

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 292 / 20. KW 2011

Seite 1

Sascha Lobo: Warum Kommunikationsprofis im Netz versagen

Moderne Öffentlichkeitsarbeit fußt auf einem fundamentalen Missverständnis, beobachtet Sascha Lobo: Kommunikationsprofis glauben, dass Internet und soziale Medien die virtuelle Welt abbilden, die Massenmedien die reale. In Wahrheit ist es umgekehrt - mit der Folge, dass ihre PR fehlgeleitet ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leipziger & Partner geht nach über 40 Jahren vom Markt

Die Kommunikationsberatung Leipziger & Partner L&P Kommunikationsgesellschaft (GPRA) stellt zu Ende Mai 2011 insolvenzbedingt ihre Arbeit ein. Die Full-Service-Agentur mit den Kerndisziplinen Public Relations und Public Affairs schließt ihre beiden Standorte in Frankfurt am Main und Berlin mit zuletzt noch 18 Mitarbeitern..

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact (19) (20.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Stefan Gessulat** und **Karsten Gessulat** haben in München die Agentur für synchronisierte Kommunikation Gessulat/Gessulat gegründet. Stefan Gessulat ist seit 2007 Gründer und Inhaber der Beratungsagentur für Internet, Marketing und Kommunikation Gessulat Media. Der Journalist war Chefredakteur von "Für Sie", "Playboy", "Matador", "Maxim" und "Maxim Fashion". Karsten Gessulat war bisher Geschäftsführer und Partner der Agenturgruppe Serviceplan. Der gelernte Werbetexter hat für Agenturen wie Springer & Jacoby, TBWA und Scholz & Friends gearbeitet.

02: **Judith Hein** übernimmt die neu geschaffene Position als Leitung Marketing & PR bei der Wiesbadener Kreativagentur circ. Die Diplom-Ingenieurin war zuvor als Account-Managerin bei deutschen und schweizer Event bzw. PR-Agenturen tätig. **Amita Sarup** verstärkt als Projektleiterin für den Kunden BASF das Team von circ. Zuvor war die Kulturwissenschaftlerin bei GMR Marketing beschäftigt und betreute nationale und internationale Produktionen in den Bereichen Sport und CSR.

03: **Ulrike Wiedemann** (29) verstärkt die Hamburger PR-Agentur Blume PR, sie unterstützt das Team als Beraterin im Bereich Marken- und Produkt-PR. Zuvor war sie bei der Euro RSCG ABC Hamburg (GPRA) tätig. Ebenfalls neu ist **Stephanie**



Friedrich (31). Die studierte Medien- und Literaturwissenschaftlerin komplettiert das Team als PR-Assistentin.

04: **Hendrik Schneider** wird Daylight PR in Dresden ab sofort bei der Planung, Durchführung und Evaluation von PR-Maßnahmen für Kunde unterstützen. Der Politikwissenschaftler arbeitete zuvor in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarb. d. Bürgermeisteramtes der Stadt Chemnitz.

05: **Robert M. Kinsella** (49) verstärkt ab 1. Juni das Team von Stockheim Media in Köln als Direktor für Finanz- und Kapitalmarktkommunikation. Seit 2003 war er bei der Munich Reinsurance Group in verschiedenen Führungspositionen beschäftigt, zuletzt als Editor-in-Chief.

06: **Melanie Schneider** verstärkt ab 1. Juli die Führung der Züricher (CH) Kommunikations- und PR-Agentur Open Up als neue Partnerin. Sie ist diplomierte PR-Beraterin und war bisher als Geschäftsführerin bei der PR-Agentur Jung von Matt/Limmat tätig.

07: **Nikolai Zotow** (44) verstärkt als IT-Journalist das Redaktionsteam der Münchener PR-Agentur PR-Com. Der Informatiker war zuvor freier IT-Journalist und arbeitete als Korrespondent für den Heise-Verlag.

UNTERNEHMEN:

08: **Hans Grundner** (64), Vorstandsvorsitzender von Funkwerk in Kölleda scheidet mit sofortiger Wirkung aus dem Unternehmen aus, das er neuen Jahre lang geleitet hat. Seine Aufgaben, die auch das Ressort Public Relations beinhalten, werden künftig von **Johann Schmid-Davis** (36) und **Carsten Ahrens** (48) mit übernommen. Schmid-Davis ist seit 2009 im Vorstand von Funkwerk und neben dem Finanz-ressort zuständig für Personal, Recht, Controlling und Investor Relations. Ahrens gehört dem Gremium seit 2010 an und verantwortet die Ressorts Business Development Enterprise Communication und Automotive Communication sowie Technologie und Produkte. Beide werden das Unternehmen gleichberechtigt führen.

09: **John Brooks** (49) leitet als General Manager das Marketing der Consumer Division von Olympus in Hamburg und übernimmt zusätzlich die Bereiche Marketing Communications und PR. Er ist seit 23 Jahren bei Olympus und verantwortete zuletzt das Product Marketing der Consumer Division. **Heino Hilbig**, der bisher für Consumer-Communication und -PR zuständig war, verlässt das Unternehmen

10: **Jens Heinen** (45) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation bei der Privatbank Delbrück Bethmann Maffei in Frankfurt am Main übernommen. Er kommt vom Kommunikationsdienstleister Frank Elsner Kommunikation für Unternehmen, wo er seit 2005 als Berater unter anderem für Delbrück Bethmann Maffei gearbeitet hat.



11: **Iris Vollmann** leitet die neu gegründete Unternehmenskommunikation des Eschborner Suchmaschinenpezialisten Online Marketing Solutions. Zuvor vertrat die ausgebildete Fachredakteurin von März 2004 bis Juni 2010 als Pressesprecherin die Unternehmen BK Circus und Circus Flic Flac in Bocholt.

12: **Tilmann Kießling** (43), zuletzt Manager Media Relations bei Sanofi-Aventis Deutschland, ist seit dem 1. Mai Senior PR Manager in der globalen Diabetes Division bei Sanofi. Zeitgleich hat Jan Hempker (32) die Position des Managers Media Relations & Scientific Communications übernommen.

13: **Nicole Schwar** (25) hat die Öffentlichkeitsarbeit beim Hörgeräte-Hersteller Neuroth in Wolfsberg (AT) übernommen und ist somit für die Kommunikation des Unternehmens verantwortlich. Sie folgt auf **David Resch**, der das Unternehmen verlassen hat.

MEDIEN:

14: **Lars Haider** (41), derzeit Chefredakteur des "Weser-Kurier" sowie der "Bremer Nachrichten", wird am 1. Juli neuer Chefredakteur des Hamburger Abendblattes. Er folgt auf **Claus Strunz** (44), der seit Oktober 2008 Chefredakteur des Hamburger Abendblattes und Moderator mehrerer politischer Talkshows ist und zuvor acht Jahre lang Chefredakteur der "Bild am Sonntag" war. Strunz übernimmt am 1. Juli als Geschäftsführer die Leitung des neu geschaffenen Bereiches TV- und Videoproduktionen bei Axel Springer.



Vor zehn Jahren hat die PMG als kleines Startup begonnen, heute sind die Produkte des Unternehmens aus der modernen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht mehr wegzudenken. Zum Geburtstag hat das Unternehmen gleich eine ganze Reihe attraktiver Angebote zusammengestellt, die mehr als einen Blick lohnen.

Einfach mal anklicken ...

www.pressemonitor.de/jubilaeumsangebote

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

15: Die Generalversammlung der Züricher Public Relations Gesellschaft (ZPRG) hat den Präsident **Christian Wick**, WickPR und die Vorstandsmitglieder **Pascale Lehmann**, Lehmann Horat Partners, **Eva-Maria Bauder**, Spitäler Schaffhausen, **Grazia Grassi**, Denner, **Nathaly Kratzer**, Antalis, **Peter Müller**, Change Communications, **Dominik Allemann**, Bernet PR, **Holger Rungwerth**, OC Oerlikon Balzers sowie **Michael Loss** für die Amtsdauer von einem Jahr wiedergewählt. Nach vier Jahren Amtszeit hat **Luca Roncoroni**, HEV Zürich den Vorstand verlassen. Einstimmig wurde sein Nachfolger **Matthias Wipf**, speakers.ch neu in den ZPRG-Vorstand gewählt.

16: **Reto Wilhelm** ist neues BPRA-Vorstandsmitglied des Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA), er ist Geschäftsführer der Mitgliedagentur panta rhei PR in Zürich (CH). Wilhelm folgt auf **Peter Felber**, welcher dem Vorstand des BPRA elf Jahre angehörte und nach

vielen Jahren als Agenturleiter der int/ext Communications in Basel (CH) zu *Beginn des Jahres* die Leitung der Abteilung Kommunikation und Marketing des internationalen kirchlichen Missionswerks Mission 21 in Basel (CH) übernahm.

17: **Carel Mohn** (41), derzeit Leiter der Stabsabteilung Kommunikation am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung, ist ab dem 14. Juni Kommunikationsdirektor der European Climate Foundation (ECF) in Berlin. **Katrin Riegger** (31) ist in der neu geschaffenen Position der Kommunikationsmanagerin in der Berliner Pressestelle der ECF tätig.

18: **Farhad Dilmaghani** (39) wird zukünftig als Director den neu geschaffenen Bereich Corporate Communications, Marketing und Regierungsbeziehungen an der European School of Management and Technology (ESMT) leiten. Dilmaghani kam 2009 vom Gründungsunternehmen Allianz SE als Kommunikationsleiter zur ESMT.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

19: **Beate Zarges** (39) verantwortet ab dem 1. Juli als Pressesprecherin die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bayerischen Landesamts für Denkmalpflege in München. Zuvor arbeitete sie im Referat für Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Architektenkammer und in der Pressestelle der GEMA.

- 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

Etats

Ausschreibung: Germany Trade & Invest : Corporate Publishing Agentur

Germany Trade & Invest schreibt im Rahmen eines EU-weiten Vergabeverfahrens (Verhandlungsverfahren mit Teilnahmewettbewerb) Leistungen im Bereich Corporate Publishing aus. Hierzu gehört die Konzeption und Umsetzung der Publikationen: markets – das Servicemagazin für Außenwirtschaft, Germany Investment Magazine und Germany Investment News sowie die Erstellung von projektbezogenen Sonderausgaben. Es soll ein Rahmenvertrag abgeschlossen werden für die Dauer von 4 Jahren mit einer Verlängerungsoption von einem Jahr. Teilnahmeanträge sind bis zum 24.06.2011 per Post einzusenden. Weitere Informationen entnehmen Sie bitte der [Bekanntmachung](#).

Etats compact (17) (20.KW-2011)

01: Artcoming, Starnberg

was: *Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Weissenbach PR**, München

02: La Martina, Buenos Aires Argentina

was: *PR-Etat für Deutschland*

an: **Think Inc. Communications**, München

03: New Balance Royer, Düsseldorf

was: *klassische PR und Online-Kommunikation*

an: **Styleheads PR**, Berlin

04: sellxper, Bruchsal

was: *Kommunikationsberatung und Medienarbeit*

an: **verclas & friends**, Heidelberg

05: UBS Deutschland, Frankfurt am Main

was: *Kundenmagazin "UBS KeyInvest" für das iPad*

an: **ergo Unternehmenskommunikation** (GPRA), Köln

06: Cook Islands Tourism Cooperation, Berlin

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den europäischen Markt*

an: **MikullaGoldmann PR**, München

07: DEHA Elektrohandelsgesellschaft, Gerlingen

was: *Konzeption und Umsetzung des "DEHA Tecselect Kongress 2012"*

an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

08: Andrea Frahm, Icking

was: *Presse-Arbeit der Fachmessen "in fashion berlin" und "in fashion munich"*

an: **eastside communications Braintown**, München

09: Ungarisches Tourismusamt, Berlin

was: *klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Publikumsmedien für die Westungarische*

- 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.

Bäderstraße

an: **noble kommunikation**, Neu-Isenburg

10: Base / E-Plus Service, Potsdam

was: *inhaltliche Konzipierung, Steuerung, Umsetzung und Abwicklung des*

Kundenbindungsprogramms "Base Freundeskreis"

an: **White Rabbit**, Berlin

11: PFU Imaging Solutions Europe, München

was: *gesamte Unternehmens- und Produktkommunikation sowie Social Media Relations in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika (EMEA)*

an: **Akima Media**, München

12: Ernsting's family,
Coesfeld

was: *Ratgeberteam für Frauen und Mütter rund um Kindererziehung, Familie, Gesundheit, Ernährung, Mode, Wohnen, Recht, Finanzen, Freizeit und Urlaub*

an: **Yamaoka International Public Relations**,
Hamburg

13: Dael `O Ring, Almelo (NL)
was: *Produkt-PR in Deutschland*

an: **Blume Public Relations**, Hamburg

14: Events New South Wales, The Rocks, NSW
(AU)

was: *Pressearbeit in Deutschland für das
Kreativfestival Vivid Sydney*

an: **Griffiths Consulting**, München

15: Feldschlösschen Getränke, Rheinfelden
(CH)

was: *PR-/Kommunikations-Aufgaben der Marke
Carlsberg in der Schweiz*

an: **Blofeld Communication**, Zürich (CH)

16: Aberdeen Asset Managers Switzerland,
Zürich (CH)

was: *Redigierung, Übersetzung und Korrektorat
für die Unternehmenskommunikation*

an: **etextera**, Schmittlen (CH)

17: Ministry of Tourism of Ecuador, Quito (EC)

was: *strategischen Beratung, klassische
Pressearbeit und Marketingprojekte in 14
europäischen und asiatischen Märkten*

an: **BZ.Comm**, Frankfurt am Main

Branche

Was deutsche und schweizer PR-Agenturchefs zum Facebook-Skandal sagen

Wenige Tage nach der Aufdeckung des Skandals
um die schmutzigen PR-Tricks von Facebook
äußert sich erstmals auch der Deutschlandchef

- 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

der beteiligten PR-Agentur Burson-Marsteller zu
dem Vorgang. In einer Umfrage von horizont.net
unter führenden deutschen PR-Experten räumt
Karl-Heinz Heuser, Chief Executive Officer von
Burson-Marsteller Deutschland, schwere Fehler der
US-amerikanischen Kollegen ein. Diese waren von
Facebook beauftragt worden, Negativ-Schlagzeilen
über Google zu produzieren - und dabei
aufgeflogen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die Gewinner des EMEA SABRE Awards 2010/2011

Das internationale PR-Fachmagazin "Holmes-
Report" hat am 18. Mai in Prag die European
SABRE-Awards für die besten Kampagnen
verliehen. Im Rahmen eines Gala-Abends wurden
Preisträger aus ganz Europa gewürdigt.
Nachfolgend finden Sie einen Auszug der
Auszeichnungen mit Unternehmen und Agenturen,
die (auch) im deutschsprachigen Raum tätig sind.

Die vollständige Liste der Preisgewinner finden Sie auf der [Internetseite des Holmes-Report](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kontinuität im Vorstand der DPRG Landesgruppe Norddeutschland

Nahezu einstimmig wurden Jürgen Braatz (Vorsitzender) und sein Vorstandsteam für weitere drei Jahre von den Mitgliedern der DPRG-Landesgruppe Norddeutschland gewählt. Unterstützt wird Braatz von den Stellvertretern Henry F. Meyer und Rafael R. Pilszczek und den Beisitzerinnen Christina Becker, Andrea Montua, Marianne Radel und Julia Viehrig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Erster "PR Filmpreis" in Deutschland

Mit der "Klappe" Preisverleihung 2011 gab der Kommunikationsverband den Startschuss für das 1. "Klappe PR Filmfestival", das der Verband gemeinsam mit der Allianz Versicherung umsetzen wird. Im Hauptwettbewerb können alle Formate von PR Filmen, die für die Öffentlichkeitsarbeit bzw. Unternehmenskommunikation im Zeitraum Januar bis Dezember 2011 entwickelt und öffentlich eingesetzt wurden, eingereicht werden. Einreichen können: Agenturen, Unternehmen, Produktionen und Institutionen und Freiberufler.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (20.KW-2011)

01: **Im ersten Quartal 2011 hat die Neugründung DJM Communication mit Sitz in Düsseldorf und Königstein die Arbeit aufgenommen.** Geschäftsführer und Gesellschafter **Bodo Kirf** ist in der PR-Branche kein Unbekannter. Der

MCCM

Arbeitsplatz der Zukunft
MCCM-Wissenstag am 14. Juli 2011 in Köln

Branchenübergreifende Themen wie:

- Kollaboration verbessern
- Wissensplattformen ausbauen
- Geschäftsprozesse digitalisieren
- Projekte besser steuern

Anmeldung hier

ehemalige Trimedia-CEO besetzt – neben PR-spezifischen Beratungsthemen aus dem Handlungsfeld Corporate Communication – insbesondere das Thema HR-Kommunikation. Die Agentur hat in den ersten Monaten einen guten Start hingelegt. Zu den Kunden zählen u. a. die Stadtwerke Leipzig, die Online-Stellenbörse JobStairs, Siempelkamp, der IT-Dienstleister Lumesse sowie TNT Express. Kirf hat dazu ein Kernteam aus ihm vertrauten Personen mit langjähriger Agenturerfahrung zusammengestellt. Neben den Beratern Marc-Oliver Schach (Teamleitung), Dominik Schwaab, Jan Königshofen und Tom Focke komplettiert Thomas Schneidewind als Redakteur das Team von DJM Communication.

02: **Weber Shandwick München (GPRA) baut im Mai 2011 sein vielfältiges Produktangebot weiter aus.** Seit Jahren unterstützt die Agentur bereits verschiedene Kunden bei der medialen Flankierung sportlicher Großereignisse und Sponsorships. Nun wird das langjährige Know-how als "Weber Shandwick Sport" gebündelt, um damit sowohl

Unternehmen als auch Verbände und Vereine mit regionalem, nationalem und internationalem Sport-Engagement anzusprechen. Geleitet wird die neue Unit in München von Olaf Pempel, Managing Director und Head of Brand & Consumer Communications.

Transparenz zum Verlust des Vertrauens in Autoritäten und sei daher mehr als ein bloßer Trend oder ein Hype, sondern eine wichtige Voraussetzung für funktionierendes Reputation Management.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management + CSR

Reputation Defender: Neuer Auftritt

Der internationale Dienstleister für Online-Reputation und Schutz der Online-Privatsphäre Reputation.com vermittelt mit dem Re-Design seiner Website (www.reputation.com) nun sein erweitertes Angebot zur aktiven Kontrolle persönlicher Informationen im Internet. Neben der bereits zu Beginn des Jahres erfolgten Namensänderung von ReputationDefender.com in Reputation.com verdeutlicht zudem das neue Logo und die Erweiterung des Portfolios mit neuen Produkten die umfassende Ausrichtung des Unternehmens.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Transparenz und Reputation - ein starkes Team

(cw) Rechtzeitig, wahrheitsgemäß, vollständig, ausführlich - das sind die Kern-Forderungen an eine transparente Kommunikation. Und: Transparenz hat viele Facetten. Facettenreich waren auch die Referenten und Vorträge der eintägigen Veranstaltung des K2-Gipfels am 17. Mai in Berlin zum Thema 'Transparenz'. Der Veranstalter und Frankfurter PR-Berater Volker Klenk sieht gar eine Sehnsucht der Öffentlichkeit nach Transparenz, die nicht nur Ausdruck in Social Media findet. Ferner führe fehlende

Internationale PR

Österreich: PR-Ethik-Rat mahnt PR-Agentur P8 Hofherr

Der TIWAG (Tiroler Wasserkraft AG) und der PR-Agentur hofherr kommunikation (jetzt: P8 Hofherr) wurde auf der Website eines Bloggers (dietiwag.org) Meinungsmanipulation durch Medienkooperationen mit damit verbundener Gefälligkeitsberichterstattung in der "Tiroler Woche" und der "Oberländer Rundschau" vorgeworfen. Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations hat den Fall aufgrund zahlreicher Kommentare auf Plattformen wie twitter und facebook sowie aufgrund einer konkreten Beschwerde aufgegriffen. Der Ethik-Rat gewann den Eindruck, dass die veröffentlichten Dokumente bzw. Dokumententeile authentisch sind und der Agentur hofherr kommunikation zugeordnet werden können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Grunig: Durch PR zu besseren Managemententscheidungen



Daniela Jumanca im Dialog mit James Grunig, Professor Emeritus der University of Maryland

Die heutige Diskussion mit James Grunig ist die Wiederbelebung eines Dialogs, den Daniela Jumanca im

Rahmen der sechsten Auflage der rumänischen

Public Relations-Week, im Herbst 2008 geführt hatte. Es ist ein Interview über globale Kommunikationstrends sowie über die Chancen des PR-Berufes. Dabei spricht Grunig, einer der weltweit renommiertesten Forscher im Bereich Kommunikationsmanagement unserer Zeit auch einige biografische Aspekte an, die durchaus Bedeutung haben im Zuge der Entwicklung der Public Relations. Fragen und Antworten des aktuellen Interviews sind im englischen Original-Text belassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

Vierte Studie Digital Journalism des PR-Netzwerks Oriella

Social Media haben sich rasant zu einer bedeutenden Quelle für die Recherche und Faktenprüfung in Redaktionen entwickelt, so das Ergebnis der vierten Ausgabe der jährlichen Digital Journalism Study des internationalen PR-Netzwerks Oriella. Ein großer Teil der befragten Journalisten nutzen heute Social Media, Blogs oder Netzwerke wie Facebook und Twitter, um eigene Beiträge zu recherchieren und Fakten zu verifizieren. An der Studie nahmen 478 Journalisten aus 15 Ländern (Europa, Brasilien und USA) teil.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bundeseinheitlicher IHK-Pilot-Lehrgang zum Social Media Manager

Wie funktioniert Social Media? Welche Plattformen eignen sich für welche Strategien? Wie verändert sich die Kommunikation mit Social Media? Gibt es Gefahren und wie kann ich

dagegen gewappnet sein? Qualifizierte Antworten gibt ab dem 8. Juni 2011 die Industrie- und Handelskammer Bonn/Rhein-Sieg mit einem Pilot-Lehrgang zum Social Media Manager. Die IHK hat diesen bundesweit einmaligen Lehrgang mit der DIHK-Bildungs-GmbH und bundesweiten Experten entwickelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bundeswehr in der Facebook-Falle?

Dass die Bundeswehr mit den neuen Medien fremdelt, ist nichts Neues. Wer aber angesichts der anstehenden Veränderungen ein Feld derart kampfflos preisgibt und darüber hinaus gegenüber wohlgesonnenen Bürgerinnen und Bürgern hinhaltend, verschleiern und unehrlich agiert, darf sich weder über Kritik noch die Frage wundern, wie ernst das Ministerium es mit dem Dienen so meint. Oder anders gesagt: Wer die Sicherheit Deutschlands am Hindukusch verteidigen will, täte gut daran, dies auch auf Facebook zu tun.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jodeleit: Monitoring for nothing

Stell Dir vor, es läuft Social Media Monitoring und keiner schaut hin. Genau so sieht die Realität in vielen Unternehmen aus. Da werden monatlich drei- oder vierstellige Beträge ausgegeben, um auf Basis aufwendigst erstellter Suchprofile Dialoge in Blogs und bei Facebook, Twitter & Co. auszuwerten, und am Ende bleibt doch nur die niederschmetternde Erkenntnis: Daraus machen tun wir eigentlich nichts.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (5) (20.KW-2011)

01: **Beim Monitoring von Social Media halten sich viele Unternehmen noch immer zurück.**

Fast drei Viertel aller Pressestellen (44 Prozent, durch PR-Agenturen vertreten: 25 Prozent) verzichten noch komplett auf die Beobachtung sozialer Netzwerke. Und das, obwohl ebenso viele der Meinung sind, es sei "wichtig" oder sogar "sehr wichtig" zu wissen, was in sozialen Netzwerken über ihr eigenes Unternehmen diskutiert wird (76 Prozent). Immerhin jede dritte Pressestelle (30 Prozent) und jede fünfte PR-Agentur (20 Prozent) verschafft sich mithilfe kostenfreier Monitoring-Tools einen groben Überblick über die Stimmungslage im Netz. Nur fünf Prozent aller PR-Fachleute investieren bisher in eine professionelle kostenpflichtige Software. Dreizehn Prozent setzen bei der Beobachtung auf einen externen Dienstleister. ([news aktuell/Faktenkontor](#), Hamburg)

02: Es muss wirklich frustrierend sein: Da versuchen Datenschutzexperten, Abgeordnete und sogar Bundesminister die Datensammelwut großer Internetriesen mit Gesetzen und Bußgeldern einzudämmen, aber es gelingt einfach nicht. **Globale Konzerne wie Google, Facebook oder Apple interessieren sich anscheinend herzlich wenig für unsere nationale Gesetze.** Und wenn mal ein Skandal ans Licht kommt, dass Daten verbotenerweise gespeichert oder weitergegeben wurden, dann spielt man es eben herunter. Notfalls entschuldigt man sich medienwirksam und macht dann weiter wie bisher. [NDR-Medienmagazin ZAPP über die Arroganz der Datensünder.](#)

03: Die Online-Agentur konstruktiv hat mit dem **brandrecorder ein Tool speziell für Social Media Monitoring** entwickelt. Dadurch erweitert die Agentur ihr Serviceangebot um ein Instrument zur Bewertung von Social Media Aktivitäten. Der brandrecorder beobachtet und analysiert die Reichweite von bisher mehr als 1.000 Marken in den Social Networks Facebook und Twitter. Die Werte aus dem Social Web

werden so für quantitative und qualitative Analysen aufbereitet und können daher mit den Werten aus dem klassischen Marketing verglichen werden. → [brandrecorder.de](#)

04: **Vodafone entdeckte 2009 die Social Media für sich.** Bei den Usern kam der Konzern mit seiner ersten Kampagne allerdings nicht gut an. Welche Lehren der Mobilfunkkonzern daraus zog, erklärt Florian Steps von Vodafone Deutschland auf der next conference 2011. Man sei euphorisch gestartet, um neue Zielgruppen anzusprechen, erläutert Steps. Mit der Kampagne "Es ist deine Zeit" wollte Vodafone im Juli 2009 die "Generation Upload" für sich begeistern und gewann die Blogger Sascha Lobo, Ute Hamelmann und Robert Basic als Werbebotschafter. → [internetworld.de](#)

05: Auf dem Kongress "neueVerwaltung 2011" hat die Hansestadt Hamburg den **Leitfaden "Social Media in der Hamburgischen Verwaltung"** vorgestellt. Er enthält Anregungen und Empfehlungen für einen erfolgreichen Einsatz von Social Media. Er soll die Verwaltung ermuntern, sich auf die Bürgerinnen und Bürger einzulassen, ohne an Verlässlichkeit und Seriosität einzubüßen. Eine moderne Stadt sollte es verstehen, die Kreativität ihrer Bürgerinnen und Bürger zu nutzen. → [hamburg.de](#)

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: #spanishrevolution

Wir sind das Volk 2.0 - #spanishrevolution. Nachdem einige Aktivisten am 15. Mai unter dem Motto "¡Democracia Real YA!" (Wahre Demokratie jetzt!) über Facebook und Twitter zu einer Demonstration auf dem #acampadelsol in Madrid

aufgerufen hatten, ging alles ganz schnell. Schon dem ursprünglichen Aufruf folgten Tausende, nach kurzer Zeit wurden verschiedene NGOs von dem Protest-Virus infiziert und die Sache wurde zum Selbstläufer.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Medien compact (3) (20.KW 2011)

01: Die Journalisten der "Rhein-Zeitung" aus Koblenz setzen die sich ihnen im Web bietenden Möglichkeiten um: Sie bloggen, sie twittern, sie diskutieren mit den Lesern, sie nehmen sie ernst. Das ist anstrengend, macht aber auch Spass. Und bringt neue Informationsquellen, neue Leser, neue Werbekunden. Chefredaktor Joachim Türk erklärt, wie sowas geht: mit dezentem Zwang und aktivem Vorbild. Von oben nach unten. Die beiden Chefredaktoren, Türk (Blog, Twitter) und Christian Lindner (Blog, Twitter), gehören zu den eifrigsten im Haus, was den Einsatz von sozialen Medien angeht. → [medienwoche.ch](#)

02: Allen Unkenrufen zum Trotz erfreuen sich Tageszeitungen auch bei Heranwachsenden nach wie vor großer Beliebtheit: Wie eine repräsentative Umfrage des Münchner Marktforschungsunternehmens Youngcom ergeben hat, nutzen Jugendliche zwischen 13 und 20 Jahren zwar erwartungsgemäß vor allem das Internet, um sich Informationen aller Art zu besorgen. Doch auch die „Young digital natives“ – Teenager also, die bereits mit dem Internet aufgewachsen sind – haben den Kontakt zu Printmedien alles andere als verloren. → [welt.de](#)

03: Die anhaltende Konjunktur in Deutschland zieht den Werbemarkt mit. Im laufenden Jahr

werden die Betriebsausgaben für Investitionen in Anzeigen und Spots, Prospekte und Plakate um 2,4 Prozent wachsen und damit wieder die erstmals 1998 erreichte Hürde von 30 Milliarden Euro überspringen. Der Optimismus basiert auf der Frühjahrsumfrage des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft ZAW unter seinen 40 Mitgliedsverbänden sowie auf den jetzt vorliegenden Ergebnissen der Betriebserhebungen der Werbung verbreitenden Medien. → [zaw.de](#)

Services + Tipps

Das Standardwerk zu den deutschen Medien: Der "STAMM" jetzt neu erschienen

Über 20.000 Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und TV-Stationen listet die aktuelle 64. Ausgabe des „STAMM Leitfadens durch Presse und Werbung“ auf. Im „STAMM“ finden sich außer den Adressen der Medien und Verlage auch die Namen und Kontaktdaten der Redakteure sowie umfangreiche Informationen zu den jeweiligen Werbemöglichkeiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (20.KW-2011)

01: Das Empfehlungs- und Bewertung-Portal **Benchmark.com** hat zum Ende des 1. Quartals 2011 erneut die Investitionsneigung seiner 14.000 Teilnehmer ermittelt. Der Trend des daraus errechneten Benchmark Investitionsindex BIX zeigt, dass Online Dienstleister mit deutlich höheren Budgets ihrer Kunden rechnen können. Die Budgetsteigerungen für Werbe- und Designagenturen bleiben unterdurchschnittlich. Budgets für Eventagenturen sind seit dem 3.

Quartal 2010 weiterhin leicht rückläufig. → benchpark.com

02: **Scheuer Marketingberatung, Hannover-Garbsen: Die erste Studie zum Dienstleistungsmarketing steht als Vollversion zum Download bereit.** Interessante Ergebnisse liefern vor allem die Vergleiche zwischen den einzeln befragten Unternehmensgrößen. Während zum Beispiel Kleinstunternehmen bis zu 9,5 Prozent ihres Umsatzes für das Marketing aufwenden, minimieren sich die Marketingausgaben bei mittleren Unternehmen auf 1,6 Prozent des Umsatzes. Darüber hinaus zeigt die Studie, dass nur etwa jedes dritte Unternehmen in Deutschland über ein Marketingkonzept verfügt, welches ein strategisches Marketing erst ermöglicht. <http://marketingberatung.de/fileadmin/upload/pdf/dienstleistungsmarketing-studie-2010.pdf>

Termine + Tagungen

K2-Fachtagungen: "Onlinekommunikation" + "Interne Kommunikation"

"Die Revolution der Corporate Communications" lautet das Motto der kommenden K2-Tagung Onlinekommunikation am 16. Juni 2011 in Düsseldorf. Es diskutieren und präsentieren u.a. folgende Social Media-Experten aus Unternehmen, Agenturen und NGOs aktuelle Entwicklungen, Tools und Themen der Unternehmenskommunikation 2.0: Gunnar Bender (E-Plus Gruppe), Christof Ehrhart (Deutsche Post DHL), Volker Gaßner (Greenpeace), Nina Meyer (L'TUR), Markus Walter (Allianz Deutschland). Programm, Anmeldung und weiteren Informationen: k2-gipfel.de
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (20.KW-2010)

01: Zur **Speaker's Corner im Mai** begrüßt die DPRG Landesgruppe Nord Sonja Schaub, die seit dem 1. Mai als Pressesprecherin der Hirschen-Agenturgruppe die externe Kommunikation der gesamten Gruppe sowie der zugehörigen Einzelagenturen übernommen hat. Am 31. Mai wird sie interessante Einblicke in ihren beruflichen Werdegang und die Arbeit des Pressesprechers gewähren. Diese Veranstaltung richtet sich in erster Linie an Studenten, Volontäre, Junioren und PR-Einsteiger. Anmeldung bis spätestens 30. Mai unter otseinladung.de

02: Wie nutze ich Social Media wirkungsvoll für die Öffentlichkeitsarbeit? Diese Frage beantwortet "Noeo"-Geschäftsführer Michael Praetorius in seinem **Seminar** in München. Und im zweiten Teil erläutert der Chef der Akom 360, Curt Simon Harlinghausen, wie das Social Media Monitoring funktioniert. Unter dem plakativen Titel "**Vermessung der digitalen Welt**" treten am 28. Mai in München zwei Experten an, um konkret und praxisnah die Einsatzmöglichkeit und die Messbarkeit von Social Media aufzuzeigen. → onetoone.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (20.KW-2011)

01: **Berufsbegleitend zum PR-Berater, zur Führungskraft in Kommunikation oder Management** – diese Karriereschritte ermöglicht das Lehrgangsangebot, das **PR plus** bei zwei Info-Tagen an den Standorten in Köln (17. Juni) und Heidelberg (30. Juni) vorstellt. Bei den Informationsnachmittagen können sich Studieninteressenten sowie Personaler ausführlich über die

Angebote informieren. Einblick in Studienthemen geben Impulsvorträge aus der Praxis: Stefan Kombüchen, Managing Director bei Grayling, zeigt in Köln das Spannungsfeld zwischen Kommunikation und Verantwortung auf; die Storytelling-Expertin Karin Thier von Narrata Consult berichtet in Heidelberg über Erfahrungen mit narrativen Methoden im Managementalltag. Programmdetails: prplus.de

02: Zwanzig Monate intensives Studium neben dem Job liegen hinter den insgesamt **neun Absolventen des Masterstudiengangs Unternehmenskommunikation** an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM). Diesen verlieh die Hochschule am 14. Mai im feierlichen Rahmen die verdienten Masterurkunden. Die Absolventen sind in der Kommunikationsabteilung mittelständischer, großer sowie gemeinnütziger Unternehmen tätig und brachten als Zugangsvoraussetzung das journalistische Handwerkszeug und Kenntnisse der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit. → fhm-mittelstand.de

03: **Die Grundlagen moderner PR** gibt es im **AFK-Seminar B1 – Basistraining PR**, 1. Teil. Hier trainieren Berufsanfänger, Quereinsteiger und PR-Erfahrene, die ihre Arbeit auf eine solide Basis stellen wollen. Auf dem B1-Programm stehen journalistisches Schreiben, Wirkweisen von PR, Medienarbeit, Konzeptionstechnik, Unternehmens- und Veranstaltungskommunikation. Nächster Termin: 04. bis 08. Juli in Oberursel/Ts. bei Frankfurt am Main. Infos: afk-online.com

PR-Barometer

Umfrage zur Diskussion um den Atomausstieg

Die Diskussion um den Atomausstieg bestimmt seit März die öffentliche Agenda in Deutschland. Was ist die bessere Kommunikationsstrategie: Offensive, Konfrontation oder abwarten und nichts sagen? Wer bestimmt die öffentliche Meinung - die, die am lautesten brüllen oder die mit den besten Argumenten? Und welche Rolle spielt die Glaubwürdigkeit?

Die aktuelle Umfrage zur Diskussion um den Atomausstieg ist in SurveyMonkey eingepflegt. Die Umfrage ist selbstverständlich anonym und die Beantwortung dauert nur wenige Minuten. Hier der Link:

<http://www.surveymonkey.com/s/BB5HQM7>

Presidents' Corner

BdP: Das PR-Volontariat als Qualifizierung für die PR-Branche



Ein Autorenbeitrag von Uwe Dolderer, Präsident des BdP Bundesverbandes deutscher Pressesprecher e.V., Berlin (24. Mai 2011)

„Deutschland fehlt es an Akademikern“ hieß es noch vor einigen Jahren, bevor doppelte Abiturienten-Jahrgänge und Bachelor-Abschlüsse eine Flut an Hochschulabsolventen auf den Arbeitsmarkt spülten. Die Vielfalt der Studiengänge durch die Umstellung von Magister-/Diplom- auf Bachelor-/Masterstudiengänge hat zudem für eine starke Differenzierung innerhalb der Ausbildung gesorgt, wodurch viele Absolventen mit ganz unterschiedlichen Voraussetzungen eine Stelle antreten. Eine qualifizierte PR-Ausbildung ist teilweise vorab nicht gewährleistet. Bereits im Jahr 2009 betrug die Zahl der Hochschulabsolventen nach statistischen Angaben knapp 344.000. Viele davon suchten den Einstieg in die PR-Branche. Der Weg aus der Theorie in die Praxis soll dabei vor allem die

Qualifizierung des PR-Nachwuchses ebnen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Bundeswehr in der Mediengesellschaft: Unsere fremde Legion

Fast 50 Jahre lang galt die Bundeswehr den Deutschen als Friedensbewegung. Jetzt müssen deutsche Soldaten wieder kämpfen, und viele bringen den Krieg im Kopf mit nach Hause. Der Krieg entfremdet die Staatsbürger in Uniform. Wer das ändern will, muss den Einsatz in Afghanistan konsequent medialisieren. Wir brauchen Bilder dieses Krieges.
 Den Artikel von Sascha Stoltenow, Waldems vom 20. Mai in "TheEuropean.de" [hier online weiterlesen](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerücht: Schuldig im Sinne des Leitartikels



(nsb) Dominique Strauss-Kahn hat seine Karriere hinter sich, das ist gewiss. Ob er tatsächlich eine Frau angegriffen hat, müssen die Richter noch feststellen. Aber immer mehr Schreiber und Kommentatoren bringen das durcheinander. Die Mehrheit der Franzosen ist sicher, dass „DSK“ in eine Falle getappt ist – sie rätseln, wer sie aufgestellt hat. Die Amerikaner, um den eigenwilligen Chef des IWF loszuwerden? Sarkozy, der seinen gefährlichsten Mitbewerber um das Amt des französischen Staatspräsidenten kalt stellen lässt? Oder die Feinde von Strauss-Kahn in der eigenen sozialistischen Partei, die dem Großbürger und Bonvivant seinen Erfolg neiden?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Was Frau Holle mit dem Spargel zu tun hat

(nsb) Wenn die laue Frühlingsluft den Spargel sprießen lässt, öffnen sich auch die Blüten des Holunders. In Gärten und am Wegesrand erscheinen sie dann reichlich, die flachen, hand- bis tellergroßen, cremefarbenen Dolden. Ihr starker Duft lockt Insekten an – wer sie erntet sollte die Blütendolden darum für gut eine Stunde auf einem weißen Tuch ausbreiten. Die Krabbeltiere sammeln sich auf der hellen Fläche und können entfernt werden. Denn waschen sollte man die Blüten nicht, weil viel von ihrem Aroma im Wasser bliebe.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Meinungsbildner laufen Meinungsführern den Rang ab

Autorenbeitrag von Michael Bürker, Professor an der MHMK Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation und Christian Krause, ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation, München
 Insbesondere für Risikobranchen wichtig – Social Media wichtigste Kommunikationsplattform. Egal ob Bundesminister, DAX-Vorstände oder Gewerkschaftsvorsitzende: Politische Schwergewichte aus Politik und Wirtschaft verlieren in der öffentlichen Meinungsbildung an Bedeutung. Themen und Meinungen setzen sich im „Multi Step Flow of Communication“ zunehmend über informelle Kontakte im persönlichen Umfeld durch. Verbraucher ziehen bei wichtigen Entscheidungen vermehrt gut informierte Bekannte zu Rate, denen sie Fachkompetenz zusprechen. Die verstärkte Nutzung von Sozialen Netzwerken und Weblogs, in denen Themen öffentlich diskutiert werden, verstärkt diesen Effekt. Unternehmen sind gefordert, die wachsende Zahl der Meinungsbildner durch Issue Management und Agenda Setting für sich und ihre Anliegen zu gewinnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Werbestrategie: Mehr Mut ist (meistens) besser

Ist kreative Werbung effizienter sei als andere Formen? Ja, sagen Experten und alle, die sich damit befassen. Warum das Thema dennoch ein Dauerbrenner ist, und warum dies auch gut ist, beleuchten die folgenden Überlegungen. Was ist effiziente Werbung? Werden Diskussionen immer weiter geführt obwohl sie beantwortet scheinen, so ist in aller Regel ein Grund hierfür darin zu finden, dass die Begriffe, die die zentralen Diskussionsachsen bilden, nicht eindeutig und klar definiert sind. Was also ist denn nun eigentlich die gemeinte "Effizienz"? Und was verstehen wir unter "kreativer Werbung"?

Den Artikel von Norbert Dube (TNS Infratest) am 23. Mai in "ftd.de" [hier online weiterlesen](#).

Internes - aus der Redaktion

Nach dem Website-Check ist vor dem Website-Check

Eine Datenbank mit den Einträgen von über 1.400 PR-Agenturen, Teams an zwei Standorten, die aufgrund der speziellen Lebenssituation von Studierenden, die den Website-Check des PR-Journals durchführten, regelmäßig wechselten, eine schnelllebige Branche, und nach Kenntnis des Verfassers bisher kein vergleichbares Projekt im deutschen Sprachraum als Vergleichsmaßstab – die Aufgabe hatte durchaus Anspruch und forderte daher im ersten Durchgang entsprechend Zeit. Viel Zeit, über zwei Jahre betrug am Ende die Projektdauer, in denen das befürchtete Agentursterben aufgrund der Wirtschaftskrise zum Glück nicht beobachtet werden konnte. Dafür war der Siegeszug der Content Management Systeme und Social Media Plattformen zu beobachten, unterstützt

durch immer neue Tools und Funktionen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

[PR-Consultants \(m/w\)](#)

[PR-Mitarbeiter Fashion / Events, Düsseldorf](#)

[Junior PR-Berater \(m/w\), Berlin](#)

[\(Senior\) 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

Unternehmen

(Junior) Communication Manager w/m, Cologne

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, 23. Mai 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.223 Empfänger** versandt.

Impressum.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - für Rubrik: Kelikowskys Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenoiw[at]yahoo.com).

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Das Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf 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.