verantwortlich. Gerhardt folgt auf **Stefanie Dargel**, die in neuer Funktion als Director Marketing tätig ist.

17: **Torsten Oltmanns** (46) übernimmt am 1. Juni die Kommunikation des Mischkonzerns Haniel (Metro, Celesio) in Duisburg. Er leitet bislang die Kommunikation und das Marketing der Unterneh-

mensberatung Roland Berger und war dort zum Partner ernannt worden. Oltmanns folgt auf **Jutta Stolle**, die die neu geschaffene Zentralabteilung zur Betreuung der Mitglieder der Familie Haniel, denen der Haniel-Konzern gehört, leiten wird.

18: **Tobias Havers** (32) wird zukünftig die Kommunikationsaktivitäten des Gütersloher Gesundheitsunternehmens Quiris Healthcare verantworten. Der studierte Sportwissenschaftler und PR-Manager kommt von der Agentur medical relations in Langenfeld, wo er über 5 ½ Jahre in verschiedenen leitenden Beratungspositionen tätig war, davon zwei Jahre als Account Director und zuletzt als Director Development & Digital Marketing.

19: **Mirjam Brungs** ist Pressesprecherin und Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der am 21. April eröffneten Landesgartenschau Norderstedt. Sie wird von **Julia Mischke** als PR-Referentin unterstützt. Brungs war zuvor Chefredakteurin bei business-on.de Hamburg. Mischke war zuvor Referentin Unternehmenskommunikation der Marseille-Kliniken Hamburg.

20: **Christian Witt** (36) wird ab Juni neuer Leiter der Unternehmenskommunikation des Stuttgarter Traditionswarenhauses Breuninger. Der studierte Politologe hat zuvor die Unternehmenskommunikation des Flughafens Düsseldorf geleitet. Er folgt auf **Helmuth Bohnenstengel**, der über Jahrzehnte für die Öffentlichkeitsarbeit von Breuninger verantwortlich war.

21: **Tanja Albat** (37) ergänzt das Team der Unternehmenskommunikation des Gesundheitskonzerns Agaplesion in Frankfurt am Main im Bereich externe sowie interne Kommunikation. Zuletzt war die studierte Publizistin und Politikwissenschaftlerin bei der Düsseldorfer Nach-

- 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!](#)

richtenagentur Global Press als Redakteurin für das Ressort Medizin und Gesundheit tätig.

22: **Matthias Finke** ist neuer PR Manager im Communications-Team von dtp entertainment in Hamburg. Er war zuvor seit 2007 bei Marchsreiter Communications in München beschäftigt und betreute dort in den letzten zwei Jahren als PR Berater nationale sowie internationale Kampagnen.

23: **Angelika Elgert** (30) leitet die Unternehmenskommunikation der kika/Leiner-Gruppe in St. Pölten (AT), sie soll zudem neue Schwerpunkte in den Bereichen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung setzen. Sie kam 2009 als Assistentin des Geschäftsführers zu kika/Leiner.

24: **Petra Klähn** (38) ist neue Pressesprecherin sowie Leiterin Öffentlichkeitsarbeit und interne Kommunikation bei Raffinerie Heide in Hemmingstedt. Sie kommt von Audi, wo sie seit 2004 als Pressesprecherin für verschiedene Themengebiete tätig war.

MEDIEN:

25: **Michael Schulz** (48) ist neuer Leiter des Bonner Büros der medienfabrik Gütersloh. Der Werbekaufmann und Kommunikationswirt war zuletzt Head of Advertising Agency bei Dynevo, dem Mediendienstleister der Bayer Business Services. Schulz folgt auf **Christian Horn**, der in die medienfabrik-Zentrale am Standort Gütersloh wechselt und dort die Leitung des Key Account Managements im Geschäftsfeld Corporate Communications übernimmt.

26: **Cindy Lohse** (29) übernimmt die Verantwortung für die Corporate Publishing-Aktivitäten der Motor Presse Stuttgart und wird gleichzeitig zur stellvertretenden Verlagsleiterin ernannt. Die Diplom-Betriebswirtin startete Anfang 2005 als Assistentin des Geschäftsführers der Motor Presse Stuttgart, nach Stationen als Produktmanagerin innerhalb des Hauses verantwortete sie zuletzt den Bereich Corporate Projects.

27: **Thomas Reiche** verlässt als Pressesprecher nach fünfeinhalb Jahren RPR, knapp zwei Jahren bigFM und einem Jahr Rockland Radio die Rheinland-Pfälzische Rundfunk Gesellschaft in Ludwigshafen. Ab Anfang Juni 2011 wird er in einer Agentur in Köln antreten. Zukünftig stehen **Marc Mutert**, **Gernot Ohrt** und **Tina Starratt** als Ansprechpartner für Presse-, Aktions- und Kooperationsanfragen zur Verfügung.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

28: **Michaela Braun** übernimmt die Leitung der Kommunikation vom Tonhalle-Orchester Zürich (CH), sie koordiniert Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising und Grafik des Orchesters. Sie war zuvor elf Jahre lang bei der schweizer Grossbank UBS im Kultursponsoring tätig. Braun löst in dieser Position ihre Vorgängerin

- 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.

Catherine Abraham ab, die sich *Anfang 2011 als Kommunikationsberaterin selbstständig gemacht* hat. **Andrea Christiane Müller** verantwortet den Aufbau und die Durchführung des Fundraisings für das Tonhalle-Orchester Zürich und übernimmt die Betreuung des Gönnervereins. Sie war bisher bei Agenturen und Stiftungen in Deutschland tätig. Für den Bereich Marketing ist **Christian Eigner**, für die Öffentlichkeitsarbeit **Katharine Jackson** zuständig, die Grafik verantwortet **Eva Menghetti**.

29: **Daniel Görs** und **Mario Rosendahl**, Geschäftsführer der Hamburger Agentur Eyecansee in Ahrensburg legen ihre Vorstandsmandate im DPRG Landesverband Norddeutschland nieder. Im April 2005 wurden sie in den Vorstand der DPRG Nord berufen, nach sechs Jahren Vorstandsarbeit konzentrieren sich die Kommunikationsexperten künftig auf die Arbeit in ihrer Agentur. Rosendahl stellt damit ab sofort sein Amt als stellvertretender Landesgruppensprecher zur Verfügung. Görs legt sein Vorstandsmandat ebenfalls nieder.

30: **Gabriele Köhne** (43) hat in der Geschäftsstelle des Verbands der Diagnostica-Industrie (VDGH) in Berlin eine neue Tätigkeit als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aufgenommen. Zum Jahresende soll sie die Gesamtverantwortung für die Verbandspressearbeit übernehmen. Die aus-gebildete Redakteurin war zuletzt für die Kommunikation des Internetportals der Deutschen Krebsgesellschaft verantwortlich.

31: **Celia Schönstedt** (32) ist Pressesprecherin des Bunds der Freien Waldorfschulen in Stuttgart. Sie folgt auf **Peter Augustin**, der als Head of Public Relations zur WHU Otto Beisheim School of Management gewechselt ist. Schönstedt kommt von Wala Heilmittel in Bad Boll, wo sie seit Oktober 2007 als Pressereferentin für Arzneimittel tätig war.

32: **Eva Maria Hartlieb** (27) verstärkt die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Rote Nasen Clowndoctors in Wien und der internationalen Dachorganisation Rote Nasen Clowndoctors international. Zuvor war sie bei der Partnerorganisation Rote Nasen Clowns im Krankenhaus in Berlin für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

33: **Astrid Drabant-Schwalbach** ist von den Gesellschaftern der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK), Berlin zur neuen Akademischen Leiterin bestellt worden. Die Journalistin ist Inhaberin der Kommunikations- und Managementberatung GlobalKomm in Berlin.

Etats

Grayling holt sich DHL-Etat

Die Deutsche Post DHL erweitert ihren Agentur-

pool um den Kommunikationsdienstleister Grayling. Die PR-Agentur hat sich den Europa-Etat für den Logistikbereich gesichert. (...) Ziel sei es, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Logistikbereich weiter ausbauen und in ausgesuchten europäischen Märkten zu stärken. Im Mittelpunkt sollen neben den traditionellen Märkten auch wachstumsstarke Länder stehen. Details werden derzeit ausgearbeitet. Die Steuerung des internationalen Agenturnetzwerks übernimmt die Frankfurter Grayling-Niederlassung in enger Abstimmung mit dem Team in London. → horizont.net

Etats compact (21) (16.+17.KW-2011)

01: Tourismuszentrale Fichtelgebirge, Fichtelberg
was: *Pressearbeit*
an: **piroth.kommunikation**, Pullach

02: MedienKombinat, Chemnitz/Potsdam
was: *Pressearbeit*
an: **Möller Horcher PR**, Freiberg/Offenbach

03: ProfitBricks, Berlin
was: *externe Kommunikation*
an: **PR von Harsdorf**, München

04: Hamburg Marketing (HMG), Hamburg
was: *Pressearbeit und Kommunikation*
an: **red roses communications**, Hamburg

05: LiveFiLm, München
was: *Consumer- und Trade-PR in Deutschland*
an: **Harvard PR**, München

06: Poggenpohl Möbelwerke, Herford
was: *Online-Newsletter "Partner News" für die Händler*
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing** (Ganske Verlagsgruppe), Hamburg

07: Gut Conow Landprodukte, Feldberger
Seenlandschaft
was: *Public Relations und Kommunikation für
Conower Jerky*
an: **PR4you**, Berlin

08: Igel Ingenieurgemeinschaft Erich Leitner,
Ebersberg
was: *Strategie und Umsetzung der
Unternehmens-Kommunikation*
an: **kommunikationz**, München

09: Verein Spiel des Jahres, Düren
was: *Entwicklung von Namen und Logo für die
neue Preiskategorie*
an: **Counterpart Group**, Köln

10: Bierwirth & Kluth Hotel Management
Services, Rüsselsheim
was: *PR-Marketing Etat für das Courtyard by
Marriott Hotel Wiesbaden*
an: **ahoi Werbeagentur**, Wiesbaden

11: Teepack Spezialmaschinen, Meerbusch
was: *Messeetat für die interpack 2011 sowie
Kommunikations-Etat für 2011*
an: **Stadler Markenkommunikation**, Kirchheim

12: caratart, München
was: *Kommunikation von der klassischen
Pressearbeit bis zur strategischen Beratung*
an: **agentur05**, Köln

13: Kindernothilfe, Duisburg
was: *Umsetzung der bundesweite Kampagne
Aktion "Action!Kidz – Kinder gegen Kinderarbeit"*
an: **DFC Deutsche Fundraising Company**,
Berlin

14: Continental Reifen Deutschland, Hannover
was: *medienwirksame Inszenierung der Produkte
von Continental, Uniroyal und Semperit in*

Deutschland und der Schweiz
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

15: DailyDeal, Berlin
was: *Unternehmens-PR*

16: Urban-Brand, Grünwald
was: *Unternehmens-PR für Windeln.de*
an: **Hoschke & Consorten**, Hamburg

17: Sächsische Landesanstalt für privaten
Rundfunk und neue Medien (SLM), Leipzig
was: *Website-Relaunch*

18: Sächsische Ausbildungs- und
Erprobungskanäle (SAEK) Förderwerk für
Rundfunk und neue Medien, Leipzig
an: *Relaunch des Online-Auftritts*
was: **4iMedia**, Leipzig

19: Initiative Lifecare, München
was: *Kommunikation für den neuen Home&Trend
Award*

20: Irwin Industrial Tools, Hallbergmoos
was: *Fachpressearbeit, Unternehmens- und
Produktkommunikation für Lenox und Irwin in
Deutschland*
an: **becker döring communication**, Offenbach

21: Weinhaus Château André Ziltener, Reinach
(CH)
was: *verschiedene PR-Massnahmen*
an: **Wirz Corporate**, Zürich (CH)

Branche

Scholz & Friends, Burson-Marsteller und Hill & Knowlton werden Geschwister

Commarco, Holding für Marketing-Kommunikation
im deutschsprachigen Raum mit Sitz in Hamburg,

wird künftig Teil des weltweiten WPP-Netzwerks mit Hauptsitz in London (GB). Commarco wurde bislang von dem Finanzinvestor Cognetas als Mehrheitsgesellschafter begleitet. Die WPP-Holding wird Commarco – nach erfolgreicher kartellrechtlicher Genehmigung – zu einhundert Prozent übernehmen. Über den Kaufpreis haben beide Seiten Stillschweigen vereinbart.
Weiterlesen auf der Homepage

fischerAppelt Agenturgruppe segelt in starkem Aufwind

Die Agenturgruppe fischerAppelt (GPRA) mit Hauptsitz in Hamburg konnte 2010 einen Honorarumsatz von 26,3 Millionen Euro erzielen. Das entspricht einem Plus von 2,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr. "Damit haben wir im Jahr nach der Wirtschaftskrise ein solides Ergebnis erreicht und die Grundlage für ein noch erfolgreicheres Jahr 2011 gelegt", sagt Andreas Fischer-Appelt, Vorstand fischerAppelt.
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Ranking: PR-Doppelspitze im Ländle

Communication Consultants und Storymaker sind laut „Pfeffers PR-Ranking“ die PR-Agenturen Nummer 1 in Baden-Württemberg. Im Sport nennt sich so etwas Fotofinish: Mit gerundet jeweils 2,04 Millionen Euro Honorarumsatz teilen sich die Communication Consultants (CC) aus Stuttgart und die Tübinger Storymaker Agentur für Public Relations nach dem jetzt erschienenen Branchenranking des PR-Journals (in Insider-Kreisen als „Pfeffers PR-Ranking“ bekannt) den Platz an der Spitze des Bundeslandrankings für Baden-Württemberg. Erst bei den hinteren Kommastellen zeigt sich, dass die Vorjahres-Spitzenreiter von CC auch 2010 noch einen hauchdünnen Vorsprung von gerade einmal

3.000 Euro ins Ziel gerettet haben. Im Jahr 2009 hatte Storymaker das damals erstmals ausgewiesene Baden-Württemberg-Ranking angeführt – eine sportliche Rivalität mit Tradition also.
Den amüsanten Beitrag vom 20. April in "Agenturforum.CC" [hier online weiterlesen](#).

Edelman übernimmt gosub

Edelman kauft sich bei gosub ein. Die interaktive Agentur für Markenwelten aus Berlin wurde damit am 20. April Tochtergesellschaft von Edelman Frankfurt. Damit weitet Edelman sein Geschäft der digitalen Beratung in Europa maßgeblich aus. Der Zusammenschluss wurde in Berlin offiziell bestätigt und verkündet. Carsten la Tendresse, Geschäftsführer von gosub, Dominik Trautvetter (Creative Director), Simon Cubasch (Creative Director) sowie Marcel Marek (Finance Manager) bilden nach wie vor das Management der 20-köpfigen vielfach ausgezeichneten Digitalagentur.
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Public Relations Global Network (PRGN) wählt neue Führung und bekommt neue Mitglieder

Public Relations Global Network (PRGN), internationales Netzwerk von 42 unabhängigen PR-Agenturen, hat in Brüssel die Wahl von Francine Robbens von PRP - Public Relations Partners zur neuen Vorsitzenden bekannt gegeben. Robbens wird das auf sechs Kontinenten vertretene Netzwerk künftig leiten und tritt damit die Nachfolge von Patricia Pérez von VPE Public Relations in Los Angeles an.
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Atomausstieg: Kommunikation verunsichert Verbraucher

Die überwiegende Mehrheit der Deutschen fordert weiterhin den Ausstieg aus der Kernenergie, allerdings muss der Strom bezahlbar bleiben. Zu Sorgen über mögliche persönliche Einschränkungen durch steigende Strompreise tritt die wachsende Unzufriedenheit über fehlende Transparenz in der Energiedebatte. Das ist das Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Umfrage im Auftrag der Kommunikationsagentur Ketchum Pleon (GPRA) in Düsseldorf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

IPRA veröffentlicht neuen globalen Verhaltenskodex für Öffentlichkeitsarbeiter

Der weltweite PR-Verband IPRA (International Public Relations Association) hat einen neuen, 18 Punkte umfassenden Kodex zu Fragen professionellen und ethischen Verhaltens veröffentlicht. Das Papier wurde erstmals in englischer und arabischer Fassung am 13. April auf der zweiten Internationalen Konferenz der Golf-Sektion der IPRA in Abu-Dhabi vorgestellt. Es kann nun in 23 Sprachen unter ipra.org heruntergeladen werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Paul Holmes würdigt die Arbeit von Porter Novelli, Hering Schuppener und AxiCom

Anlässlich der Preisverleihungen für PR-Agenturen in der Kategorie "EMEA's Best To Work For", vergeben vom Holmes Report, würdigte Paul Holmes die Preisträger mit anerkennenden Worten. Darunter sind

Agenturen, die auch und besonders in Deutschland erfolgreich sind, wie Porter Novelli, Hering Schuppener und AxiCom:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-royale: "An der Börse wären die Werte des Königshauses extrem gestiegen"

Aus PR-Sicht war die Hochzeit von William & Kate ein Glücksfall für die britische Monarchie, findet Helmut Freiherr von Fircks, Geschäftsführer und Inhaber von F&H Public Relations und der F&H Werbeagentur in München. Ob der Adel professionelle PR braucht und wie es um die Außer-darstellung der deutschen Adelsfamilien steht, verrät er im Gespräch mit [W&V Online](#).

Branche compact (13) (16.+17.KW-2011)

01: Eyecansee, Hamburg bietet als erste Agentur ein **Franchise-System für PR, Werbung und Internet**. Das Angebot richtet sich vorrangig an den Kommunikationsnachwuchs sowie Einzelberater und Existenzgründer. Franchise-Nehmer können unter anderem von der bereits seit 2002 bestehenden Agenturmarke und der Unterstützung im Beratungs- und Agenturgeschäft profitieren. Darüber hinaus bietet das Franchise-System Hilfe und Coaching bei unternehmerischen Aufgaben, der Strukturierung und Optimierung des Büroalltags sowie der Kundenakquisition. Ein Franchise-Handbuch, Checklisten, interaktiver Austausch und Schulungen des Franchise-Gebers runden das Existenzgründungsprogramm der PR- und Kommunikationsbranche ab.

02: Die deutschen Journalisten Dienste (djd) in Reichenberg haben einen neuen kostenfreien **Praxisbericht "Pressearbeit Bauen und Wohnen"** herausgebracht. Wie wichtig der richtige

Umgang mit den Medien für die Branche Bauen/Wohnen/Garten ist, zeigen verschiedene Prognosen und Marktstudien: Die deutsche Bauwirtschaft rechnet für dieses Jahr mit einem leichten Umsatzplus, hauptsächlich getragen durch die privaten Haushalte. Ähnlich verhält es sich im DIY-Markt – Wohnungsbauer und Heimwerker ließen 2010 allein in den klassischen Baumärkten einen Rekordumsatz von über 18,4 Mrd. Euro in den Kassen klingeln. Der Umsatz im gesamten DIY-Markt ist noch sehr viel größer, Marktforscher beziffern ihn auf rund 200 Mrd. Euro.

03: Der Communicator-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) und des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft geht in diesem Jahr an den Direktor des Max-Planck-Instituts für Bildungsforschung, Berlin, Professor Gerd Gigerenzer. Der Psychologe und Risikoforscher, der zugleich Direktor des 2008 neu gegründeten Harding-Zentrums für Risikokompetenz in Berlin ist, wird für seine Fähigkeiten ausgezeichnet, zentrale Themen wie die Kunst des Entscheidens und den Umgang mit Risiken und Unsicherheiten einer breiten Öffentlichkeit nahezubringen. Der "Communicator-Preis – Wissenschaftspreis des Stifterverbandes" ist mit 50.000 Euro dotiert. → dfg.de

04: Die dpa-Tochter news aktuell lädt Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen dazu ein, ihre **PR-Fotos bis 10. Juni beim PR-Bild-Award (ehemals obs-Award) einzureichen**. Der länderübergreifende Branchenpreis wird jährlich in Kooperation zwischen APA-OTS Originaltext-Service, der news aktuell sowie news aktuell Schweiz ausgeschrieben. Die Bewerbung ist kostenlos und erfolgt online unter pr-bild-award.de. Insgesamt stehen 2011 folgende Kategorien zur Auswahl: Unternehmenskommunikation, Events und Kampagnen, Produktfoto, Porträt und Non-Governmental Organi-

zations (NGOs). Neu dabei ist 2011 die Sonderkategorie "Tourismus".

05: Die Agentur conpublica in Selfkant startet ab Mai eine "**Social Media Sprechstunde für Unternehmen**". Dabei geht es nicht darum, Fragen wie "Was ist Twitter?" oder "Wie funktioniert Facebook?" zu beantworten, sondern es geht um eine kostenlose Evaluierung, ob Social Media Instrumente wie Twitter, Facebook, XING und Weblogs für das Unternehmen sinnvoll sein können. In einer maximal 30-minütigen Sprechstunde am Telefon wird gemeinsam mit dem Social Media Experten und conpublica Inhaber Frank Bärmann ein standardisierter Fragebogen abgearbeitet. Dann folgen eine Analyse/Auswertung und Handlungsempfehlungen. → conpublica.de

06: Führungskräftekommunikation ist kein Selbstläufer. In der aktuellen Umfrage des „Leadership Reputation Instituts“ unter Führungskräften gaben nur knapp die Hälfte der Befragten an, dass in ihrer Organisation eine spezielle Führungskräftekommunikation etabliert ist. Dies bedeutet, in jedem zweiten Unternehmen ist sie unzureichend. Zwei Drittel der Befragten geben an, dass die erlebte Führungskultur unzureichend ist und sich stark von den verkündeten Führungsprinzipien unterscheidet. → peakom.com

07: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) bescheinigt den **Full-Service-Internetagenturen für 2010 ein deutliches Wachstum**. Die Honorarumsätze stiegen im vergangenen Jahr um rund 20 Prozent und übertreffen die ursprünglichen Erwartungen des Vorjahres um sechs Prozentpunkte. Dies geht aus dem **Internetagentur-Ranking 2011** hervor, das vom BVDW in Kooperation mit High-Text iBusiness, Horizont und Werben & Verkaufen jährlich erhoben wird. Das komplette Internetagentur-Ranking steht bei den Kooperationspartnern in den Print- und Online-Ausgaben bereit sowie unter bvdw.org.

08: Die im hessischen Dreieich ansässige Agentur für redaktionelle Bewegtbildkommunikation **ComSat Media aktualisiert seinen online Redaktionsservice *cms-GOMEX (Global Media Exchange)***. Mit inzwischen über 12.000 weltweit registrierten Journalisten, mehr als 250 Stunden Downloads von Videomaterial pro Monat und einem der größten Bewegtbild-Archive für Unternehmenskommunikation muss investiert werden. Seit dem Relaunch Anfang 2010 stiegen die Nutzerzahlen rasant an. Als Resultat werden nun einige Verbesserungen und Erweiterungen umgesetzt.

09: **Schaal.Trostner Kommunikation (GPRA)**, Stuttgart führt regelmäßig **Redaktionsumfragen** durch - die 12. Auflage konzentrierte sich auf den **Online-Service www.bau-pr.de**, ein passwortgeschütztes Recherche-Instrument für Journalisten. Das Ergebnis: Neun von zehn Befragten kennen www.bau-pr.de und jeder zweite nutzt den Service seit mindestens drei Jahren. Fast ein Viertel nimmt den 1998 gegründeten Dienst sogar schon seit über sechs Jahren in Anspruch. 33 Prozent gaben an, das Portal häufig zur Recherche zu benutzen bzw. das bereitgestellte Material zur eigenen Verwendung herunterzuladen. → bau-pr.de

10: **Mediaquell, Anbieter von Newsrooms, Nachrichten- und Social-Media-Plattformen, und die Fachagentur MBWA Public Relations sind neue Partner im Logistikbereich.** Technik und Design liegen in der Hand von mediaquell. MBWA PR übernimmt als mediaquell-Vertriebspartner die Beratung, Konzeption, Redaktion und den inhaltlichen Aufbau für seine Logistikkunden. Abgerundet wird der neue Agenturservice durch eine zeitgemäße Nachrichtendistribution in diverse relevante Social-Media-Kanäle und Suchmaschinenoptimierung (SEO).

11: **Die Agentur Petranix Corporate and Financial Communications mit Hauptsitz in Adliswil-Zürich (CH) ist seit Mai 2011 mit einer Repräsentanz in München** vertreten. Die Repräsentanz hat das Ziel, die Kundenbeziehungen in Deutschland weiter zu entwickeln und auszubauen. Zu ihren Kompetenzbereichen gehören die Strategische Kommunikation, Geschäftsberichte, Corporate Responsibility, Media und Investor Relations sowie Corporate Publishing. Der neue Standort wird von Martina Gräfin von Stosch geleitet.

12: Die **PR-Agentur Krampitz** gibt einen **Leitfaden für die Pressearbeit in der Solarbranche** heraus. Das Nachschlagewerk enthält zahlreiche Checklisten zur Medienarbeit. Umfangreiche Kapitel sind den Werkzeugen der Pressearbeit, der Entwicklung und Umsetzung von PR-Strategien und beispielhaften Kampagnen gewidmet. Neben speziellen Tipps für die Pressearbeit in der Solarbranche blicken die Autoren über den Tellerrand und zeigen Beispiele erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit aus anderen Branchen auf.

13: Eine aktuelle Forsa-Umfrage der Deutschen Universität für Weiterbildung (DUW) zeigt: **Nur 20 Prozent der deutschen Erwerbstätigen wissen, welche Aufgaben ein Lobbyist oder Public-Affairs-Manager wahrnimmt.** 51 Prozent der Befragten kennen die beiden Berufsbezeichnungen nicht. 28 Prozent haben die Berufsbezeichnung zwar schon einmal gehört, könnten aber keine Aufgaben benennen, die dazu gehören. Forsa befragte 1.002 Erwerbstätige im Februar und März 2011. → duw-berlin.de

Reputation Management + CSR

Reputation Intelligenz: Der CEO als strategischer Reputation Manager

(cw) Die Reputation und der Erfolg eines Unternehmens hängen von einer Vielzahl von Faktoren ab. Doch nichts ist so reputationswirksam wie das Auftreten und Wirken des CEO, seines Teams und seiner Führungskräfte. Ob Rückrufaktionen, Aktienspekulationen, Standortschließungen: es ist nicht die Krise an sich, sondern, der Umgang damit. Auf die Akzeptanz von Strategie, Maßnahme und Botschaft übt der Vorstand einen erheblichen Einfluss aus. Theoretisch nicht neu – in der Praxis besteht jedoch Nachholbedarf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Was ist Corporate Social Responsibility – wann kommt CSR in Social Media an?

Im Unternehmenskontext wird das Thema Corporate Social Responsibility (CSR) immer häufiger von den Medien, der Politik und der Wirtschaft thematisiert. Doch was bedeutet CSR überhaupt und welche Auswirkungen hat die immer stärkere Bedeutung von Social Media in diesem Kontext?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

"Negative Meldungen über Ihr Unternehmen? Wir helfen" ...

(cw) ...Oder: "Wie Sie mit dem Marketing-Frühwarnsystem xy auf negative Meldungen reagieren." Und: "In 4 Schritten zu einer positiven Unternehmensreputation". Aussagen wie diese findet man allenthalben auf einschlägigen Websites. Wer sich mit diesen vollmundigen Verspre-

chen an reputationsgeschädigte Unternehmen wendet, leistet diesem einen Bärendienst. Und schadet dem Thema Reputation Management.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Schweiz: Public Relations Agenturmarkt erholt sich

Der Markt für die PR-Agenturen der Schweiz hat sich im Jahr 2010 stabilisiert. Nach einem Rückgang der Honorarerträge im Jahr 2009 um 9,2 Prozent zeigt die Umsatzerhebung und Marktstatistik des Bundes der PR-Agenturen der Schweiz (BPRA) Anzeichen der Erholung. Rückblickend gelang es den Umsatz im Jahr 2010 zu stabilisieren (- 0,9%), die Mitarbeiterzahl der im Verband zusammengeschlossenen Anbieter wächst wieder und die Markteinschätzungen für das Jahr 2011 sind zurückhaltend optimistisch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Südafrika: Worldcom PR Group EMEA begrüßt mit Lange 360 neuen Partner

Lange 360, eine PR- und Kommunikations-Beratungsagenturen in Südafrika, ist neuer Partner der Worldcom Public Relations Group, weltweites Partner-Netzwerk von unabhängigen und inhabergeführten PR-Agenturen. Nachdem Lange 360 das Auswahlverfahren sowie den Nachweis über die Qualitätsstandards erbracht hat, wurde die Agentur im April zum Mitglied des Netzwerks ernannt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Österreich: Fall Strasser hat überhaupt nichts mit Lobbying zu tun

PRVA-Präsidentin Ingrid Vogl über die angekratzte Reputation der PR-Branche, Honorarrichtlinien, das geplante Lobbyingregister und die drei PR-Todsünden in sozialen Netzwerken. "Die Fälle Strasser, Hochegger schaden der PR-Branche, die Reputation sei dadurch angekratzt", sagt PRVA-Präsidentin Ingrid Vogl im derStandard.at-Chat. Der Fall Strasser habe aber "überhaupt nichts mit Lobbying oder PR-Arbeit zu tun", sondern sei "schlicht und einfach Korruption und politische Bestechung". → [derstandard.at](#)

Österreich: PRQA-Agenturen wachsen stärker als die Branche

Trotz wirtschaftlicher Turbulenzen haben sich Österreichs PR-Agenturen 2010 gut gehalten. Mit einem durchschnittlichen Wachstum des Honorarumsatzes von 5,9% zeigen die zertifizierten Agenturen der PR Quality Austria deutlich bessere Daten als der Branchenschnitt, so das Ergebnis des aktuellen Extradienst-Rankings. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

ZDF: Mit diesen Zwei twittert man besser

Mit seinen Twitter-Accounts demonstrierte das ZDF schon früh, wie man Soziale Netzwerke erfolgreich einsetzt. Allein ZDFonline hat heute über 40.000 Nutzer. Wäre da nicht dieser klitzekleine Schönheitsfehler: unter ZDFonline und ZDFneo twittert gar nicht das ZDF, sondern 2 Jungs aus Baden Württemberg. Eine nicht

alltägliche Geschichte mit einem interessanten Verlauf und Vorbildcharakter: [Mainzer Meeting](#)

Vergesst den Social Media ROI

Die Frage nach dem monetären Nutzen von Social-Media-Aktivitäten wird eine der bestimmenden Fragen des Jahres sein. Immer mehr Unternehmen engagieren sich im Social-Media-Bereich und deren Vorstände wollen Zahlen sehen, denn umsonst sind Social-Media-Aktivitäten nicht, auch wenn sie auf kostenlosen Plattformen stattfinden. Doch Heidi Cohen plädiert für einen anderen Weg: Vergesst den Social Media ROI und schaut euch an, was wirklich wichtig ist!

Den Artikel von Falk Hedemann (mit einem Plädoyer von Heidi Cohen) am 19. April in "t3n.de" [hier online weiterlesen](#).

Deutsche Bank baut Social-Media-Team auf

Die Kunden-Kommunikation über Twitter, Facebook und Co. scheint langsam in der Mitte der Gesellschaft anzukommen. Bester Beweis dafür ist, dass immer mehr große Unternehmen, wie beispielsweise die Deutsche Bank, Social Media für sich entdecken. Das Frankfurter Geldinstitut baut nun sogar eine eigene Social-Media-Unit auf. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (7) (16.+17.KW-2011)

01: **Social Media nimmt in der Kommunikation eine zunehmend wichtige Rolle ein:** Laut der aktuellen Umfrage des PR Netzwerkes Eurocom Worldwide sollen 2011 die Budgets für Social Media bei 38 Prozent der Unternehmen ansteigen.

Aber auch die wachsende Präsenz von Unternehmen mit eigenen Profilen auf Facebook (51%) spiegelt die gestiegene Bedeutung wider. Eurocom Worldwide hat über 650 Führungskräfte in Technologie-Unternehmen nach ihrer Einschätzung zu Themen wie soziale Netzwerke, Unternehmensblogs, Recruitment im Social Web sowie zum Einsatz und zur Bedeutung von Social Media befragt. Trotz des Bedeutungszuwachses sehen 54 Prozent der Unternehmen klassische Public Relations nach wie vor als die effizienteste Kommunikationsdisziplin an – vor Internet Marketing (50%) und Social Media (35%). → schwartzpr.de

02: Journalisten greifen mehr und mehr auf das Internet zur Informations- und Themenrecherche zurück. Die Journalistenstudie von attentio::pr-agentur belegt die Bedeutung von Presseportalen und Social Media Portalen für den modernen Journalismus. Für fast 70 Prozent der befragten Journalisten sind Online-Presseportale und für nahezu die Hälfte sind Social Media Portale eine wichtige Informationsquelle. In welchem Umfang die Vertreter der Print-Medien tatsächlich online aktiv sind, hat die Studie "Pressearbeit 2011" herausgefunden, für die 65 Journalisten aus der Fach- und Tagespresse zur Entwicklung und den Auswirkungen des Medienstrukturwandels befragt wurden. pr-gateway.de

03: Mirko Lange, Geschäftsführer von **talkabout communications** (GPRA) in München und Social-Media-Dozent, ist zwar Social-Media-Fan, geht aber mit dem Thema äußerst kritisch um. Auf der Internet World schlachtete er kürzlich hintereinander gleich mehrere heilige Kühe, die die Branche sonst gerne überschwänglich als Social-Media-Erfolge feiert. **"Nicht alles, was bei Social Media als Erfolg verkauft wird, ist ein Erfolg."** Seine Gegenthese: Social Media wird erst dann wirklich gut, nicht wenn sie

verkaufen will, sondern wenn es wirklich sozial ist. W&V-Online-Autorin Anja Janotta sprach mit dem Provokateur. → wuv.de

04: Alle reden von den neuen Potenzialen, Chancen und Risiken, die soziale Netze dem Internet-Marketing bieten. Aber: Welche Unternehmen nutzen diese Möglichkeiten wirklich? Welche Ziele und Erwartungen stehen dabei im Vordergrund? Und welche Maßnahmen erscheinen ihnen sinnvoll? Im Auftrag der Email-Expo erstellt Promio.net eine aktuelle **Expertenstudie zur Frage, wie Unternehmen Social Media schon jetzt einsetzen oder dies für die Zukunft planen.** Die Ergebnisse werden im Vorfeld der Email-Expo, die am 16. Mai in Frankfurt am Main stattfindet, online präsentiert. → messefrankfurt.com

05: Das bekannte Werk "Über den Umgang mit Menschen" von Adolph Freiherr Knigge hat sich seit 1788 etabliert und als umgangssprachlich "Der Knigge" in verschiedensten Formen immer weiter entwickelt. Vom gedruckten Buch über digitale Medien und Technologien gilt er als Sinnbild für das erfolgreiche Zusammenleben. Tobias Bieheim ist seit 1999 "drin" und beobachtet als anfänglicher Webdesigner die Entwicklungen des Netzes stetig. Die Zusammenführung von Verhaltensregeln, Erklärungen und neuen technischen Entwicklungen soll die Aufgabe seines **Social-Media-Knigge-Blogs** sein. → social-media-knigge.de

06: In ihrer aktuellen Titelstory belegt die Zeitschrift "absatzwirtschaft" anhand der Ergebnisse der Exklusivstudie in Kooperation mit Peakom, dass Manager die sozialen Netzwerke zwar als sehr wichtige Werkzeuge zur Kundenkommunikation für ihr Unternehmen ansehen, sich aber kaum persönlich entsprechend prominent mit dem Thema beschäftigen. **"Das Verhalten vieler Manager passt nicht zu den Zielen, die sie für ihr Unternehmen setzen"**, sagt Peakom-Geschäftsführer Michael Gross zum Umfrageergebnis unter

243 Geschäftsführern, Marketern und weiteren Profis. → absatzwirtschaft.de

07: Kaum ein Thema bewegt momentan so stark wie Social Media. Alle wollen dabei sein, doch oft fehlt es an Erfahrungswerten und Strategien. Das Terrain ist glitschig, und nicht selten gehen gute Ideen nach hinten los. So auch bei **Motorola und Henkel: Beide haben die Web Community nach Inputs für ihre Produkte gefragt - und sind dabei gehörig auf die Schnauze gefallen.** → netzwoche.ch

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Anti-Atom-Ostern



mediamonitoring

Anti-Atom-

Ostereier und Royal Wedding 2.0. Dieses Jahr legte der Osterhase vielerorts ganz besondere Eier in den Korb - Anti-Atom-Ostereier. Das Aktionsbündnis Anti-Atom Magdeburg nutzte nach dem Vorbild von Greenpeace erfolgreich das Web 2.0 zur Promotion dieser Aktion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Henri Nannen Preis 2011: Preisträger für Lebenswerk und Pressefreiheit gewählt

Der Journalist, Sachbuchautor und Sprachkritiker Wolf Schneider wird von Gruner + Jahr und dem "Stern" für sein journalistisches und publizisti-

sches Lebenswerk mit dem Henri Nannen Preis 2011 ausgezeichnet. "Stern"-Chefredakteur Andreas Petzold begründet die Entscheidung damit, dass Schneider mit seiner Arbeit ganze Journalisten-Generationen prägte. Viele seiner Schüler gehörten heute zu den führenden Köpfen unserer Medienlandschaft. Er wird geehrt als Doyen der Journalistenausbildung in Deutschland, als unverdrossener Verfechter des Qualitätsjournalismus und als unerbittlicher Hüter der deutschen Sprache.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoritäre Regime machen Freiheit des Internets zunichte

Der Intendant der Deutschen Welle, Erik Bettermann (66), hat darauf hingewiesen, dass autoritäre und despotische Regime die Freiheit des Internets zunehmend zunichte machen. Anlässlich des Internationalen Tags der Pressefreiheit (3. Mai) sagte er bei einer Veranstaltung in Brüssel, in manchen Regionen der Welt sei der freie Austausch von Informationen und Meinungen im Internet für Blogger und Nutzer Sozialer Medien lebensgefährlich. Technische Hilfsmittel erlaubten es, auch anonyme Meinungsäußerungen zurückzuverfolgen und gegen Andersdenkende vorzugehen. Das Internet ist nicht mehr nur ein Instrument für Dissidenten und Aktivisten, sondern auch für Diktatoren, sagte der Intendant.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 1. Quartals 2011

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen und Verbreitung der

gedruckten Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Hier die wichtigsten IVW-Zahlen und die prozentualen Veränderungen der Quartale IV/2010 und I/2011 im Überblick:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (16.+17.KW 2011)

01: **Das Erste und das ZDF waren im April so erfolglos wie selten zuvor.** Gegenüber dem März verloren die beiden Sender zusammen 1,9 Prozentpunkte und waren damit die Verlierer des Monats. Weniger als die gemeinsamen 24,3% erreichten sie in ihrer Geschichte nur selten. Trotz fehlender ganz großer Quotenhits war RTL insgesamt erneut die Nummer 1 - zum neunten Mal hintereinander. Die 14,6% sind zudem der viertbeste Monats-Marktanteil der vergangenen sieben Jahre. Das Erste verlor gegenüber dem März 0,6 Zähler und rutschte damit auf 12,6%, das ZDF büßte sogar 1,3 Zähler ein und kam mit 11,7% auf den viertschlechtesten Wert der ZDF-Geschichte. Die Sender auf den Plätzen 4 bis 8 haben allesamt gewonnen, vor allem für Sat. 1 (+0,4) und ProSieben (+0,5) ging es spürbar nach oben. → [meedia.de](#)

02: Wenn Reporter aus Kriegsgebieten berichten, dann wird ihre Arbeit anerkannt. Das gleiche gilt für Krisen, etwa die Folgen des Erdbebens in Japan, der Zusammenbruch der Banken oder Regierungskrisen. In solchen Zeiten genießen Journalisten in der Bevölkerung hohes Ansehen. Aber das ist leider nie von Dauer, denn **eigentlich haben Journalisten einen wirklich schlechten Ruf.** Zu diesem niederschmetternden Ergebnis ist gerade wieder die Umfrage eines Meinungsforschungsinstituts gekommen. Aber woran liegt es eigentlich, dass Journalisten so unbeliebt sind? [NDR-Medienmagazin Zapp über den schlechten Ruf der Journalisten.](#)

03. **Anlässlich des Welttags des geistigen Eigentums am 26. April** forderten der Deutsche Journalisten-Verband und die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di die Verlage und Rundfunkunternehmen als unmittelbare Nutzer journalistischer Leistungen auf, die Urheberrechte ihrer Autoren zu respektieren. Texte zum Preis eines Butterbrots, Hörfunkbeiträge für einen Apfel und ein Ei, Fotos und Videos gratis, dazu alle Rechte ausschließlich und inklusive: Solche Zumutungen der Medienunternehmen trocknen den professionellen und kreativen Journalismus aus und schaden massiv der Medienfreiheit. → [djv.de](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Mai 2011

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im April 2011 wurden 2.915 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 17.489 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

KSK, VG Wort & Co. – Start in die journalistische Selbstständigkeit

Wer sich als freie(r) Journalist(in) selbstständig macht (*gilt auch für PR-Berater/innen*), wird vor

allem am Anfang wahrscheinlich nicht zu den Großverdienern gehören. Um so wichtiger, dass man kein unnötiges Geld verschenkt. Diese Folien erläutern, wie die Künstlersozialkasse funktioniert, warum man sich unbedingt bei der VG Wort anmelden sollte, wie die Steuererklärung bei freien Journalisten aussieht, warum es sich in dem meisten Fällen lohnt, umsatzsteuerpflichtig zu sein und vieles mehr. **Geldwerte Tipps für Neueinsteiger auf dem freien Markt.** Die Folien gehören zu einem Seminar, das ich heute an der Kölner Journalistenschule gegeben habe. *Die Folien können bei Slideshare als pdf-Datei heruntergeladen werden unter einem Link, der [hier auf der Blogseite "medial digital"](#) von Ulrike Langer steht.*

Monitoring für PR-Veröffentlichungen

Das Web 2.0 bietet nicht nur zahlreiche Möglichkeiten Unternehmens- und Produktinformationen zu veröffentlichen, sondern stellt auch das PR-Monitoring vor neue Herausforderungen. Die Reichweitenkontrolle der Öffentlichkeitsarbeit im Social Media-Dschungel ist eine wichtige Aufgabe für PR-Verantwortliche geworden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (16.+17.KW-2011)

01: **Der Deloitte-Report „Global Powers of the Consumer Products Industry“** beleuchtet die Konsumgüterbranche und identifiziert die 250 größten Konsumgüterunternehmen. Regional betrachtet zählen Unternehmen aus Südamerika und Großbritannien, laut des Deloitte-Reports, zu den Gewinnern. Bei Unternehmen aus Südamerika stiegen die Nettoumsätze um 16,3 Prozent, in Großbritannien um 9,5 Prozent. Bei den Unternehmen aus Kontinentaleuropa gingen die Nettoumsätze hingegen um 1,1 Prozent zurück, in Deutschland sogar um 5,4 Prozent. Nach

Sektoren bewertet konnte sich der Bereich Nahrungsmittel-, Getränke- und Tabakwaren am besten behaupten. → [deloitte.com](#)

02: **Einer aktuellen repräsentativen Studie des Trendbüros zufolge, ist das Vertrauen in die Politik mit nur noch 15 Prozent stark gesunken**

Befragt wurden hierzu im März 2011 insgesamt 1.000 Bundesbürger. 63 Prozent gaben an, dass ihr Vertrauen in die Politik in den letzten beiden Jahren gesunken ist. Lediglich zwei Prozent haben an Vertrauen in die Politik gewonnen, für 35 Prozent hat sich keine Veränderung ergeben. Damit hat die Politik ein vergleichbares Vertrauen wie die Werbung (10 Prozent). Junge Menschen (geboren zwischen 1980 und 1995) zeigen überraschenderweise mit 52 Prozent den geringsten Vertrauensverlust in die Politik. → [trendbuero.de](#)

Termine + Tagungen

5. Niedersächsisches PR-Forum - PR Journal verlost 2 x freien Eintritt

Unter dem Motto "Gesellschaftsrevolution! Kommunikationsevolution? Wenn Ansprüche zu Herausforderungen werden" laden die Fachhochschule Hannover und der gemeinnützige Verein PR-Studierende Hannover (PRSH) zum 5. Niedersächsischen PR-Forum ein. Am 24. Juni haben PR-Praktiker und Wissenschaftler bei diversen Workshops und Vorträgen die Gelegenheit, sich über künftige Herausforderungen der Kommunikationsbranche auszutauschen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (16.+17.KW-2010)

01: Personalwirtschaft, eine Marke von Wolters Kluwer Deutschland, veranstaltet am 27. und 28. Juni das **Praxisseminar "Interne Personalkommunikation"**. Die Experten für interne Personalkommunikation geben Input und erarbeiten in Workshops gemeinsam entsprechende Strategien und Kommunikationskonzepte. Die Seminarinhalte sind: Markenansätze für HR, Denken in HR-Produkt- und Dienstleistungsportfolios, Commitment und Kommunikation innerhalb von HR, Kommunikationsstrategien für interne HR PR, Internal HR-Branding-Strategien, wie aus Strategien Kommunikationskonzepte entstehen, Mitarbeiter und Führungskräfte als Fans von HR, Case Studies & Workshops. Ausführliches Programm und Anmeldung unter: campus.personalwirtschaft.de

02: Unter dem Titel "Grüße aus... Facetten einer Ansichtskartensammlung" widmet sich eine **Ausstellung im Museum für Kommunikation Berlin** vom 6. Mai bis zum 14. August dem privaten Schreiben und Sammeln von Ansichtskarten. Von der Geburtsanzeige über humorvolle Karten bis hin zur Kondolenzkarte – anhand ausgewählter Beispiele rückt das von Studierenden des Instituts für Europäische Ethnologie der Humboldt-Universität zu Berlin realisierte Projekt neben den Bildmotiven auch die Rückseiten, das Geschriebene, in den Blickpunkt.

03: **Public Relations als fünfte Gewalt PR-Experten diskutieren die Grenzen ihres Fachs.** Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Ministerien und Organisationen gewinnt immer mehr an Bedeutung und beeinflusst auch die Arbeit von Journalisten. Es ist mehrfach die Rede von den Public Relations als fünfter Gewalt. Wo ist die Grenze zwischen PR und Journalismus? Wie können sich Bürgerinnen und Bürger in der Informationsvielfalt orientieren? Was können sie

glauben? Darüber diskutieren die PR-Experten Klaus Kocks von der Cato-Societät für Kommunikationsberatung in Hornbach/Ww. und Lutz Meyer, Geschäftsführer der Agentur Blumerry, Berlin, zuvor Geschäftsführer der Scholz & Friends Agenda. Jörg Wagner von RadioEins wird das Gespräch moderieren. Die Veranstaltung der **Berliner Landeszentrale für politische Bildungsarbeit** findet am 12. Mai um 18:30 Uhr in der Humboldt-Universität in Berlin, Seminargebäude am Hegelplatz, statt. Der Eintritt ist frei.

Ausbildung + Seminare

DAPR: Nächste Grundausbildung steht; Specials im Mai und Juni

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) hat die Termine für ihre 36. Grundausbildung bekannt gegeben. Das Programm startet im Oktober 2011 und endet im Februar 2012. Im Mai und Juni finden zweitägige Einzelseminare statt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ein Tag mit einer jungen Werberin: Die Illusionsmaschine

Glamour und immer eine Nase Koks parat - so tickt die Werbebranche im Film. Der Alltag ist mühsames Schürfen im Ideenbergwerk, inklusive Konferenzmarathon. Dominik Stawski begleitete in einer Hamburger Agentur eine Werberin, die sich mit 26 Jahren manchmal schon steinalt fühlt. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (8) (16.+17.KW-2011)

01: Zum Wintersemester 2011/12 hat die **MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation** ihren internationalen Masterstudiengang "**Media and Communication Management**" erweitert. Studierende können sich dann schon ab dem ersten Semester spezialisieren und damit entscheiden, ob sie sich am Ende des Studiums Brand Manager, Manager Unternehmenskommunikation oder Kreativmanager nennen wollen. Im Rahmen der drei neuen Spezialisierungen "Brand Management", "Corporate Communications" und "Culture and Creative Industries" erarbeiten die Masterstudenten mit ihren Professoren und Kommilitonen alle Facetten des strategischen und operativen Medien- und Kommunikations-Managements aus betriebswirtschaftlicher ebenso wie aus kreativer Perspektive. → idw-online.de

02: Neben klassischer PR-Arbeit sind Corporate Websites, Blogs und Soziale Netzwerke für Unternehmen heute zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Öffentlichkeitsarbeit geworden. Dabei müssen die klassischen PR-Instrumente mit den vielen neuen Möglichkeiten der Online-Kommunikation sinnvoll kombiniert werden. Auch müssen Autoren mit den unterschiedlichen Formaten, Blickwinkeln und Schreibstilen für Print- und Onlinemedien vertraut sein, damit ihr Einsatz zum Erfolg führt. Die beiden **media workshops "Klassische PR und Social Media im Kommunikationsmix"** und "**Online-Schreibwerkstatt**" der **dpa-Tochter news aktuell** geben dafür Hilfestellung, sie finden im Mai in Hamburg und Berlin statt. → presseportal.de

03: Nach **Einführung des englischsprachigen eLearning-Moduls CSR Communication** am **Institute Corporate Responsibility Manage-**

ment an der Steinbeis University Berlin (ICRM) können jetzt auch andere Hochschulen und Institute vom zeit- und ortsunabhängigen Lernen im Internet profitieren. Als Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis eignet sich das Modul im besonderen Maße auch für Inhouse-Trainings in Unternehmen und Agenturen - speziell mit internationaler Vernetzung. Es kann je nach Bedarf inhaltlich und zeitlich angepasst werden und ist jederzeit im Internet auf der Moodle-Lernplattform unter csr-communication.org erreichbar. Inhaltlich geht das eLearning-Modul auf das gesamte Spektrum der CSR Kommunikation ein.

04: Die zunehmend komplexe Medienlandschaft und ein oftmals bestsellergetriebener Buchmarkt stellen hohe Anforderungen an die PR-Mitarbeiter von Verlagen: Nur wer die Spielregeln für den Dialog mit den unterschiedlichen Öffentlichkeiten genau kennt, kann sein Unternehmen und dessen Produkte optimal nach Außen vertreten. Vor diesem Hintergrund veranstaltet die **Akademie des Deutschen Buchhandels** vom 16. bis 18. Mai in München das Seminar "**Grundlagen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Verlage**". Das Seminar richtet sich an Mitarbeiter aus Presseabteilungen von Verlagen, Medienunternehmen und Agenturen – insbesondere an Neu- oder Quereinsteiger. Weitere Informationen und Anmeldung unter buchakademie.de

05: **Der neue Kurs "PR-Manager/-in" des Studieninstituts für Kommunikation startet Ende Mai in München.** Vermittelt werden im Rahmen der dreimonatigen berufsbegleitenden Weiterbildung die Grundlagen für jeden, der in Sachen Öffentlichkeitsarbeit aktiv ist. Neben den Wochenend-Seminaren zu Themenkomplexen wie "Text", "Konzeption" und "Präsentation" liegt ein theoretischer Schwerpunkt auf den "Methoden und Instrumenten der PR". Auch bei dieser Weiterbildung zum/zur PR-Manager/in (komm) ist die

Balance zwischen Theorie und Praxis wichtig. Weitere Informationen unter studieninstitut.de

06: Die anhaltende Nachfrage an Onlinespezialisten hat die Westdeutsche Akademie für Kommunikation (**WAK**) in Köln veranlasst, ab dem kommenden Wintersemester den dreisemestrigen **Studiengang "Online-Marketing Management" auch als Volontariatsausbildung** anzubieten. Damit wird den Arbeitgebern die Chance geboten, sofort und ohne zeitliche Einschränkung über Mitarbeiter zu verfügen, die sich berufsbegleitend nach Feierabend zu Fachkräften ausbilden lassen. Mehr zum Studiengang Online-Marketing Management unter: wak.de

07: **Die Deutsche Universität für Weiterbildung (DUW) qualifiziert berufsbegleitend zum Public-Affairs-Manager.** Berufstätige können neben dem Job einen Master in European Public Affairs absolvieren. Der Fokus auf Europa macht den DUW-Master im Vergleich zu anderen Public-Affairs-Angeboten einzigartig im deutschen akademischen Weiterbildungsmarkt. Durch die Mischung aus Selbststudium, Online-Einheiten und Präsenzseminaren können die Teilnehmer berufsbegleitend zum Masterabschluss gelangen. → duw-berlin.de

08: Das **Münsteraner Universitäts-Institut für Kommunikationswissenschaft** startet im Oktober 2011 den **Masterstudiengang "Strategische Kommunikation"**. Die Bewerbungsphase beginnt im Juni und endet am 15. Juli. Der Studiengang mit 15 Plätzen richtet sich an Bachelor-Absolventen der Kommunikations- und Medienwissenschaft, die sich im Bereich der Public Relations spezialisieren möchten. Mehr Informationen zum Masterstudiengang Strategische Kommunikation unter: pr-master.uni-muenster.de

Presidents' Corner

Kommunikationsverband: Aufschwung und Abschwung in einem!



Ein Autorenbeitrag von Klaus Flettner, Frankfurt am Main, Präsident des Kommunikationsverbandes, Hamburg (20. April 2011)

In Deutschland geht es nur noch aufwärts. So hört und liest man es zumindest auf allen Kanälen. Ja, es wird wieder eingestellt, investiert und konsumiert. Und die Kommunikatoren jubeln über nicht vorher gesehene Zuwachsraten.

Ist es also vorbei mit den restriktiven Budgets, mit dem immer gestrengeren Einkauf, dem KPI-orientierten Controlling? Back to the good old times? So einfach ist die Welt – zumindest in der Kommunikationsbranche – nicht (mehr) zu betrachten. Ja, da ist der Aufschwung, spürbar für uns alle. Und das ist auch wichtig und gut so! Aber. Da ist auch ein deutlicher Abschwung zu erkennen. Und das ist nicht gut. Zum einen äußert sich dies in der Qualität der Kommunikation und zum anderen in den Honoraren und Margen der Kommunikationsmacher.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... unsere Zukunft, die in Asien liegt



Guten Tag! In den Mauerzeiten machte in Berlin der Spruch die Runde "Ein Optimist lernt Russisch, ein Pessimist Chinesisch". Und heute, da es zwischen Ost und West friedlicher zugeht?

Soll ein Optimist vielleicht lieber Indisch lernen, weil das nach China bevölkerungsreichste Land demokratischere Strukturen als Rußland und China zusammen hat? Oder vielleicht lieber Portugiesisch, weil das aufstrebende Brasilien ein Schwergewicht in der Wirtschaftsentwicklung geworden ist, und dabei entschieden demokratischer regiert wird als die anderen genannten Länder?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Zur Ethik der Kommunikation: Feig und falsch oder dumm?

Eine poetische Handreichung für die heutige Regierungskoalition gab Joachim Ringelnatz schon 1910 in diesen Zeilen:

"Was du als richtig empfunden,
Das sage und zeige,
Oder schweige.
Wahr ist der Würdige oder stumm.
Immer bleibt, wem der Schein genügt,
Wessen Zunge das Herz belügt,
Feig und falsch oder dumm."

Gefunden von Pitt van Bull
26. April 2011

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Seltsame Hüte – ein TV-Ereignis



(nsb) Es war einmal eine Insel, wo die Menschen lauwarmes Bier tranken und ihre Königin seltsame Hüte trug. Die Königin hatte drei Söhne, einen mit sehr großen Ohren, einen mit sehr großen Zähnen, und einen dritten. Allen dreien fielen früh die Haare aus, und sie hatten Ähnlichkeit mit ihren Lieblingstieren, den Pferden.

In einem Land auf der anderen Seite des Meeres hatte man keinen König mehr, sondern einen Langweiler. Den letzten König, der sich Kaiser nennen ließ, seltsame Uniformen trug und ständig „kolossal“ sagte, hatte man in ein drittes Land verbannt. Auch dieses Land hatte eine Königin, die pausbäckig war, pausbäckige Söhne hatte und seltsame Hüte trug.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gericht: Gulasch, Gulasch über alles

(nsb) Ursprünglich kamen nur Rinderhesse, Zwiebeln, wild wachsender Kümmel, Salz und Wasser in den Topf. Wohl schon im Mittelalter haben Hirten in der pannonischen Steppe so eine nahrhafte Suppe bereitet, die nach ihnen benannt wurde: „Gulyás“ heißt Hirte. Nach der Entdeckung Amerikas wurde Ungarn eines der Hauptanbaugebiete für den aus der Neuen Welt eingeführten Paprika, der nun das Gericht feurig würzen durfte. Im 19. Jahrhundert wandelte sich die Suppe zum deftigen Bauerngericht, und in den meisten Ländern der Donaumonarchie verdrängte das billigere Fleisch vom Schwein das traditionelle Beinflisch vom Rind: Das moderne „Gulasch“ war entstanden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Schindler/Liller: PR im Social Web

Marie-Christine Schindler und Tapio Liller: "PR im Social Web: Das Handbuch für Kommunikationsprofis". Verlag: O'Reilly, Köln. 360 Seiten, broschiert. Preis: 29,90 Euro. ISBN: 978-3-89721-563-4.



Eine Rezension von Veit Mathauer, CEO der Agentur Sympra (GPRA), Stuttgart (Quelle: [Blog sympra...](#))

Neu auf dem Markt ist das Buch „PR im Social Web – das Handbuch für Kommunikationsprofis“ der beiden Autoren Marie-Christine Schindler und Tapio Liller, beide wohl bekannt in der Webcommunity, mit hoher Reputation. Zurecht, wie ich jetzt wieder bei der Lektüre ihres Werks feststellen durfte.

Die beiden Autoren geben einen sehr schönen und umfassenden Ein- und Überblick in die Cluetrain-PR (den Begriff prägte – wie ich hier erfuhr– unser ehemaliger Sympra-Kollege Thomas Pleil, Professor an der Hochschule Darmstadt, der das lesenswerte Vorwort beigesteuert hat).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfannenberg: Corporate Communications im Web 2.0

Zielgruppen werden zu Akteuren. Durch das Web 2.0 entsteht eine neue Qualität von Öffentlichkeit – transparent, interaktiv, dynamisch und vernetzt. Die Unternehmenskommunikation muss sich darauf einstellen. Wie das gelingt, erläutert das neue Buch "Corporate Communications im Web 2.0: Relevanz und Legitimität für das Unter-

nehmen", herausgegeben von Jörg Pfannenberg, erschienen im Verlag des PR Career Centers. Das Buch "Corporate Communications im Web 2.0" zeigt, wie der Aufbau von Web 2.0-Aktivitäten gelingt: in der Mitarbeiter- und Veränderungskommunikation, in der Kundenkommunikation, in der Finanzkommunikation und in den Public Relations/Affairs. → [pr-career-center.com](#)

Hoffmann und Campe: Brand Driven Change

Solange sich die Welt dreht, bleibt eines konstant: der Wandel. Menschen, Märkte, Unternehmen und Strategien ändern sich schneller als je zuvor. Für Marken ist der Wandel eine Herausforderung – auch für die Marke Telekom. In dem Buch Brand Driven Change – Marken treiben Wandel liefert die Deutsche Telekom als eine der wertvollsten Marken Europas einen faszinierenden Einblick in die Praxis der modernen Markenführung. Das Buch ist bei Hoffmann und Campe Corporate Publishing (Ganske Verlagsgruppe) erschienen und richtet sich mit einer Auflage von 6.000 Exemplaren an aktuelle und ehemalige Telekom Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner, Markenverantwortliche sowie Marken- und Marketingexperten und -interessierte. Die konzeptionelle Betreuung und Gestaltung erfolgte durch die Markenberatung Interbrand. → [hoffmann-und-campe-corporate-publishing.de](#)

Brendel, Brendel, Schertz & Schreiber: Richtig recherchieren

Matthias Brendel, Frank Brendel, Christian Schertz, Henrik Schreiber: Richtig recherchieren – Wie Profis Informationen suchen und besorgen – Ein Handbuch für Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter. Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt 2011. 280 Seiten. Preis: 24,90 Euro. ISBN

978-3-899-81236-7.



Autorin der Rezension: *Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach*

Dieses Buch beinhaltet viele wissenswerte Grundlagen zu Methodik und Rechtslage der Recherche. Damit richtet es sich in erster Linie an Journalisten, denen Front- und Hintertüren zu wohl gehüteten Informationen aufgezeigt werden. Öffentlichkeitsarbeiter werden ihre eigenen Arbeitsfelder in nur wenigen Beispielen wiederfinden, doch sie profitieren trotzdem: Sie lernen die Taktik der Informationsjäger kennen, die an ihre Türen klopfen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

und/oder Nichtnutzen im Alltag. Konkrete Strategien und Zeitvorgaben sowie Tages- und Themenpolitik haben Europa in funktionalen „Ansätzen“ vorgebracht und Verfassungs-, Generalvertrags- oder Reformvertragsdenken zunächst als zweitrangig erscheinen lassen. Die dramatische und gelungene Einführung des Euro, die außen- und sicherheitspolitischen Engagements an zahlreichen Brennpunkten weltpolitischer Verantwortung und nicht zuletzt die Umweltpolitik bestätigen den Fortschritt Europas. Ein Flickenteppich sinnvoller Maßnahmen (patchwork) könnte in einem europäischen Kommunikationsprozess in einer Gesamtschau fortgeführt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Kritik und Ideen zur Brüsseler Öffentlichkeitsarbeit: Europäische Themenfelder in Bürgernutzen übersetzen

„Stetigkeit, Stetigkeit, Stetigkeit!“ (Konrad Adenauer)

Brüsseler Kommunikationsstrategie ohne Personenkult und Halleluja. Europa ist bereits der Alltag, der sich aber nicht immer in der Kommunikation der Kommission widerspiegelt und trotz hoher Aufwendungen für Techniken und zahllose Inhalte bei der Mehrheit der Bürger nicht angekommen ist. Eine wissenschaftliche Definition von Politik in Form einer Pyramide führt von der Vision über die Grundsatzpolitik (polity) der Grundsätze und Gebote zum Handlungsprogramm der Umsetzung (policy-making) und zu den situations-gebundenen Taktiken und Techniken (politics) bei Problemlösungen mit Nutzen

PR-Digest (Lesehinweise)

Unternehmenskommunikation: Damit die Belegschaft bei Veränderungen mitspielt

Angestellte können störrisch sein wenn eingespielte Strukturen verändert werden sollen. Change-Manager helfen, Strategiewechsel friedlich über die Bühne zu bekommen. Der Chef versteht nicht, was er falsch gemacht hat. Er hat den geplanten Strategiewechsel des Unternehmens in der Mitarbeiterzeitung angekündigt, E-Mails an die Belegschaft geschrieben und die Änderungen auf der Betriebsversammlung erläutert. Doch trotz der Bemühungen stellen sich die Beschäftigten quer und wollen die Neuerungen nicht umsetzen.

Den Artikel von Friederike Krieger am 25. April in "ftd.de" [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (77)

Volontariat/Trainee

Die 15 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

Kampagnenmanager im Bereich IT / Netzpolitik, Berlin

Kreativ. Frei. Flexibel: Hamburger PR-Agentur sucht Texter/in

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

PR-Assistent/in, Hamburg

PR-Berater (m/w) für Umwelt/Energie, München

PR-Berater, Hamburg

Manager/in Public Relations, Mannheim

Erfahrene(r) Corporate Publishing-Redakteur(in), Stuttgart

PR-Assistent (m/w) Lifestyle/Digital Living, Standort München

PR-Junioberater/In im Bereich Entertainment/Freizeit, Hamburg

PR-Berater (junior oder senior, weiblich oder männlich), Wiesbaden

Berater (m/w) Schwerpunkt Bewegtbild, Standort Stuttgart

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

Senior-Berater/in Public Relations, Berlin

Redakteur/in Public Relations, Berlin

Berater/in Public Relations, Berlin

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

Medien

Leiter/in Kommunikation, Hamburg

Unternehmen

Freie/r Redakteur/-in Senior Consultant Internal
Communications (m/w), Heidelberg

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

Verbände (Non-Profit)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 02. Mai 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.175 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.
