

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 291 / 19. KW 2011

Seite 1

PR-Desaster in den USA: Facebook und Microsoft führten PR-Kampagne gegen Google

Das Internetunternehmen Facebook bezahlte eine PR-Agentur dafür, bei Journalisten und Bloggern auf eine negative Berichterstattung über Google hinzuwirken. Burson Marsteller, eine der fünf größten PR-Agenturen in den USA, versuchte in den vergangenen Wochen Meldungen über vermeintliche Datenschutzprobleme bei Google in US-Medien zu platzieren. Konkret problematisiert wird das Google-Feature "Social Circle", in dem öffentliche Informationen der eigenen direkten und indirekten Kontakte aggregiert dargestellt werden. → heise.de

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kehrseite eines Traumberufs: Wilder Westen Werbebranche

Mit dem Image der anderen kennen Werbeagenturen sich aus, ihr eigenes schert sie wenig - die Bewerber stehen doch Schlange. Bald lernen viele Berufsstarter die dunkleren

Schattierungen der funkelnden Reklamewelt kennen: Ackern bis zum Anschlag, miese Bezahlung, fiese Verträge. In der Werbebranche heuerte Moritz Dornig mehr zufällig an. Acht Monate nach dem Studienabschluss arbeitete der 32-Jährige aus Oberfranken noch immer im elterlichen Autohaus, die Stellensuche gestaltete sich zäh. Ein Freund machte ihm Mut, es bei einer Werbeagentur zu probieren: "Du kannst doch so toll schreiben." Dornig zögerte, dann ergatterte er nach einem Copy-Test im vergangenen Sommer eines der begehrten Praktika beim Marktführer Serviceplan.

Den Artikel von Tobias Lill am 11. Mai in "Karriere.Spiegel" [hier weiterlesen](#).

Personalien

Leipziger PR-Studenten mit neuem Vorstand

Die Mitglieder des Vereins Leipziger Public Relations Studenten LPRS haben einen neuen Vorstand gewählt. Neue stellvertretende Vorstandsvorsitzende ist Anne Mahler, sie beerbt damit Maike Möhle, wird jedoch nicht die Veranstaltungen des Vereins organisieren, sondern sich um die Mitglieder sowie die Alumni-Mitglieder kümmern. Das Finanz-Ressort, das bisher von Joachim Hechinger geleitet wurde hat Anne Raulf übernommen. Neue Leiterin der Kommunikation ist Juliane Lehmann, sie folgt damit auf Felix Krebber. Die zahlreichen LPRS-Veranstaltungen werden künftig von Johannes Buchmann organisiert, der



auch den Vorstandsvorsitz des Vereins übernimmt und damit auf Jan-Helge Weimann folgt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (23) (19.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Andrea Peters** (41) verstärkt seit 1. Mai die Agentur MikullaGoldmann in München, im Bereich Hotel-PR. Zuvor sammelte sie seit 2000 Erfahrungen in der touristischen PR und betreute internationale Kunden, zuletzt in der Position des Account Directors bei ZFL PRCo. **Daria Kossogova** (32) ist ebenfalls zuständig für Hotel-PR. Die russische PR-Expertin sammelt seit 2005 Berufserfahrungen in der Unternehmenskommunikation. **Alexandra Dexel** (40) gehört bereits seit den Anfängen von MikullaGoldmann PR zur Agentur. Die studierte Betriebswirtin mit langjähriger Erfahrung in der Tourismus-PR wechselte im April zurück ins Destinationsteam und wird für die Kunden Visit Finland und Western Australia tätig.

02: Grayling in Wien (AT) hat drei neue Senior Consultants aus den eigenen Reihen, befördert: **Silke Horcicka** (37), sie ist seit rund zehn Jahren für Grayling in der Unit für Consumer Brands, Tourism und Healthcare im Einsatz. **Monika Pichlbauer** (37) ist seit 2009 in der Unit für Consumer Brands und Healthcare der PR-Agentur aktiv. **Katja Zirngast** (42) ist seit drei

Jahren bei Grayling im Team für Industry, Finance & Professional Services im Einsatz.

03: **Alicja Karkoszka**, **Stephanie Hügler** und **Hanna Schmidt** unterstützen seit kurzem das Team der Heidelberger PR-Agentur Communication Harmonists. Karkoszka ist PR-Juniorberaterin, zuletzt arbeitete sie als Redakteurin bei agora42 – einem Magazin für Ökonomie und Philosophie. Hügler ist PR-Juniorberaterin, sie war zuvor als freie Wissenschafts- und PR-Journalistin für Fach- und Publikumsmedien vor allem im Bereich Medizin sowie Gesundheitsökonomie tätig. Schmidt ist PR-Volontärin, die studierte Kultur- und Medienwissenschaftlerin war zuletzt als Assistentin bei den "Internationalen Filmfestspielen Berlin" tätig.

04: **Arne Rein** (39) verstärkt die Kreativmannschaft der Dresdner Kommunikationsagentur Faber & Moldenhauer im Bereich Digital und Print für Industriekunden. Der Diplom-Kommunikationsdesigner arbeitete zuvor als Grafikdesigner mit den Schwerpunkten Bilanz- und Imagekommunikation sowie Webdesign bei der Agentur Wollmerstaedt Communications in Dresden.

05: **Elsa Wormeck** (42) geht bei der Kommunikationsagentur CB.e Clausecker | Bingel. Ereignisse Agentur für Kommunikation in Berlin an Bord und leitet zusammen mit **Ute Wahnschaffe** das Handlungsfeld Event Kommunikation. Die Designerin war zuvor die Mitbegründerin und ehemalige Kreativchefin der Designagentur mediamorph.



06: **Karin Fagetti** kommt als Senior Beraterin PR zur Kommunikationsagentur Freicom in St.Gallen (CH). Sie war über fünfzehn Jahre in unterschiedlichen Funktionen als Journalistin, Redaktorin und Autorin tätig, davon viele Jahre beim St. Galler Tagblatt, zuletzt war sie Internal Communications Manager bei Coca-Cola HBC Schweiz.

07: **Claudia Bäuml** ergänzt als Junior PR-Beraterin die Agentur für Public Relations und Marketing Communications wildcard communications in Krefeld. Sie studierte Online-Journalismus mit Schwerpunkt Online-PR und konnte ihre Kenntnisse bereits auf Unternehmens- und Agenturseite einsetzen.

08: **Sonja Schaub** übernimmt als erste Pressesprecherin der Hamburger Hirschen Group die externe Kommunikation der gesamten Agenturgruppe. Sie war zuvor vier Jahre Sprecherin für Marken- und Produktkommunikation sowie Social Media beim Telekommunikationsanbieter Alice.

09: **Sabrina Felsky** (23) verstärkt die Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner als PR-Volontärin. Sie hat Angewandte Kulturwissenschaften und Wirtschaftspsychologie studiert und sammelte bereits zuvor Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit und auf Redaktionsseite.

10: **Nina Jüttner** (32) verstärkt ab sofort das Kundenberatungs-Team der dapd-Schwester ddp direct in Leipzig. Als Account Managerin betreut sie Pressestellen und PR-Agenturen aus Bayern und Hessen. Zuvor war die Kommunikationswirtin Medienberaterin bei "Bild" Nürnberg.

11: **Anica Heipl** (26) startet bei C3PR in Gießen. Die Ernährungswissenschaftlerin war zuvor seit 2009 als Trainee und Juniorberaterin bei

PMG - Presse-Monitor®

PMG FORUM 2011
Mehr Einblick. Mehr Durchblick. [Anmelden](#)

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.

Dorothea Küsters Life Science Communications in Frankfurt am Main tätig.

UNTERNEHMEN:

12: **Carsten Sommerfeldt** (43) wird im August als Nachfolger von **Susanne Klein** neuer Leiter der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Verlagsgruppe Droemer Knaur und somit Mitglied der Verlagsleitung. Sommerfeldt war zuvor mehr als 15 Jahre beim Berliner Bloomsbury Verlag als Pressechef tätig. **Uta Niederstraßer** (45) folgt bei Bloomsbury auf Sommerfeldt und übernimmt ab August die Leitung der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Niederstraßer kommt vom Eichborn Verlag, wo sie seit 2003 die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit inne hatte.

13: **Julia Thiem** (29) und **Josefine Zucker** (29) verstärken die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Talanx in Hannover. Thiem ist zuständig für die Bereiche Unternehmens- und Finanzpressearbeit sowie Asset Management. Sie hat European

Studies studiert und war sowohl auf Agentur- als auch Unternehmensseite für verschiedene Asset Manager und Finanzdienstleister tätig. Zucker bearbeitet allgemeinen Medienanfragen und die Öffentlichkeitsarbeit. Sie studierte Kommunikations- und Politikwissenschaften in Greifswald und war zuletzt bei der Hannover Rück tätig.

14: **Andreas Bernheim** (28) ist Pressesprecher und Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Verlag Herder in Freiburg. Diese Aufgabe hat er von **Christine Weis** übernommen, die auf eigenen Wunsch die Verantwortung abgegeben hat und als Pressereferentin weiterhin in der Abteilung tätig ist. Bernheim arbeitete bereits 2008 bis 2009 in der Pressestelle des Verlags, bevor der Diplomtheologe als Redakteur zur Wochenzeitschrift "Christ in der Gegenwart" wechselte.

15: **Maria Langhammer** (24) kommt als Assistant Marketing Manager zur Park Plaza Germany Holding in Berlin. Die Kauffrau für Marketingkommunikation übernimmt die Marketing- und PR-Aktivitäten für die art'otels und Park Plaza Hotels in der Region Deutschland und Ungarn. Zuvor betreute sie als Brand & Media Assistant im Hotel Berlin die Kommunikation im Bereich Marketing, PR und Social Media.

16: **Alexander Knesewitsch** (30) hat seine Tätigkeit als Manager Marketing and PR bei der Giebelstädter Bavaria Yachtbau aufgenommen. Nach mehreren Stationen in der Automobilindustrie (BMW Group und Porsche Deutschland) verantwortete er zuletzt innerhalb der Fiat Group in Deutschland die BTL Kommunikation für die Marken Alfa Romeo, Lancia und Abarth.

- 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

17: **Alexandra Senoner** (34) ist ab sofort für alle Public Affairs Angelegenheiten von 123people in Wien (AT) zuständig, zusätzlich wird sie als Unternehmenssprecherin tätig und unterstützt die strategische Unternehmenskommunikation. Senoner war zuletzt bei Oehen PR Schweiz beschäftigt, wo sie als Geschäftsführerin Österreich den österreichischen Markt verantwortete.

18: **Monika Schullan** (47) verantwortet den neu geschaffenen Bereich Produkt-PR bei Daiichi Sankyo Deutschland in München. Die Pharmazeutin kam 1999 als Schulungsleiterin zu Sankyo Pharma, einem der Vorgängerunternehmen von Daiichi Sankyo in Deutschland, seit 2007 betreute sie hier in der Marketingabteilung die Medikamente der Olmesartan-Familie.

19: **Andreas Durisch** wurde von Credit Suisse in Zürich (CH) als Berater des Bank-Präsidenten **Urs Rohner** engagiert. Durisch ist Senior Partner bei der Dynamics Group und *seit Mitte 2010* im

Beratungsbusiness tätig. Bisher wurden Präsidenten der Credit Suisse von **Jörg Neef** von den Konsulenten betreut.

20: **Birgit Lüdemann** (34) kommt als Communication Manager zu Kellogg (Deutschland) in Bremen. Zuvor war die Sozialwissenschaftlerin in der Unternehmenskommunikation des regionalen Telekommunikationsunternehmens EWE TEL sowie des Bremer Energieversorgers swb tätig.

21: **Marion Schumacher** (49) ist Vice President PR and Communications bei Mövenpick Hotels & Resorts in Zürich (CH). Zuvor stand sie über zwölf Jahre in den Diensten der The Ritz-Carlton Hotel Company, zuletzt als Regional Director Public Relations für Europa.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

22: **Kerstin Bähren** (39) unterstützt als Pressereferentin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Gesamtverbandes textil+mode in Berlin. Die Naturwissenschaftlerin kehrt aus der Elternzeit ins Berufsleben zurück, davor war sie in der der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren, den Nachrichtensender N24, die Rezidor Hotelgruppe und die Kölner Messegesellschaft tätig.

23: **Laura Maroldt** (27) ist neue stellvertretende Pressesprecherin der Industrie- und Handelskammer zu Berlin. Sie übernimmt die Vertretung von **Christina Vardakis**, die sich in der Elternzeit befindet. Maroldt studierte Medienkommunikation und Modejournalismus in Hamburg und war seit 2008 bei der PR-Agentur Scholz & Friends Agenda als PR-Beraterin tätig.

- Anzeige -



Seminarprogramm 2011/2012

Das Seminarangebot der Deutschen Presseakademie umfasst Grundlagen- und Aufbau Seminare zu über 48 Themen der PR in Berlin, München und Düsseldorf. Im Juni 2011 bietet die Deutsche Presseakademie beispielsweise folgende Seminare (u.a):

Erfolgreich vor Kamera und Mikrophon mit Claudia Bender
09.-10.06.2011 in Düsseldorf

Rechtliche Fallstricke in der PR mit Alexander Unverzagt
20.-21.06.2011 in- Düsseldorf

Interne Kommunikation mit Susanne Knorre
20.-21.06.2011 in Berlin

PR Konzepte I mit Stephanie Schmidt
27.-28.06.2011 in Berlin

Diese und alle weiteren Seminare unter www.depak.de/seminare.

Etats

Etats compact (16) (19.KW-2011)

01: Suite101, Berlin

was: *Pressearbeit für den Tag des Schreibens*
an: **cocodibu**, München

02: Eurohypo, Eschborn

was: *Neupositionierung des Urban Quality Award*
an: **MSL Germany** (GPRA), Berlin

03: Vranken Pommery Monopole Deutschland, Kirkel-Limbach

was: *Aufgaben im PR- und Social Media Segment*
an: **megacult – marketing for the masses**, Köln

04: Bundesarbeitgeberverband der Personaldienstleister (BAP), Berlin

was: *Kommunikationskampagne für die Zeitarbeitsbranche*
an: **Scholz & Friends Agenda**, Hamburg

05: Diversa Spezialitäten, Rheinberg
 was: *Kommunikationsmaßnahmen rund um das Projekt "Metaxa Bay" in Berlin*
 an: **Circus PR**, Berlin

06: BestSearch Media, Potsdam
 was: *strategische Kommunikationsberatung sowie klassische Medienarbeit für BestFewo.de*
 an: **markengold PR**, Berlin

07: Viacom Brand Solutions (MTV Networks Germany), Berlin
 was: *Inszenierung der Agentur-Tour-Party*
 an: **east end communications**, Hamburg
 was: *Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

08: Betriebskrankenkasse der MTU Friedrichshafen (BKK MTU)
 was: *Relaunch der Internetseite*

09: BKK Essanelle, Düsseldorf
 was: *Kundenmagazin "well" und Online-Relaunch*
 an: **CP/Compagner Agentur für Kommunikation** (GPRA), Essen

10: Technische Hochschule Mittelhessen, Gießen
 was: *Konzeption des Alumni-Portals*

11: Röhm, Sontheim
 was: *Neukonzeption der Internetseite mit Anbindung des Produktinformationssystems*
 an: **echolot digital worx**, Stuttgart

12: Falkensteiner Hotels & Residences, Wien (AT)
 was: *PR-Etat*
 an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

13: ERZ Entsorgung + Recycling Zürich (CH)
 was: *strategischen Ausrichtung der Kommunikation.*
 an: **Wirz Corporate**, Zürich (CH)

- Anzeige -



„Die Revolution der Corporate Communications – Unternehmenskommunikation 2.0“ lautet das Motto der kommenden K2-Tagung Onlinekommunikation am 16. Juni 2011 in Düsseldorf. Social Media-Experten aus Unternehmen, Agenturen und NGOs diskutieren und präsentieren Entwicklungen, Tools und Themen der Unternehmenskommunikation 2.0.

Es sprechen u.a. Dr. Gunnar Bender (E-Plus Gruppe), Dr. Christof Ehrhart (Deutsche Post DHL), Volker Gaßner (Greenpeace), Nina Meyer (L'TUR), Markus Walter (Allianz Deutschland).
www.k2-gipfel.de

14: Daios Cove Luxury Resorts & Villas, Agios Nikolaos, Crete (GR)
 was: *Presseaktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
 an: **MikullaGoldmann PR**, München

15: Kirchleitn Feriendorf, St. Oswald (AT)
 was: *PR-Kampagne für die Feriendörfer Kleinwild und Großwild in Kärnten*
 an: **Stromberger PR**, München

16: Enterprise Mauritius, Port Louis (MU)
 was: *Strategie- und Marktentwicklung, Trendbeobachtung, Produkt- und Qualitätsverbesserungen, Messeunterstützung und Kontaktabbau*
 an: **Gartner Communications Strategische Kommunikationsberatung**, Frankfurt am Main

Branche

PR-Probleme der IT-Industrie

Facebook ist nicht das einzige Technologieunternehmen, das wegen verunglückter Öffentlichkeitsarbeit in Misskredit gerät. Wie Mitte April einer breiteren Öffentlichkeit bekannt wurde, haben Apples iOS-Geräte seit der Einführung von Version 4 des Betriebssystems im Sommer 2010 auch Ortsdaten gespeichert, wenn diese Funktion abgeschaltet war. Zudem wurden die Daten in iTunes übertragen, wenn man sein Gerät mit dem Rechner synchronisierte. Zwei Sicherheitsexperten zeigten, dass man die Daten leicht mit einer Software wie iPhone Tracker auslesen kann. In Medienberichten war danach vielfach vom sogenannten "Locationgate" die Rede. → nzz.ch

Branche compact (10) (19.KW-2011)

01: **muehlhausmoers (GPRA), Köln gewinnt drei internationale Design-Awards:** Zweimal Bronze gab es für "Horst und Edeltraut": bei den European Design Awards und den Astrid Awards. In dem magazin zeigen junge Menschen aus Berlin und aller Welt ihre Sichtweise auf Mode, Kunst und Kultur. Ebenfalls Bronze gewann das "SPK-Magazin". Die Zeitschrift der Stiftung Preußischer Kulturbesitz wendet sich an Entscheider aus den Bereichen Kultur, Politik und Wirtschaft und präsentiert die Vielfalt einer der größten Kultureinrichtungen der Welt.

02: Kommunikationsleiter führender Unternehmen aus dem deutschsprachigen Raum und internationale Wissenschaftler sind am 6. und 7. Mai in Leipzig zum diesjährigen **Leadership Forum 2011** der Akademischen

Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation zusammen gekommen. Impulse bei dem zweitägigen Treffen zum Thema "Strategy, Leadership and Power in Communication Management" gaben unter anderem Professor Bruce K. Berger vom Plank Center for Leadership in Public Relations der University of Alabama (USA) sowie die Professoren Finn Frandsen und Winni Johansen von der Aarhus School of Business and Social Sciences (Dänemark). → akademische-gesellschaft.com

03: **In Berlin fand zum siebenten Mal die Weber Shandwick Academy statt.** 14 Volontäre aus den Agenturstandorten Köln, München, Frankfurt am Main und Berlin bekamen über vier Tage hinweg umfassende theoretische und praktische Einblicke in die Berufswelt eines PR-Beraters. Bestehend aus Fernstudienmodulen und halbjährlich stattfindenden Präsenzseminaren, vermittelt die Weber Shandwick Academy grundlegendes Handwerkszeug zu Kreation, Konzeption, Präsentation und Beratung in der PR. Höhepunkt jeder Weber Shandwick Academy ist die Präsentation der Abschlussarbeiten, die alle Teilnehmer als Finale ihrer Volontärsausbildung vorstellen.

04: Die Braunschweiger Agentur **pr nord. neue kommunikation (GPRA) versendet seit Mai Pressemitteilungen generell mit QR-Code.** Journalisten gelangen so per Smartphone oder Tablet-PC direkt zur digitalen Version der Meldung mit allen Text- und Bilddaten. Die Quick Response-Technik ermöglicht den Zugriff von der Print- auf die Online-Version schnell und einfach ohne langes Abtippen einer Webadresse. Nach wie vor lesen viele Redakteure und Redakteurinnen Pressemitteilungen gerne auf Papier, obwohl sie selbstverständlich die modernen Kommunikations-Mittel nutzen. Dieser Bedarf soll mit den QR-Codes jetzt noch besser erfüllt werden.

05: Die Kommunikationsagentur Wilde & Partner zelebrierte ihr 25jähriges Bestehen anlässlich einer Amnesty International-Gala im traditionsreichen Circus Krone in München. Die Organisation, die sich weltweit für die Einhaltung der Menschenrechte einsetzt, feierte ebenso wie die Münchener PR-Agentur einen runden Geburtstag und blickt auf ein halbes Jahrhundert gemeinnütziges Engagement zurück. Als Hauptsponsor war Wilde & Partner mit insgesamt 30 Mitarbeitern sowie rund 120 Kunden und Partnern präsent. Das Unternehmen verbindet mit Amnesty International eine langjährige Partnerschaft. → wilde.de

06: Hill & Knowlton wird erster PR-Partner des Cannes Lions International Festival of Creativity, des renommiertesten Festivals der Kreativindustrie. Das einwöchige Festival Cannes Lions wurde 1954 gegründet und war bis vor wenigen Jahren vor allem eine von Werbung dominierte Veranstaltung. In letzter Zeit jedoch öffnete sich das Festival auch anderen Disziplinen der Kommunikation, wobei Public Relations als eigene Kategorie erstmals 2009 mit im Rennen war. Die Agentur möchte mit dem Engagement ein Vorbild für die PR-Industrie weltweit sein.

07: Unter dem Label "active13" hat das im vergangenen Jahr gegründete Media Forum Europe einen ThinkTank initiiert, der die Entwicklungen im Bereich Corporate Communications unter die Lupe nahm. In München trafen sich dazu dreizehn führende Vertreter aus Wissenschaft, Medien und Kommunikation, die in Kooperation mit der Marktforschungsgruppe TNS Emnid dreizehn maßgebliche Trends formulierten und deren Bedeutung für die mediale Zukunft von Unternehmen darstellten. Die 13 Thesen des Active13-ThinkTanks finden Sie hier: forum-corporate-publishing.de

08: 31 Gold-Awards vergaben die drei Fachjuries beim 19. Comprix – Preis für innovative Healthcare-Communication (2010: 23). Weitere 108 Einreichungen kamen in die Shortlist. Die Preise wurden am 13. Mai in Berlin (Tipi am Kanzleramt) vor über 400 Gästen verliehen. Insgesamt hatten die drei Fachjuries 262 Wettbewerbsbeiträge aus Deutschland (231), Österreich (22) und der Schweiz (9) auf Einladung von Bayer HealthCare in Leverkusen und der Agentur Ogilvy Interactive Worldwide zu bewerten. → comprix.com

09: Mediaclub, das neue PR-Unternehmen der beiden Kommunikationsprofis Martin Sturmer und Thomas Holzinger, geht am 23. Mai in Salzburg (AT) an den Start. Mediaclub will die alten Medien professionell mit den neuen Medien mit der Newsroom-Strategie verbinden. Nach 15 Jahren Beschäftigung mit TV-, Internet, Inhouse-Medien und PR-Aktivitäten in allen Bereichen haben die beiden Medienexperten ihr Wissen gebündelt.

10: Am 19. April hatten die britische Agenturholding WPP und die deutsche Scholz & Friends-Mutter Commarco gemeldet, dass WPP Commarco übernehmen wird. Vorbehaltlich der Zustimmung durch das Bundeskartellamt, versteht sich. Am 21. April wurde das Vorhaben beim Kartellamt angemeldet, und am 11. Mai schließlich zum Vollzug freigegeben. → new-business.de

Reputation Management + CSR

Wenn Reputation Management auf Risk Management trifft

(cw) Allein das Wort ‚Risiko‘ jagt so manchem Zeitgenossen den Schauer über den Rücken. Schließlich treffen wir im privaten Leben genügend

Vorsorge, um Risiken zu minimieren oder wenigstens kalkulierbarer zu machen. Wahrscheinlichkeitsgesetze, Ende des 17. Jahrhunderts salonfähig geworden, fließen heute in statistische Methoden und Berechnungen von Versicherungen, Banken, Controllingabteilung oder Rating-Agenturen ein. Theoretisch vorausgerechnet, in Risikoanalysen gepackt und mit entsprechenden Bewältigungsstrategien unterlegt, verliert so manche Gefahr an Schrecken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Österreich: Parlamentssprecher verzweifelt gesucht

Das (österreichische) Parlament hat ein Öffentlichkeitsproblem: Ende des Monats läuft der Fünf-Jahres-Vertrag von Gottfried Marckhgott (64), Leiter des Parlamentsdienstes für "Information und Öffentlichkeit", aus. Und ein Nachfolger oder eine Nachfolgerin ist nicht in Sicht. Zwar hat Präsidentin Barbara Prammer (SPÖ) zuletzt eine Ausschreibung für den Posten des Chefs des "Außenauftritts" des Hohen Hauses – zuständig für Pressemitteilungen bis zur Homepage – durchführen lassen. Tatsächlich haben sich auch 65 Personen beworben. → [diepresse.com](#)

Social Media + Web 2.0

Drei Gründe, warum Social Media nur eine Ergänzung und kein Ersatz für eine Website sind

Kommunikation. Worum geht es Ihnen letztlich beim Einsatz von Social Media? Eben: um den Dialog mit Kunden, Lesern, Nutzern – kurz: um Kommunikation. Die aber ist vielschichtig und multimedial. Auf den meisten Social-Media-Plattformen aber wird sie limitiert: auf 140 Zeichen bei Twitter, 420 Zeichen bei Facebook, bestimmte Medienformate, Dateigrößen. Auf einer eigenen Seite können Sie mit Ihrer Zielgruppe auf diversen Kanälen kommunizieren – sei es Kommentar, E-Mail, Facebook, Twitter oder Youtube.

Den Artikel von Jochen Mai am 11. Mai in seinem Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Apps, Clips & Co – wohin führt die Digitalisierung?

Bei den Kamingesprächen von F&H Public Relations am 9. Mai in München diskutierten Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Praxis zum Thema "Apps, Clips & Co – wohin führt die Digitalisierung?". "Was ist nur ein vorübergehender Hype und wo sollten Unternehmen dabei sein? Ist Bewegtbildkommunikation noch seriöse Berichterstattung oder nur leichte Kost für die Youtube-Spaßgesellschaft? Ist offline out?" Zu diesen und weiteren wichtigen Fragen erlebten Teilnehmer sowie Zuhörer eine spannende und aufschlussreiche Diskussion. Moderiert wurde die Gesprächsrunde von Helmut Freiherr von Fircks, Geschäftsführer der PR-Agentur F&H Porter Novelli.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutsche Bahn will mit ihren Kunden im Social Web in Dialog gehen

Der Personenverkehr der Deutschen Bahn plant, sein Engagement im Social Web zu verstärken. Ray Sono wird DB Vertrieb bei der Entwicklung und Umsetzung einer nachhaltigen Strategie für die Kommunikation und den Dialog mit den Kunden unterstützen und die Social-Media-Aktivitäten koordinieren. Mit im Ray-Sono-Bahn-Team sind Mirko Lange, Geschäftsführer von talkabout communications, als Experte für Social Media Relations, sowie Bjoern Ognibeni, Berater für Digitales Marketing, als Spezialist für Social Media Support.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (5) (19.KW-2011)

01: Der Technologieanbieter **Dell hat Social Media in allen Bereichen verankert**. Es gibt Twitter- und Facebook-Accounts sowie Blogs, wo Kunden schnell Hilfe erhalten. Den Social Media-Erfolg bildete das Unternehmen zunächst über die Kundenzufriedenheit ab, wie Michael Buck, Director Global CSMB Online Marketing and Marketing Strategy bei Dell erklärt. Zudem fokussiere man sich auf die Unterstützung der Marke: "Wir können heute relativ gezielt den Return on Investment (RoI) messen und somit feststellen, ob wir einen Euro in klassisches Marketing oder besser in Social Media investieren." → [absatzwirtschaft.de](#)

02: Eine aktuelle **B2B-Umfrage der Worldcom Public Relations Group** zeigt, dass mehr als die Hälfte (54%) der Befragten ihre Investitionen im Bereich Social Media in 2011 steigern will. Das ist ein gutes Zeichen für Twitter, die Kommunikationsplattform, die weltweit von 85% der Umfrage-Teilnehmer genutzt wird. Es folgen

Facebook (74%), LinkedIn (72%), You Tube (69%) und die Unternehmensblogs (60%). Bei der Umfrage haben mehr als 100 Business-To-Business (B2B)- Führungskräfte die deutliche Zunahme in der Social Media-Nutzung bestätigt. → [hbi.de](#)

03: **Die ZDF-Produktion "Alice 5.0" will auf Gefahren und Fallen sozialer Netzwerke hinweisen** und verbindet dazu Fiktion mit Fakten. Das ist spannend, stößt aber an Grenzen. (...) Stefan Keuchel, fiktiver Pressesprecher von Host und realer Sprecher von Google, erklärt, dass man nur noch ein einziges Profil für sämtliche Dienste benötigt. Eine passende Wahl, sind Google und Facebook, die beiden Unternehmen, die mit viel Energie und Geld daran arbeiten, die Identität der Nutzer zu zentralisieren. → [zeit.de](#)

04: Die Tchibo-Mitarbeiter kennen den **Clip zu den Social Media Richtlinien** schon seit Januar, doch die Verantwortlichen wollten den Clip "Herr Bohne geht ins Netz" nicht im Tchibo-Universum verstecken und so geht Herr Bohne jetzt auch auf YouTube. Intern wurde er bei einer Fortbildung der Tchibo Business School gezeigt – und erhielt Szenenapplaus – außerdem ist er im Intranet zu sehen. Sensibilisieren, ohne zu bevormunden, das ist das Ziel der Social-Media-Richtlinien bei Tchibo. → [wuv.de](#)

05: Content is king, context is queen. Aber das ist noch nicht alles, was man beachten sollte, wenn man **erfolgreich PR im Social-Web** machen will. Wie Unternehmen, Organisationen und Private ohne Stolpern den Schritt in die Social-Media schaffen, wo sie sich Hilfe holen können und wie sie den Kommunikations-GAU umgehen, erklärt PR- und Social-Media-Spezialistin Marie-Christine Schindler im Gespräch mit der Werbewoche. → [werbewoche.ch](#)

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: ESC 2011



mediamonitoring Eurovision

Song Contest 2011 - did internet kill the TV-star? Der Eurovision Song Contest - oder ESC wie er im Web genannt wird – sollte eine Verjüngungskur für das immer älter werdende Publikum der ARD werden, doch zumindest beim Auftakt der TV-Berichterstattung blieben die erhofften Zuschauerzahlen in der werberelevanten Zielgruppe (wZ) der 14- bis 49-jährigen aus. Zwar sorgte das erste Halbfinale laut Quotenmeter für einen Marktanteil von 12,7 Prozent und eine leicht überdurchschnittliche Quote in der wZ, doch die Vor- und Nachberichterstattung floppte mit nur 7,4 Prozent. (<http://bit.ly/iHBeqo>)
Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Medien

Henri-Nannen-Preis für René Pfister aberkannt

Die Jury des Henri Nannen Preises hat in ihrer Sitzung am 5. Mai 2011 den Preis für die beste Reportage des Jahres 2010 (Egon Erwin Kisch-Preis) an den "Spiegel"-Reporter René Pfister für ein Porträt des bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer vergeben.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Zehn magische Sätze, die Journalisten und Blogger lieben

Wenn Sie Ihre Themen Ihren Medienkontakten anpreisen, dann wenden Sie nicht all Ihre Zeit auf, um Ihre Botschaften aktiv zu platzieren. Denken Sie lieber darüber nach, wie Sie die „zehn magischen Sätze“, wie ich sie nenne, in einem Telefongespräch, E-Mail-Interview oder von Angesicht zu Angesicht im persönlichen Gespräch mit Journalisten und Bloggern einsetzen. Ich habe mir die Fragen auf handliche Notizblöcke gedruckt und nutze sie immer, wenn ein Reporter anruft oder wenn ich einen Journalisten oder Blogger kontaktiere.

Den Artikel von Joan Stewart am 16. Mai im "PR-Agentur Blog" der PR-Agentur prdienst.de, Hannover [hier online weiterlesen](#).

Medien compact (4) (19.KW 2011)

01: Peter Kloeppe (52, "RTL Aktuell") ist der Nachrichtenmann, den die meisten Zuschauer kennen und für kompetent halten. Damit lässt er Claus Kleber (55, "heute-journal", ZDF) und Tom Buhrow (52, "Tagesthemen", Das Erste) hinter sich. Das ist das Ergebnis einer großen Exklusiv-Umfrage für TV Digital (Axel Springer), durchgeführt von TNS Emnid. Die Umfrageergebnisse im Überblick: Kloeppe liegt mit einem Bekanntheitsgrad von 77 Prozent vor Kleber (71 Prozent) und Buhrow (59 Prozent). Auf den weiteren Plätzen folgen die Nachrichtenmoderatoren Claus-Erich Boetzkes (42 Prozent, "Tagesschau", Das Erste), Gerhard Delling (42 Prozent, "Wochenspiegel", Das Erste), Michael Marx (32 Prozent, "Newstime", ProSieben), Thomas Klug (22 Prozent, "N24 Nachrichten") und Christoph Teuner (18 Prozent, Hauptnachrichten, N-TV). → presseportal.de

02: Die Zeitungen erreichen mit ihren Web-Angeboten jeden dritten Deutschen (36,8 Prozent) – das entspricht einer Reichweite von 26 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat. Damit stellen die Zeitungen in ihrer Gesamtheit das reichweitenstärkste Angebot im Internet – vor T-Online und eBay. Zu diesem Ergebnis kommt eine ZMG-Sonderauswertung der aktuellen AGOF internet facts 2011-01. Mit ihren Web-Angeboten erreichen die Zeitungen vor allem jüngere und kaufkräftige Zielgruppen. Jeder zweite Deutsche (52, 3 Prozent), der eine Zeitung online nutzt, ist zwischen 14 und 29 Jahren, der Anteil der 30- bis 49jährigen liegt bei 46,2 Prozent. 44,3 Prozent der Zeitungs-Nutzer im Web verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von über 2.500 Euro. → fair-news.de

03: Falscher Gastgeber: Der ehemalige NDR-Chefreporter Christoph Lütgert droht mit seinem Austritt aus dem Netzwerk Recherche, weil der Verein den vermeintlichen "Drückerkönig" Carsten Maschmeyer zu einem Streitgespräch auf seiner Jahreskonferenz am 1. Juli in Hamburg engagiert hat - aber sein Kritiker Lütgert nicht mit ihm auf dem Podium sitzen darf. Es sei "unvorstellbar" und "nicht akzeptabel", wenn sich ausgerechnet das Netzwerk Recherche "von einem Mann wie Maschmeyer die Bedingungen diktieren ließe", poltert Lütgert. → turi2.de

04: Bernd Ziesemer, Geschäftsführer von Hoffmann und Campe Corporate Publishing in Hamburg und ehemaliger "Handelsblatt"-Chefredakteur, äußert sich im vierten Beitrag der epd-Interviewreihe zur Zukunft des Journalismus. Mit Ellen Nebel sprach Ziesemer über seine neue Rolle als "Halb-Journalist", leidenschaftslose Medienmanager und düstere Aussichten für den journalistischen Nachwuchs. → epd.de

...und dann noch das:

Wissenschaftsjournalismus für Dummies: Sie haben Physik und Chemie auf der Schule schon nie verstanden? Mathematik mit all den widerlichen Zahlen und Ixen haben sie schon immer gehasst? Dann ist der Wissenschaftsjournalismus ihre Chance auf Rache! Denn hier können sie trotz all ihrer Defizite in den elementarsten Aspekten der Wissenschaften ihren ehemaligen Lehrern zeigen, daß sie es nun sind, der den Menschen die Forschung erklärt! Sicher, sie werden es mit einer komplexen und trockenen Materie zu tun bekommen. Aber wenn sie die folgenden sechs grundlegenden Regeln beherzigen, dann werden sie keinerlei Probleme haben, unzählige Artikel in respektablen Medien unterzubringen! Nehmen sie sich als Redaktionspraktikant also fünf Minuten, diese Regeln, illustriert mit eindrucksvollen Beispielen der letzten Monate, zu verinnerlichen, und ihrem Erfolg steht niemand mehr im Wege! → wahrheitueberwahrheit.blogspot.com

Services + Tipps

Service compact (2) (19.KW-2011)

01: Ab sofort bietet der Video-Stream des "Behörden Spiegel" die Möglichkeit, ausgesuchte Vorträge von seinen Veranstaltungen im Internet anzusehen. Die Video-Streams des Behörden Spiegel sind kein Fernsehen. Sie bieten keine Filme an, sondern inhaltliche Originalquellen: Reden, Vorträge, Debatten, Veranstaltungsimpressionen oder andere originale Aufnahmen. Die Videos sind eine neue Form der Interaktion zwischen fachbezogenem Medienangebot und spezifischen Zielgruppen. Der Behörden Spiegel bietet sie punktuell an und versteht sie komplementär zu seinem übrigen breiten medialen Spektrum. Die

aktuellen Video-Streams unter:
www.fuehrungskraefteforum.de und
www.buergermeisterkongress.de.

02: Während die Wirtschaft in Deutschland wieder boomt, wird auch der Ruf nach Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel wieder lauter. Eine Maßnahme, die viele Unternehmen unterschätzen, ist die Bindung der bereits vorhandenen, qualifizierten Mitarbeiter. **JobScout24 hat knapp 1.200 Nutzer gefragt: "Womit könnte Ihr Arbeitgeber Sie am ehesten langfristig an sein Unternehmen binden?"** Ganz weit oben auf der Wunschliste der Befragten stehen mit knapp 40 Prozent gutes Arbeitsklima und Wertschätzung, dicht gefolgt von leistungsgerechter Bezahlung mit gut 30 Prozent. Rang drei belegt Familienfreundlichkeit mit immerhin fast elf Prozent. → presseportal.de

Termine + Tagungen

Termine compact (6) (19.KW-2010)

01: Am 7. und 8. Juli veranstaltet die **Quadriga Hochschule Berlin** in Kooperation mit dem Magazin "politik&kommunikation" die **Tagung "Public Affairs Management in Berlin und Brüssel"**. Vertreter namhafter Unternehmen wie Volkswagen, Telekom, Metro und E-Plus sowie Kenner der Berliner und Brüsseler Szene beleuchten Hintergründe und geben Ihr Know-how weiter. Die Tagung ist in zwei Themenblöcke mit je zwei Modulen geteilt: Die Veranstaltung am 7. Juli thematisiert Public Affairs Management in Berlin, die Vorträge und Workshops am 8. Juli Public Affairs Management in Brüssel. → tagung-public-affairs.de

02: Wer heute erfolgreich kommunizieren möchte, nutzt Social Media. Die modernen

Dialogmaßnahmen im B2B und B2C werden immer mehr zum Thema in den Kommunikationsabteilungen deutscher Unternehmen. Warum sträuben sich viele Unternehmen vor dem direkten Dialog mit ihrer Zielgruppe? **CB.e** gibt am 25. Mai in Berlin auf ihrer Veranstaltung "**Zukunft Dialog – Wie sich Unternehmen ins Gespräch bringen**" Antwort und erste Hilfe zu einer Neuorientierung für mehr Dialog im Social Web. Die Veranstaltung ist kostenfrei und richtet sich an Kommunikationsexperten und Entscheider aus Unternehmen, Verbänden und Organisationen. [Hier geht es zur Anmeldung](#)

03: Wer lernen möchte, wie professionelle PR tatsächlich zum Geschäftserfolg beisteuern kann, wer aus Fehlern anderer lernen will und wer konkret umsetzbare Ideen benötigt, für den bietet Gründerszene das **Seminar "PR – Die Dos und Don'ts im Umgang mit den Medien"** an. Am 09. Juni können PR-Interessierte in vier Stunden in Berlin erfahren, welche Faktoren für den medialen Erfolg eine Rolle spielen und wie man Social-Media als Dialoginstrument richtig einsetzt. Das Seminar vermittelt Tipps und Tricks der PR-Arbeit und lehrt den richtigen Umgang mit den Medien. → gruenderszene.de

04: Nach dem Start der Reihe "**Express-Wissen für Ihre Kommunikation**" Anfang des Jahres bieten die media workshops von news aktuell jetzt vier weitere Termine in Hamburg, Frankfurt am Main und Düsseldorf an. In einem Drei-Stunden-Format geben erfahrene Referenten kompakte Informationen zu aktuellen Branchenthemen weiter. Während PR-Einsteiger einen komprimierten Überblick erhalten, bieten die Vorträge PR-Profis die Möglichkeit, ihr Handwerk in kurzer Zeit zu überprüfen. Termine und Themen in der Reihe "Express-Wissen": media-workshop.de

05: **Wie Corporate Publishing funktioniert**, diskutieren Rainier Burkhardt (stellv. Vorsitzender Forum Corporate Publishing und Geschäftsführer KicherBurkhardt in Berlin), Soheil Dastyari (Geschäftsführer & Bereichsleiter Corporate Publishing Gruner+Jahr Corporate Editors) und Antje Lüssenhop (Leiterin PR & Interne Kommunikation DB-Konzern und stellv. Leiterin Unternehmenskommunikation) unter der Moderation von Klaus Liedtke (stellv. Vorsitzender Hamburg@work und ehemaliger Chefredakteur Stern, National Geographic und Lufthansa Magazin) am 19. Mai im **PR Club Hamburg**. pr-club-hamburg.de

06: Mit der Veranstaltung **Die Unternehmensstiftung - mehr als PR** setzt das Deutsche Stiftungszentrum die erfolgreiche Reihe rund um das Thema Unternehmensstiftung fort. Am 21. Juni treffen sich in Berlin Stiftungsexperten, CSR- und Marketingverantwortliche aus Unternehmen, um gemeinsam die Funktion und Möglichkeiten einer Unternehmensstiftung zu diskutieren. Aus wissenschaftlicher Perspektive erläutert der renommierte Kommunikationswissenschaftler Ansgar Zerfaß die Besonderheiten des Kommunikationsmanagements. Anmeldung unter deutsches-stiftungszentrum.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (4) (19.KW-2011)

01: **Das Deutsche Institut für Public Relations (DIPR) feiert in diesem Jahr sein 40jähriges Jubiläum**. Aus diesem Anlass findet vom 4. bis 12. Juni in Hamburg ein besonderes Grundseminar "Methodische Öffentlichkeitsarbeit" Teil 1 (G1) statt. In acht Tagen werden neben Grundlagenwissen und

wichtigen Themen des Berufsfeldes Public Relations Fähigkeiten und Fertigkeiten vermittelt, die für eine erfolgreiche Tätigkeit in der PR-Branche nötig sind. → dipr.de

02: Die Deutsche Universität für Weiterbildung (DUW) unterstützt ab sofort Unternehmen und Organisationen bei der Qualifizierung ihrer Nachwuchskräfte im Bereich der europäischen Interessenvertretung und Public Affairs. Die **DUW fördert insgesamt bis zu 20 Projekte mit Teilstipendien** im Wert von 2.500 bis 5.000 Euro für den berufs begleitenden Masterstudiengang European Public Affairs (M.A.). Voraussetzungen für die Bewerbung sind ein erster Hochschulabschluss, zwei Jahre Berufserfahrung und ausreichende Englischkenntnisse. Bis zum 30. Juni können sich Interessierte um die Förderung bewerben. Der Studienbeginn ist ab dem 1. Juli bis spätestens Ende 2011 jederzeit möglich. → duw-berlin.de

03: Gemeinsam mit dem ILS Institut für Lernsysteme, Deutschlands größter Fernschule, entwickelt die Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner derzeit einen **Fernlehrgang zum Social Media Management**. Aktuell befindet sich der Lehrgang im Zulassungsverfahren bei der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU); ILS und Laub & Partner rechnen damit, dass der Lehrgang bereits im Frühsommer 2011 an den Start gehen kann. Der auf zwölf Monate angelegte Fernlehrgang, der zukünftig ohne feste Terminvorgaben jederzeit gestartet werden kann, soll mit dem Titel „Social Media Manager“ abschließen. → laub-pr.com

04: **Vier com+plus-Absolventen feierten ihre erfolgreiche Prüfung zum Kommunikationsmanager am ZAK**: Marc Siedler, Carolin Hoppe, Nina Saupe und Petra Große-Stoltenberg. Neben ihren beruflichen Verpflichtungen durch Volontariat und

Selbstständigkeit absolvierten sie das zwölfmonatige Fernstudium Kommunikationsmanagement/PR an der com+plus Akademie in Münster.

Presidents' Corner

GPRA: Wildwest in Amerika oder die netten Jungs als Täter



Ein Autorenbeitrag von Dr. Alexander Güttler, Düsseldorf, Präsident der GPRA – Gesellschaft Public Relations Agenturen, Berlin (16. Mai 2011)

Das Internetunternehmen Facebook gibt Geld dafür aus, seinen Wettbewerber Google schlecht zu machen und heuert dafür eine PR Agentur an. Soweit der Stand in den Medien. Das die Anbieter von Social Media Plattformen knallhart kalkulieren und letztlich in Euro oder Dollar denken, dürfte sich inzwischen rumgesprochen haben. Das PRler hierbei mitmachen, zeigt eine fatale Mischung aus Dummlichkeit und Unredlichkeit. Es gibt hierzu eine Vielzahl international etablierter Kodizes, auf die nahezu alle großen Agenturketten schwören und die sicherlich auch auf den Fluren der benannten großen amerikanischen Agenturkette bestens bekannt sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... Abzocke der Steuerzahler durch die Autoindustrie



Guten Tag! Der deutschen Autoindustrie geht es gegenwärtig glänzend. BMW spricht von Rekordgewinnen und Daimler, VW mit Audi und Porsche und Ford verkünden stolz ihre Absatzerfolge. Selbst Opel muss nicht mehr um die Existenz bangen. Einen großen Teil der wirtschaftlichen Stärke verdanken die deutschen Autokonzerne dem Steuerzahler; denn in der Absatzkrise hat der Staat, also der Steuerzahler, mit fünf Milliarden Euro Abwrackprämie den Absatz neuer Autos subventioniert. Der Betrag ist nicht völlig bei den deutschen Herstellern und ihren Händlern gelandet. Ein gehöriger Teil floß an ausländische Hersteller und ihre Vertriebspartner, weil sie attraktivere Kleinwagen anbieten konnten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Facebook und Burson Marsteller: Ein Verhängnis



Die Schmutzkampagne von Facebook Inc. gegen den Rivalen Google geht einstweilen nach hinten los. Sie könnte aber auch Ausgangspunkt für ein neues Selbstverständnis sein – auch in der PR.

Ein Kommentar von Andreas Severin (50), Gründer und Mitgesellschafter von [crossrelations](#) - corporate communications consultants (GPRA), Düsseldorf
Ein verheerendes Signal an alle, die Facebook noch einmal vertrauen wollten – ein Weckruf für alle, die die Risikopotenziale sozialer Netzwerke bisher nicht wahrhaben wollen. Das Flaggschiff der

Social Networks nährt schon länger den Verdacht, Ethik und das Konzept der „Privacy“ sehr subjektiv zu auszulegen. Wir erinnern uns der wiederholten Kritik am Umgang mit Nutzerdaten und den schweren Mängeln im Datenschutz. Facebook war zuletzt sehr bemüht, sich der Welt als gutes und vertrauenswürdige Unternehmen zu präsentieren. Ein Platz, den dummerweise Google bislang beansprucht, ohne ihn – nach der beendigten Selbstzensur in China - bis heute ernsthaft aufs Spiel gesetzt zu haben.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pfeffer & Salz & Senf

Salz: Der Schwanz wedelt mit dem Hund, der Bock wird zum Gärtner

Die nach mangelndem Wählerzuspruch Fürchterlich Dezimierte Partei krempelt unter der Führung eines Frischlings gerade unbekümmert die Bundesregierung um. Merkel lässt geistliche Würdenträger, denen die Menschen in Scharen davonlaufen, bei der Antwort auf elementare Standort- und Zukunftsfragen Deutschlands mitentscheiden. Ein einziger alter Mann, als Papst verkleidet, schreibt den Millionen immer noch Gutgläubigen Dinge vor, die ihn nichts angehen. An Titan Dieter kommen Zigtausende naiver Kids nicht vorbei, wenn sie nur drei Töne halten können und ins Fernsehen wollen. ARD und Pro7 kommen samt Lena nicht um Stefan R. herum.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Annanas oder Bräschtlinge – alles Erdbeeren

(nsb) Wer auf die Struktur der Blätter achtet, kann es ahnen: Die Erdbeeren gehören zur großen Familie der Rosengewächse. Und ähnlich wie die Früchte der echten Rose, die Hagebutten, sind Erdbeeren eigentlich „Sammelnussfrüchte“ – die kleinen Nüsschen auf der Oberfläche sind, botanisch betrachtet, die Hauptsache. Wir aber sind froh, dass sich der ehemalige Blütenboden in die klassische Sommerfrucht verwandelt, die wir fälschlich Beere nennen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Plank: "Public Relations - crossmedial"

Crossmedia ist eine Kommunikationsstrategie, deren Ziel die intensivere Auseinandersetzung mit Themen ist. Handlungen sollen ausgelöst und neue Menschen erreicht werden. Um dies zu erreichen, werden die Inhalte verschiedener Medien gezielt und nutzbringend miteinander verbunden. Relevant wird Crossmedia damit besonders für die Public Relations; auch weil immer weniger Menschen durch klassische Werbung erreicht werden. Zu diesem Ergebnis kam die Medienwissenschaftlerin Christiane Plank in ihrer Doktorarbeit. Auf deren Basis entwickelte sie einen Praxisratgeber für die PR-Arbeit mit zahlreichen Checklisten, Beispielen und Interviews mit Experten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Fluch der Propaganda

Ein Autorenbeitrag von PR-Berater Dennis Sulzmann, Hamburg am 28. April im "Medientrainerblog"

PR ist Werbung, sagen Kritiker. Nur anders verpackt. Und Werbung ist im Kern Propaganda. Daraus lässt sich logisch ableiten, dass PR zumindest in Teilen Propaganda ist. Provokativ aber konsequent: vor Jahren ließ ein Künstler in Belgrad Werbeplakate drucken. Darauf zu sehen war das Konterfei von Joseph Goebbels, zusammengesetzt aus den Logos weltumspannender Medienunternehmen. Die Aussage dahinter: Goebbels sei ein geistiger Vater heutiger Massenkommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Sony in der Krise: Die 5 größten PR-Pannen und was Sie daraus lernen können

"Datenklau in einer neuen, bisher nie dagewesenen Dimension." Die Nachricht verbreitete sich in Windeseile rund um den Globus. Seitdem kämpft Sony, der Gigant für Unterhaltungselektronik und Hersteller der Spielekonsole PlayStation, gegen ein drohendes Imagedesaster. Mit einer E-Mail an über 77 Millionen User entschuldigte sich der japanische Konzern für die Hackerangriffe auf das PlayStation Network sowie auf die Entertainment-Plattform Qriocity und gab somit das womöglich größte Datenleck in der Geschichte des Internets

bekannt.

Den Artikel von Sven Lilienström am 13. Mai in "Unternehmer.de" [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>.

ANGEBOTE (68)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier: <http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

(Senior) PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Fashion / Lifestyle, München

Texter (m/w) mit Finanz-Background, Hamburg

PR-Berater Finance/Lifestyle (m/w), Frankfurt

kiecom sucht PR (Junior-)Berater/in, München

PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Produkt-PR (B2C) von Berliner Agentur zum 1. Juli 2011 gesucht

Trainee / Berater (m/w) für Markenkommunikation, Düsseldorf

Account Manager (m/w) und Trainee (m/w) in Münchner Full-Service PR Agentur

Juniorberater/in mit Benzin im Blut gesucht, Hamburg

PR Junior-Berater/in, Hamburg

PR Berater/in "Lifestyle / Sport / Consumer", München

Berater/in und Junior Berater/in ab Juli 2011, München

PR-Manager/in für Agentur in Berlin gesucht

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-Assistant (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

Unternehmen

Assistent/in Corporate Communications, München

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

Verbände (Non-Profit)

Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 16. Mai 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.206 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]-

online.de) - für Rubrik: Kelikowskys Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenoiw[at]yahoo.com).

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

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": 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.