

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 298 / 26. KW 2011

Seite 1

nr: Verschlossene Auster für Atomindustrie

Der diesjährige Negativpreis der Journalistenvereinigung Netzwerk Recherche, die Verschlossene Auster, geht an die vier Atomkonzerne E.ON, RWE, Vattenfall und EnBW. Zur Begründung der Jury hieß es: "Sie haben beschönigt, beeinflusst und verheimlicht. Sie haben einen massiven Lobbydruck ausgeübt, auch dann noch, als viele Bürger öffentlich protestierten." Heribert Prantl hielt die Laudatio auf die Informationsverweigerer und -blockierer, die ihre Vertreter zur Gegenrede nach Hamburg geschickt hatten.

Den Artikel über die Verleihung am 2. Juli in Hamburg hier in "Meedia.de" [online weiterlesen](#).

European Communication Monitor 2011: Weltweit umfangreichste Studie zu PR + Kommunikationsmanagement

Die aktuelle Ausgabe des European Communication Monitor zeigt, dass die Mehrzahl der Kommunikationsprofis Verantwortung für ein ausgesprochen breites operatives, themenbezogenes

und strategisches Spektrum trägt – und zumeist direkten Zugang zur Top Management-Ebene der Unternehmen hat. Grayling ist offizieller Partner und Förderer der weltweit umfassendsten Studie im Bereich PR und Kommunikationsmanagement, an der insgesamt 2.209 PR-Berater auf Senior-Ebene aus 43 Ländern teilgenommen haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact (22) (26.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Andreas Bachmeier** (34) ist neuer Geschäftsführer von wbpr Kommunikation (GPRA) in München. Er verstärkt die Geschäftsführung der Agentur mit Gründer **Dietrich von Gumpenberg** und **Markus Eicher** und übernimmt die Verantwortung für Neugeschäft und Strategieentwicklung. Bachmeier ist gelernter Wirtschaftsredakteur und promovierter Politikwissenschaftler, er war PR-Manager der bayerischen Arbeitgeberverbände, Ressortleiter bei Antenne Bayern und zuletzt Leiter Beratung bei Scholz & Friends Agenda in Berlin.

02: **Stefanie Rossner** (40) berät unter dem Namen Rossner Relations, Agentur für PR, Kommunikation und Text, Köln, Kunden und realisiert PR-Maßnahmen, die sie mit Social Media kombiniert. Die Werbekauffrau, Publizistin und Kommunikationswissenschaftlerin bringt jahrelange Erfahrungen als Sprecherin für die Unternehmen IP Deutschland, Ströer



Out-of-Home Media oder die Initiative Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) mit.

03: **Michael Halser** (28) verstärkt als Junior PR Berater das Team der Münchner PR-Agentur swordfish pr. Zuvor war er mehrere Jahre als Journalist bei der Bild-Zeitung in München tätig, zunächst als freier Mitarbeiter und später als Redakteur und als Sport-Reporter.

04: **Frank Jürgens** (34) verstärkt die Agentur Press'n'Relations in Ulm als neuer PR-Redakteur. Er kommt von Interface Factors in München, wo er seit 2006 tätig war, zunächst im Volontariat, zuletzt als Account Manager.

UNTERNEHMEN:

05: **Nicole Geißler** (39) hat die Leitung der Kommunikation der Continental Division Chassis & Safety in Frankfurt am Main übernommen, damit verantwortet sie die Externe und Interne sowie die Produkt- und Online-Kommunikation der Division. Sie folgt auf **Dagmar Weiner**, die das Unternehmen verlassen hat. Geißler ist bereits seit 1998 bei Continental tätig, zunächst als Managerin Marketing-Kommunikation im Geschäftsbereich Aftermarket, seit 2007 als Leiterin der Externen Kommunikation der Division Chassis & Safety.

06: **Ulla Burkard**, Pressesprecherin und Chefin der Öffentlichkeitsarbeit der WPP-Agentur Grey in Düsseldorf, wechselt kurz nach Ihrem 30-jährigem Firmenjubiläum Ende Juli zum Arma-

turenhersteller Grohe. Dort wird sie Assistentin des Vorstandsvorsitzenden **David Haines**, der im September 2004 als CEO zu Grohe kam und früher ebenfalls bei Grey tätig war. Nachfolgerin von Burkard wird **Sarah Hamann**, die seit fünf Jahren bei Grey ist und nach dem Wechsel Head of Corporate Communications wird.

07: **Stefanie Drexler** (28) unterstützt die interne Presseabteilung von Cartier Northern Europe in München. Unter der Leitung von **Christina Hildebrandt**, Director Public Relations Cartier Northern Europe, verstärkt die Betriebswirtin das PR-Team vor allem im Bereich Online-PR für Deutschland, Österreich, Tschechien sowie weitere 17 osteuropäische Länder und verantwortet die externe Agentur für Österreich. Zuvor arbeitete sie als Marketing Managerin Kommunikation bei der Shopping Community limango.

08: **Jürgen Frech** (53) wird am 1. August Leiter der Externen Kommunikation beim Wohnungsunternehmen Deutsche Annington Immobilien in Bochum. Er ergänzt damit das Team von **Dirk T. Schmitt** (Bereichsleiter Konzernkommunikation), **Katja Weisker** (Leiterin Konzernpresse und CSR) und **Ralf Krämer** (Leiter Public Affairs). Frech was zehn Jahre Leiter der Wirtschaftsredaktion der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung (WAZ) und verantwortete zuletzt die Leitung der Konzernpresse bei RWE.

09: **Alexander Jung** (47) leitet den neugeschaffenen Bereich Public & Regulatory Affairs bei Vattenfall in Berlin. Der Jurist verantwortet die gesamte Politikarbeit des Energiekonzerns in Deutschland. Der bisherige



Leiter des Bereichs Public Affairs, **Ulrich Klinkert**, ist weiterhin in leitender Position für die politische Interessenvertretung zuständig. **Andreas Breitsprecher**, bislang Politik- und Kommunikationschef in Deutschland, leitet künftig die Europa-Kommunikation der Business Division Production.

10: **Richard Northcote** (51) leitet ab sofort die globale Kommunikation sowie den Bereich Public Affairs bei Bayer MaterialScience in Leverkusen und ist damit Mitglied der Geschäftsleitung. Er folgt auf **Harald Liedtke**, der als Landessprecher für Bayer MaterialScience in der Region Naher Osten nach Dubai wechselt. Zuvor war Northcote bei dem Unternehmen zwei Jahre lang Leiter des Bereichs strategische Kommunikation mit weltweiter Verantwortung.

11: **Petra Gregorowitsch** (30) verantwortet ab sofort sowohl die Unternehmenskommunikation als auch die Produkt- und Marken-PR von Samsung in Österreich und Slowenien. Sie vertritt **Réka Bálint**, Head of Communications Austria/Slovenia sowie Unternehmenssprecherin von Samsung Electronics Austria in Wien (AT), die in Elternzeit geht. Gregorowitsch hat sich zuvor in Wien (AT) mit ihrer eigenen Kommunikationsagentur ASILI selbstständig gemacht.

12: **Wolfgang Weber** leitet das Brüsseler Büro der BASF, um den Austausch zwischen der Politik und dem Unternehmen zu koordinieren. Er folgt als Vice President auf **Johanna Coleman**, die als Vice President die "Wissensfabrik – Unternehmen für Deutschland" leitet. Weber leitet seit 2006 die Einheit Energie- und Klimapolitik in der Abteilung Unternehmenskommunikation und Regierungsbeziehungen der BASF.

13: **Sabine Minar** (32) übernimmt ab sofort die Position Referentin Konzernkommunikation & Investor Relations beim Internetkonzern



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

Tomorrow Focus. Die Volkswirtin folgt auf **Katharina Kirsch** und wird schwerpunktmäßig die Bereiche Online-Kommunikation, Social Media und Interne Kommunikation verantworten. Minar war zuletzt als Senior Account Executive bei der PR-Agentur Text100 in München tätig.

14: **Anna Lauerbach** (28) ist beim Münchener Modelabel Laurèl neuer Head of Marketing & PR international für die Bereiche Marketing und Public Relations. Sie ist seit 2007 im Unternehmen und war seit 2009 als Marketing Manager für Laurèl verantwortlich. Die diplomierte Modejournalistin und Medienkommunikationswirtin arbeitete zuvor bei der Agentur People at Work.

15: **Kristina Tschenett** (38) ist neue Pressesprecherin des Klinikkonzerns Vivantes in Berlin. Sie folgt auf **Uwe Dolderer**, der bereits im Februar als Mitglied der Geschäftsleitung zur Fitness-Kette McFit gewechselt ist. Tschenett war zuvor seit Mai 2010 Sprecherin der Berliner Senatsverwaltung für Inneres und Sport.

16: **Linda Holz** ist neue Pressesprecherin bei virtual identity in München. Sie kommt von Lewis PR, wo sie seit Juni 2006 tätig war, zuletzt als Senior Account Manager / PR.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

17: **Heiko Leske** gibt nach neun Jahren seine Tätigkeit als Pressesprecher und Leiter der Stabsstelle Unternehmenskommunikation am Universitätsklinikum Leipzig (UKL) auf. **Michael Lindner**, derzeit stellvertretender Pressesprecher, übernimmt die Stelle bis zur Neubesetzung kommissarisch. Leske wechselt zum Rhön-Klinikum in Bad Neustadt, wo er ab August als Leiter Unternehmenskommunikation für Sachsen, Sachsen-Anhalt, Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern tätig sein wird.

18: **Timo Mügge** (34) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation des Universitätsklinikums Köln. In dieser Position verantwortet er die gesamte interne und externe Kommunikation sowie das Marketing der Klinik. Zuvor war er seit Januar 2008 Regionalleiter Unternehmenskommunikation und Marketing bei den Helios Kliniken in Schwerin.

19: **Svenja Heuer** ist als neue Pressechefin zuständig für PR und Öffentlichkeitsarbeit von Lüneburg Marketing. Zuvor war sie im Bereich Buchungs- und Informationssysteme bei der Lüneburger Heide tätig.

20: **Andrea Bartsch** (35), seit 2007 Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit des Hessisches Staatstheater Wiesbaden, wird in der kommenden Spielzeit an die Staatsoper Hannover wechseln.

- 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

POLITIK UND BEHÖRDEN:

21: **Christian Albrecht**, bisher Dienststellenleiter der Landesvertretung Schleswig-Holstein in Berlin wird Sprecher von Gesundheitsminister Daniel Bahr (FDP). Albrecht war vorher auch Sprecher von Wolfgang Kubicki, dem Vorsitzenden der FDP-Fraktion im Landtag von Schleswig-Holstein. Der bisherige Sprecher des Gesundheitsministeriums und Leiter des Kommunikationsstabs, **Christian Lipicki**, übernahm eine Projektgruppe im Bereich der Krisenkommunikation.

22: **Alexander Schaub** (27) ist seit neuer Pressereferent der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der CDU/CSU (MIT) in Berlin.

Etats

Ausschreibung: Europäische Kommission vergibt Kommunikations- und Informationsetat

Die Europäische Kommission vergibt einen Mehrfachrahmenvertrag mit erneuter Eröffnung des Wettbewerbs zur Unterstützung von Kommunikations- und Informationsaktivitäten. Ziel dieser Ausschreibung im Wege des offenen Verfahrens ist die Gewährleistung des externen beruflichen Fachwissens und der technischen Hilfe, die von der Europäischen Kommission und insbesondere der Generaldirektion Unternehmen und Industrie zwecks Durchführung ihrer Informations- und Kommunikationsmaßnahmen benötigt werden. Die Laufzeit der Rahmenvereinbarung hat eine Frist von 48 Monaten. Der geschätzte Gesamtwert des Auftrags über die Gesamtlaufzeit der Rahmenvereinbarung liegt bei 40 Millionen EUR ohne MwSt. Ausschreibungsbedingungen: ted.europa.eu - Ergänzung zum Abgabetermin: ted.europa.eu

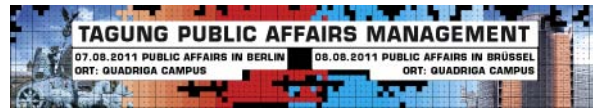
Etats compact (27) (26.KW-2011)

01: Ontras – VNG Gastransport, Leipzig
 was: *Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Neuland PR**, Leipzig

02: Auerbach Schifffahrt, Hamburg
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Faktenkontor**, Hamburg

03: fidis Financial Software & Services, Kaarst
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **möller pr**, Köln

- Anzeige -



Grundlagen und Hintergrundwissen für angewandte Public Affairs und Lobbying in Berlin und Brüssel bietet die **Tagung Public Affairs Management**, die am **7. und 8. Juli 2011** auf dem **Quadriga Campus** in **Berlin** stattfindet. Die Veranstaltung der Quadriga Hochschule Berlin und des Magazins politik&kommunikation richtet sich an Vertreter von Unternehmen, Verbänden und Agenturen, die ihre Interessen in Berlin und Brüssel geltend machen wollen. Weitere Informationen finden Sie unter www.tagung-public-affairs.de.

04: Airbnb, Hamburg
 was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
 an: **Schwartz Public Relations**, München

05: GK Software, Schöneck
 was: *Beratung zu allen Investor Relations Themen*
 an: **Liepolt Stumpf**, Heidelberg

06: Campari Deutschland
 was: *PR-Arbeit der italienischen Likörmarke Disaronno*
 an: **RPM – revolutions per minute**, Berlin

07: WeberHaus
 was: *PR-Maßnahmen-Paket für das PlusEnergie-Konzept*
 an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart

08: Oswald Iden Engineering, Hamburg
 was: *Kommunikations-Projekte und Marketing-Kampagnen*
 an: **Laub & Partner**, Hamburg

09: Messe Frankfurt

was: *Kommunikationsbetreuung insbesondere bei den Konsumgütermessen*

an: **fischerAppelt** (GPRA), Hamburg

10: Tonka Performance PR, Berlin

was: *klassische Medienarbeit und Eventkonzeption sowie Social Media Bereich*

an: **stoffe meyer**, Berlin

11: Westend Apotheke Versand Apotheker Dieter Hümmer, Sennfeld

was: *Pressearbeit, Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit und Online-PR für mediherz.de*

an: **PR4you**, Berlin

12: Knuddels, Ettlingen

was: *Öffentlichkeitsarbeit, Online-Kampagnen und begleitende Social-Media-Aktivität*

an: **index Agentur**, Berlin

13: Burger King, München

was: *Etat für die Betreuung sämtlicher Online-Kanäle in den Ländern der DACH Region*

an: **Interone**, München

14: Tourism Victoria, Frankfurt am Main

was: *klassischen Medienarbeit mit Publikums- und Fachmedien, Social Media- und Kooperations-Projekte*

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

15: Restaurant Delphi, Henstedt-Ulzburg

was: *Marketingkonzept und Öffentlichkeitsarbeit zum Relaunch, vor, während und nach den Umbauarbeiten*

an: **TwinShore Ltd.**, Hamburg

16: Sony Pictures Home Entertainment, Berlin

was: *PR-Tour durch Deutschland und Österreich. zum DVD- und Blu-Ray-Start des Films "The*



Green Hornet“

an: **Bell Pottinger-Harvard**, München

17: Behörde für Stadtentwicklung und Umwelt, Hamburg

was: *Tourkoordination und den Betrieb des "Train of Ideas", einer Infotour über die Umwelthauptstadt durch 18 europäische Länder*

an: **east end communications**, Hamburg

18: Euronics Deutschland, Ditzingen

was: *Organisation der Euronics Summer Convention auf Mallorca sowie Kommunikationsmaßnahmen für die teilnehmenden Industriepartner*

an: **vitamin-e**, Hamburg

19: ES Edgar Schröder

Unternehmensberatungsgesellschaft für Zeitarbeit, Varrel

was: *Öffentlichkeitsarbeit und PR-Betreuung rund um ES-Unternehmerforum*

20: infra fürth verkehr, Fürth

was: *Ausarbeitung und Umsetzung eines*

umfangreichen Kommunikationskonzepts
an: **Kontext Public Relations**, Fürth

21: Mars, Verden
was: *Kommunikations-Etat für das UTZ Cerfied Siegel der Balisto-Riegel*

22: Mars, Verden
was: *Kommunikations-Etat mit Schwerpunkt Online- und Social Media-Aktionen für M&M's*
an: **komm.passion** (GPRA), Hamburg

23: DZ Privatbank, Luxemburg (LU)
was: *Betreuung des neuen Kundenmagazins*
an: **Facts & Figures**, Hamburg

24: Die Kinderhotels Europa, Villach (AT)
was: *PR-Kampagne für den deutschspr. Markt*
an: **Stromberger PR**, München

25: visu'l, Bern (CH)
was: *Text für eine Imagebroschüre*
26: Baloise Group, Basel (CH)
was: *Überarbeitung der Microsite IT*
27: Blue Planet Life, Wädenswil (CH)
was: *Texte im Rahmen des Relaunchs der neuen Website*
an: **etextera**, Schmittlen (CH)

Branche

Aus PRGS wird Advice Partners

Die Unternehmensberatung für Politik- und Krisenmanagement PRGS ändert ihren Namen. Ab dem 1. Juli 2011 firmiert sie als Unternehmensberatung für Strategie und Kommunikationsmanagement Advice Partners. Thorsten Hofmann, einer der Geschäftsführenden Gesellschafter von Advice Partners, erläutert die Gründe für die Umbenennung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



**7. Fachtag
Kommunikations-Controlling**

**29.09. 2011
FH Mainz**

eine Initiative der
Professoren Rolke, Jäger,
der DPRG und dem ICV

Der 7. Fachtag Kommunikations-Controlling „Wissen, Steuern, Lernen“ am 29.09.2011 an der FH Mainz zeigt neue Entwicklungen und präsentiert innovative Konzepte. In diesem Jahr u.a.

- Evaluiertes Kommunikationsmanagement der GIZ
- Kommunikationssteuerung in der Commerzbank
- Internal Communications Performance Measurement von Siemens
- Benchmarking durch gemeinsame Kennzahlen bei Roche Austria u.a.
- Reputationsmessung im Worldwideweb am Beispiel der DAX 30-Unternehmen

Teilnahme: Euro 595,- zzgl. MwSt;
DPRG- und ICV-Mitglieder: Euro 495,- zzgl. MwSt.
Ausführliche Informationen und Anmeldung:
www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm

Branche compact (7) (26.KW-2011)

01: **PR-Gateway, Online-Dienstleister für die Distribution von Pressemitteilungen, bietet PR-Verantwortlichen ein neues Video-Tutorial.** Das Video erläutert Schritt für Schritt, wie Pressemitteilungen mit dem kostenlosen Online-Tool von PR-Gateway auf ihre Keyword-Dichte überprüft werden können. Erfolgreiche Online-Pressemitteilungen werden im Internet gefunden, wenn sie wichtigen Suchmaschinenkriterien entsprechen. Um Pressemitteilungen für Suchmaschinen zu optimieren, müssen daher wichtige Keywords wiederholt im Text verwendet werden. Bedeutende Positionen innerhalb der Presseinformation sind dabei die Überschrift und der Einführungstext. → pr-gateway.de

02: **In der Fachwelt kommt die Entschuldigungsanzeige von Ergo nicht gut an.** Volker Klenk, Managing Partner bei Klenk & Hoursch in Frankfurt am Main, findet das Motiv nicht vertrauensbildend, sondern irritierend. Der

PR-Experte kritisiert, dass sich Ergo nicht geradeheraus für seine Fehler entschuldigt, sondern nur über Maßnahmen redet. Das sei "viel zu technokratisch". Auch die Tatsache, dass die Anzeige keinen Absender hat, also niemand konkret Verantwortung übernimmt, stößt Klenk übel auf. "Hier spricht ein Logo zu mir. Zu solch sensiblen Themen?" In einer Vertrauenskrise braucht es aus Sicht von Klenk organisatorische Transparenz. "Es muss klar sein, wer für welche Themen zuständig ist. Leider entsteht durch die Anzeige so noch mehr Distanz", meint Klenk. → horizont.net

03: Die Kommunikationsberatung Maisberger geht mit der Facebook Page "Social Media Insights" online, vor allem B2B-Prozesse sollen darin angesprochen werden. Die Münchner Kommunikationsspezialisten wollen mit der jüngst eingerichteten Seite spannenden Input aus dem Bereich Social Media zur Verfügung stellen und Diskussionen anregen. Zwei Facebook-Redakteure aus dem Hause Maisberger berichten ab sofort regelmäßig über aktuelle Plattformen, Tools, Studien und Top Stories rund um Social Media und diskutieren mit den Nutzern. Vor allem für den Business-to-Business-Sektor, der Social Media jetzt erst für sich zu entdecken beginnt, wird die Seite produktive Ansätze und konkrete Erfolgsbeispiele aufzeigen. → maisberger.com

04: Erfolgsrezept für ein überdurchschnittliches Gehalt in der Kommunikationsbranche ist ein sicheres Auftreten, ein umfangreiches Networking und die Fähigkeit, durchdachte Konzeptionen zu erstellen. Ihren größten Weiterbildungsbedarf haben die deutschen Agenturinhaber, Pressesprecher und PR-Fachleute noch immer bei den Themen Online-PR und Social Media. Die meisten sehen die größte Herausforderung bei Social Media darin, trotz ständiger Veränderungen im Social Web auf dem Laufenden zu bleiben. Das ergab die aktu-

- Anzeige -

Neuester Termin:

scm

Intensivkurs Interne Kommunikation
6.10.-3.12.2011 in Frankfurt



Am 6. Oktober 2011 beginnt wieder der Intensivkurs Interne Kommunikation in Frankfurt. Der Intensivkurs besteht aus drei Modulen und endet mit einer Abschlussprüfung.

Ihr Weg zum Manager Interne Kommunikation (m/w):

1. Modul: "Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte", 6.- 8.10.2011
2. Modul: "Interne Kommunikationsinstrumente", 3.- 5. November 2011
3. Modul: "Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation", 1.- 3. Dezember 2011.

Die Module sind auch einzeln buchbar.

Weitere Informationen finden Sie hier:

www.scmonline.de/veranstaltungen/intensivkurse/intensivkurs-interne-kommunikation-0

elle Blitzzumfrage "Aus- und Weiterbildung in der PR" der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor, beide in Hamburg. Knapp 1.500 Branchenkenner haben im Juni Auskunft gegeben. → presseportal.de

05: Die Firma Infopaq, die im Auftrag von Kunden Medien beobachtet und auswertet, schließt ihren Standort in Oos (bei Baden-Baden) zum Jahresende. 47 größtenteils langjährige Mitarbeiter aus der Region verlieren ihren Job. Besonders ärgerlich für sie: [In Frankfurt/Oder eröffnet die dänische Muttergesellschaft einen neuen Standort.](#) (...) Die Mitarbeiter von Infopaq haben turbulente Jahre hinter sich. Nach der Gründung des Unternehmenszweiges für Medienbeobachtung 1987 wurde die Baden-Badener Firma Argus viermal von anderen Unternehmen übernommen, zuletzt 2010 vom dänischen Konzern Infopaq. → badisches-tagblatt.de

06: Zum siebten Mal schreibt der Viola Falkenberg Verlag den "Public Relations Book Award" um das beste Konzept für ein PR-Buch aus. Dotiert ist der Preis erneut mit einem Vertrag beim Viola Falkenberg Verlag in Bremen, der auch die Produktion und Verbreitung des Buches übernimmt. Autoren können sich ebenso um die Auszeichnung für das beste Konzept für ein PR-Buch bewerben wie Herausgeber von Buchreihen. Teilnahmegebühren werden keine erhoben. Es genügt die pünktliche Einreichung beim Verlag bis zum 1. November 2011. → falkenberg-verlag.de

07: Die Fürther PR-Agentur Kontext Public Relations hat sich selbst ein sportliches Ziel gesetzt: Insgesamt zehn Mitarbeiter, inklusive der beiden Geschäftsführer, wollen von 1. Juli bis 4. Oktober – wenn im Rahmen der Michaeliskirchweih Fürth der 18. Geburtstag der Agentur gefeiert wird – regelmäßig mit dem Fahrrad von und zur Arbeit fahren. Am Ende der so genannten Bike & Fun Tour 2011 sollen so mindestens 2.500 Kilometer zurückgelegt werden, die die Agentur dann in bares Geld umrechnet und an die Bürgerstiftung Fürth spendet.

...und dann noch das:

Im Schnittbereich von Werbung und PR blühen kreative Pflanzen. Dass man ein Shampoo auch anders in Szene setzen kann, als mit stereotypem Model-Grinsen unter wehender Haarpracht, zeigt die Unilever Shampoo-Marke Clear mit einer gelungenen Kampagne zum Markteinstieg in Thailand. Ausserdem ist dies ein schönes Beispiel dafür, wie wirkungsvoll interdisziplinäre Medienarbeit sein kann: [QR Code Haircut](#)

Reputations-Management + CSR

Sommerpause – Denkpause?

(cw) Keineswegs! , denn wenn ich mich im Kollegenkreis umhöre, kommen den meisten gerade im Urlaub, völlig entspannt und völlig nebenbei, die besten Ideen. Und: Urlaub ist immer ein guter Anlass über Beziehungen nach zu denken...

Die PR ist im Umbruch, soweit sind sich viele einig, nur wohin? PR generiert Öffentlichkeit, produziert Glaubwürdigkeit, sorgt für Transparenz unternehmerischer Aktivitäten, demonstriert Verantwortung. PR unterstützt den Vertrieb, bindet Mitarbeiter und Investoren. PR ist (hoffentlich) wesentlicher Treiber, geht es um effizientes Beziehungsmanagement mit relevanten Stakeholdern. Wer sonst, wenn nicht die Unternehmenskommunikation weiß schließlich, wie wir die Erwartungen an Unternehmen und Unternehmungen bedienen? Und wie ist es um die Qualität Ihrer Stakeholder-Beziehungen bestellt? Wie bilden Sie organisatorisch und effizient das Beziehungsmanagement Ihrer Abteilung ab? [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

Social Media Kommunikation bei CARE

Zahlreiche Unternehmen sind aktiv bei Facebook, Twitter, Xing, Blogs & Co., darunter die Mehrzahl der DAX 30 Konzerne. Doch auch immer mehr NGOs (Nichtregierungsorganisationen) kommunizieren inzwischen über das Social Web. Sie zeigen, wie man trotz manchmal knapper Ressourcen viele Menschen erreichen und erfolgreiche Kampagnen durchführen kann. Bei den Kommunika-

tionsmaßnahmen setzt CARE Deutschland-Luxemburg verstärkt auf Social Media. Sabine Wilke (Referentin für Medien und Online-Redaktion) berichtet über ihre Erfahrungen im Interview mit get noticed! Inhaberin Nadja Amireh, die selbst mehrere Jahre lang ehrenamtlich für die NGO Greenpeace Pressearbeit machte. → getnoticed.de

Social Media compact (6) (26.KW-2011)

01: Konnten Unternehmen in der Vergangenheit Kunden mit ihren Beschwerden noch in der Telefonwarteschleife versauern lassen, sitzen heute die Konsumenten am längeren Ast. Davon geht zumindest Farhad Mohit, Geschäftsführer von Gripe aus. Gripe ist eine Online-Plattform, die es Nutzern ermöglicht, ihre Beschwerden auf Facebook und Twitter gleichzeitig zu veröffentlichen und das betreffende Unternehmen in Kenntnis zu setzen. Das betroffene Unternehmen wird aufgefordert, das Problem zu lösen und sieht im selben Moment, wieviele Menschen die Beschwerde mitbekommen haben, berichtet die New York Times. → channelpartner.de

02: Die Bedeutung sozialer Netzwerke für eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit haben die meisten Unternehmen bereits erkannt. Eine gezielte Strategie für Facebook, Twitter und Co. fehlt allerdings noch oft. Denn das Feld ist sehr komplex - rechtliche, organisatorische und technische Fragen müssen berücksichtigt werden. Der elaura-Service phone-it kann helfen, Social Media gezielter und organisierter zu nutzen. Die Hauptprobleme: Soziale Netzwerke sind ein sehr junges Phänomen, Erfahrungswerte und Guidelines fehlen noch in vielen Unternehmen. Zudem ist das Thema "Social Media" überaus komplex

und kann nicht von einer Abteilung im Alleingang behandelt werden. → openpr.de

03: Aktuell ist bereits jeder zweite deutschsprachigen Internet-Nutzer wöchentlich in Social Networks unterwegs. Damit hat sich das Segment der sozialen Netzwerke im Ranking der Web 2.0-Angebote des Mitmach-Internet auf Platz eins vorgearbeitet: Es liegt mit 50 % wöchentlichen Nutzern nun vor Wikis mit 47 % und Social Shopping-Websites mit 22 % . Dabei ist es kein Geheimnis, dass Facebook in seinem Netzwerk mit Abstand die meisten Nutzer vereint: 54 % der von W3B befragten deutschsprachigen Internet-Nutzer besuchen das bekannte Network. Es folgen auf Platz zwei und drei Xing mit 25 % und Wer-kennen.de mit rund 20 % . → w3b.org

04: Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) veröffentlicht sein aktuelles medien- und netzpolitisches Grundsatzpapier. Mit dem "Goslarer Programm" stellt der BVDW seine aktuellen Positionen zu Datenschutz, Online-Werbung, Netzsperrern, Urheberrecht, Netzneutralität, Jugendschutz und Verbraucherschutz vor. Das Grundsatzpapier skizziert Rahmenbedingungen für Gesellschaft und Wirtschaft in einer digitalen Welt und verdeutlicht wirtschaftliche Zusammenhänge im Kontext politischer Entscheidungen. Weitere Informationen auf der BVDW-Website → bvdw.org

05: Aha, nun positioniert sich Twitter also auch offiziell als Infoquelle für Journalisten. Wie das Unternehmen bekannt gab, wurde speziell für die berichtende Zunft ein kleines Infoportal ins Netz gestellt: Twitter for Newsrooms. Design und inhaltliche Aufmachung machen zunächst einen ambitionierten Eindruck – wer allerdings schon länger auf Twitter unterwegs ist, sollte die Hoffnung nicht zu hoch stecken, hier eine Goldgrube an Tipps vorzufinden: Die Newsroom-Seite soll in

erster Linie Anfängern der Branche den Einstieg in das Echtzeitnetz erleichtern. → avatter.de

06: Warum Social Media manchmal langweilig sein muss: Mit der Tramp-a-Benz-Aktion für Mercedes hat Jung von Matt einen Cannes-Löwen gewonnen und sich zugleich eine Menge Ärger eingehandelt. Für Jörg Blumtritt, Vorsitzender der AG Social Media und Geschäftsführer der Media-Agentur Mediacom, sind die rechtlichen Aspekte des Falls "eigentlich nicht so interessant". Er bringt einen anderen Aspekt ins Spiel: Solide und geduldige Kunden-Kommunikation sind im Social Web wichtiger als kreative Highlights und spektakuläre Überraschungseffekte. → wuv.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Google goes social



Google goes social - Goliath gegen Goliath.
Da ist er

nun, der neue Facebook Konkurrent. Und zwar nicht irgendwer - mit Google+ steht Zuckerbergs Social Network ein weiterer Goliath gegenüber. Und während Facebook zunehmend mit Kritik zu kämpfen und das Image des sympathischen Start-Ups verloren hat, besitzt Google trotz seiner Größe noch immer wahre Fans. Das noch vorherrschende Invite-only-Prinzip verleiht Google+ einen exklusiven Touch, der Hauch des Geheimnisvollen erweckt Neugierde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

Medien compact (8) (26.KW-2011)

01: Plangemäß hat die dpa das Geschäftsjahr 2010 mit einem negativen Ergebnis abgeschlossen. Der Fehlbetrag von knapp 5,2 Millionen Euro sei zwar nicht erfreulich, doch stehe die Agentur wirtschaftlich weiterhin auf einer sehr soliden Basis, erklärte Michael Segbers. Zum Minus in dieser Höhe hätten - neben den genannten Großprojekten - unter anderem Rückstellungen für eine Neuorganisation im Ausland, Restwertabschreibungen und das neue Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz beigetragen. Der Umsatz ging leicht um 2,7 Prozent auf 87,8 Millionen Euro zurück. Die Zahl der Mitarbeiter ist bei der dpa Deutsche Presse-Agentur um zwei Prozent auf 729 gesunken. Für 2011 sei es das erklärte Unternehmensziel, wieder schwarze Zahlen zu schreiben. → dpa.de

02: Der "Spiegel" erreicht in der aktuellen Leseranlyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) 2011 die höchste Reichweite aller erhobenen Titel. Mit 26,8 Prozent und 718.000 Lesern liegt das Hamburger Nachrichtenmagazin im Wettbewerbsvergleich deutlich vorn ("Focus": 23,6 Prozent = 632.000 Leser, "Stern": 20,4 Prozent = 547.000 Leser). Unter den Tageszeitungen führt mit einer Reichweite von 11,8% erstmals die "Süddeutsche Zeitung". Danach folgt der frühere Spitzenreiter "Handelsblatt" (11,4%). Die Hamburger Wochenzeitung "Die Zeit" erzielt in der LAE eine Reichweite von 9 Prozent (242.000 Leser) und liegt damit an erster Stelle bei den Wochen- und Sonntagszeitungen. → new-business.de → [Analyseergebnisse](#)

03: Vorzeigejournalisten im Zwielficht: SWR-Chefreporter Thomas Leif muss nach zehn Jahren seinen Hut als Vorsitzender des Vorstands vom netzwerk recherche nehmen - weil er dem Verein mit falschen Einnahmrech-

nungen ungerechtfertigte Zuschüsse in Höhe von 75.000 Euro erschlichen haben soll. (...) Zum Eklat kam es am 1. Juli auf der Jahrestagung des Vereins in Hamburg, dem inzwischen über 500 Journalisten angehören und den Leif selbst gegründet hatte: Bei Prüfungen zur Vorbereitung einer Stiftungsgründung hatten Vorstandsmitglieder Unstimmigkeiten bei den Einnahme-Ausgaben-Abrechnungen festgestellt. → turi2.de
netzwerk recherche: Gelder von der Großindustrie → interpool.tv

04: Fachmedienverlage sind Brückenbauer: Über Länder-, Branchen- und Mediengrenzen hinweg schaffen sie Netzwerke für den Wissensaustausch, für Forschung und Bildung. Dabei bewegen sie Märkte und Menschen. Welche Ideen, Geschäftsmodelle und Strategien Fachmedienhäuser dazu entwickeln, dokumentiert das **Jahrbuch "Fachmedien bewegen"** der Deutschen Fachpresse. Das Jahrbuch kann im Frankfurter Büro der Deutschen Fachpresse bestellt werden. Das Jahrbuch ist Rückblick, Ausblick und aktuelles Nachschlagewerk zugleich, es spiegelt die Trends und die Themenvielfalt der Fachmedienbranche wider. → deutsche-fachpresse.de

05: Dem "Innfloh" aus Bayern gelingt der Hat trick: Die Schülerzeitung des Ruperti-Gymnasiums in Mühldorf am Inn ist Gesamtsieger des "Spiegel"-Schülerzeitungswettbewerbs 2011 - zum dritten Mal in Folge wurde der Gesamtsieg errungen. Es ist vollbracht - auch wenn es die sympathischen Dauergewinner von "Innfloh" selbst nicht glauben wollten: Schon wieder haben sie gewonnen, schon wieder geht der Preis für die beste Schülerzeitung des Jahres in die Redaktion vom Ruperti-Gymnasium Mühldorf am Inn. In den 15 Jahren "Spiegel"-Schülerzeitungswettbewerb hat das zuvor noch keine Zeitung geschafft. → spiegel.de

06: Die Kommission für Zulassung und Aufsicht (ZAK) hat so genannte "Move-Splits" bei RTL und Sat.1 beanstandet, weil das Gebot der Trennung von Werbung und Programm nicht eingehalten wurde. In den beanstandeten Fällen war die Werbung optisch nicht klar genug vom Programm getrennt und nicht ausreichend gekennzeichnet. Als "Move-Splits" bezeichnen Veranstalter Werbeeinblendungen an einer beliebigen Stelle des Bildschirms, auf die die Kamera dann zoomt, bis die Werbung Bildschirm füllend zu sehen ist. "Move-Splits" sind als Varianten von Split-Screen-Werbung grundsätzlich zulässig. → die-medienanstalten.de

07: Im Gesamtpublikum musste RTL im Juni Federn lassen: Mit 12,5 Prozent Marktanteil geht es hier 2,4 Punkte abwärts. Damit kann zum ersten Mal seit Beginn des Jahres wieder die ARD die Spitzenposition übernehmen. Hier macht sich bereits der WM-Effekt bemerkbar: Die ersten beiden Auftritte der deutschen Fußball-Nationalmannschaft haben dem Ersten jeweils neue Rekordmarktanteile beschert. Der große Gewinner im Gesamtpublikum ist allerdings das ZDF: Der Marktanteil des Zweiten erholt sich nach dem äußerst schwachen Vormonat um 0,7 Prozentpunkte auf zwölf Prozent. → horizont.net

08: Stuttgart 21, die Bahn und die Demonstranten. Seit fast einem Jahr beschäftigen sich die Medien intensiv mit dem Streit um diesen Bahnhof. Welcher Seite dabei bundesweit die Sympathien zufliegen, liegt aber immer auch an der jeweiligen Berichterstattung. Anfangs hatte die Bahn die Deutungshoheit. Dann waren es die Demonstranten. Und nun, nach der von Heiner Geißler verordneten Ruhepause, ist derzeit wieder die Bahn obenauf, weil die Journalisten eben auch begeistert auf jeden Zug aufspringen. [NDR-Medienmagazin Zapp über die Medien und den Stresstest](http://NDR-Medienmagazin.Zapp.über.die.Medien.und.den.Stresstest).

Services + Tipps

Social Media beobachten und analysieren – wie steht es um die Kompetenz im Controlling?

Wie steht es um die Kompetenz, Ergebnisse aus Monitoring und Analyse zielführend zu interpretieren, daraus die wesentlichen Resultate, deren Bedeutung und die Konsequenzen für die strategische wie operative Kommunikationsarbeit abzuleiten? Birgit Grigoriou befragte fürs PR-Journal Carlos Stadler, Product Manager Social Media Monitoring und Analyse bei Infopaq Deutschland, anlässlich des Infopaq Focus Day Social Media in Berlin.

PR-Journal: Die Kompetenz zum Umgang mit den Akteuren sozialer Netzwerke ist mittlerweile Standard in den Stellenangeboten der Kommunikationsbranche. Aber wie steht es in der Branche um die Kompetenz, das Richtige aus den Resultaten aus Monitoring und Analyse für die Kommunikationsarbeit abzuleiten?



Carlos Stadler: Wir beobachten viel Dynamik im Markt. Immer mehr Unternehmen bauen Kompetenzen in den Social Media auf und investieren in die dialogorientierte Kommunikation. Gleichzeitig erkennen

immer mehr Firmen die Potenziale, wie man mit professionellem Social Media Monitoring und Analyse effizient die eigenen Aktivitäten steuern und relevante Trend- und Branchenthemen auswerten kann. Allerdings fehlt es vielfach an einer konsequenten Einbettung in ihre Kommunikationsstrategie. Unkoordiniertes Monitoring verzettelt sich schnell im Social Web und die Relevanz solcher Auswertungen bleibt zweifelhaft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (3) (26.KW-2011)

01: **Das Marktforschungsunternehmen Nielsen hat eine Studie mit dem Titel "Women of Tomorrow" veröffentlicht**, in der die Kauf- und Mediengewohnheiten von Frauen über alle Kontinente hinweg ermittelt wurden. Laut der Studie, die in 21 entwickelten und aufstrebenden Ländern durchgeführt wurde, sind Frauen auf der ganzen Welt gestresst, wobei Frauen in den Schwellenländern gestresster sind als Frauen in den entwickelten Märkten. Weiterhin glauben Frauen aus allen untersuchten Ländern an bessere Möglichkeiten als noch zu Zeiten ihrer Mütter. Frauen in den entwickelten Märkten glauben, ihre Töchter hätten die gleichen Möglichkeiten wie sie selbst. → nielsen.com

02: **Jede berufliche Zukunft beginnt mit einer Bewerbung.** Doch anders als noch vor einigen Jahren reicht ein klassisch verfasster, tabellarischer Lebenslauf verpackt in einer Kunststoffmappe nicht mehr aus. Die Bewerbungsverfahren sind strenger geworden. Der Wandel resultiert nicht nur aus den gesellschaftlichen Veränderungen, sondern auch aus Wirtschaftskrisen und dem stetig wachsenden Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt. Die Schlüsselbegriffe lauten daher: optisch auffallen, textlich begeistern, neugierig machen. Und genau hier will Konzept.Text.Design in Nürnberg unterstützen. → reuter-carolin.de

03: **Das neue Mediationsgesetz: die Suche nach der Schnittmenge.** Nicht mehr Prozess und Urteil, sondern Mediation soll künftig in Deutschland vermehrt für Rechtsfrieden sorgen. Die Anhänger des Mediationsgesetzes sind sich sicher, dass damit die Streitkultur verändert wird. Ob dies auch für die Kommunikationsbranche zutrifft, erklärt im Interview der Münchener Experte Rupert von Katzler. → wuv.de

Termine + Tagungen

Rolke: Kommunikatoren und Controller bilden eine sexy Partnerschaft

Anlässlich des 7. Fachtags Kommunikations-Controlling am 29. September 2011 in Mainz sprach das "PR-Journal" mit Professor Dr. Lothar Rolke, Mainz/Frankfurt am Main. Anmeldungen: www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm

PR-Journal: Immer mehr Unternehmen leisten sich offenkundig einen Kommunikations-Controller. Aber ist das nicht eigentlich ein Widerspruch in sich – einerseits die bunte Welt der Meinungen und Überzeugungen, andererseits die kalte Welt der Zahlen. Wie passt das zusammen?



Lothar Rolke: Überraschend gut, weil sie gar keinen Gegensatz bilden. Denn Unternehmenskommunikation ist letztlich nur an Betriebswirtschaft und Management anschlussfähig, wenn sie erfolgsorientiert betrieben wird – im Vierklang von Zielsetzung, Planung, Durchführung und Evaluation. Gute Controller begleiten diesen Prozess und wissen, dass die Erfolgspotenziale heute vor allem im Management der weichen Faktoren liegen. Insofern haben sie ein ureigenes Interesse, Kommunikation besser zu verstehen und mit Kommunikatoren erfolgssteigernd zusammen zu arbeiten. Kommunikatoren und Controller können eine sexy Partnerschaft bilden – auch wenn es noch nicht alle wissen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (26.KW-2010)

01: Zum Thema "Expedition ins Ungewisse - Welche neue Medienwelt entdecken Verlage, Web und Social Media?" diskutieren am 7. Juli Journalisten, Medienmanager und PR-Profis beim **media coffee der dpa-Tochter news aktuell in Köln**. Alle wissen es: Die Zukunft der Kommunikation liegt im Netz. Die deutschen Verlage arbeiten fieberhaft an neuen Apps und neuen Bezahlmodellen. Aber ist Journalismus, wie wir ihn kennen, im Internet überhaupt finanzierbar? Wieviel mächtiger sind Facebook, Twitter und Apple als die traditionellen Anbieter? In welche Zukunft steuern die Medienmacher von heute ihre schlingernden Flaggsschiffe? Infos und Anmeldung: mediacoffee.de

Ausbildung + Seminare

BVDW veröffentlicht "Karriere-Sprungbrett Social Media" für Bewerber und Jobsuchende

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Düsseldorf veröffentlicht einen neuen Leitfaden mit zehn nützlichen Tipps für die Karriereplanung in Social Media. Immer mehr Jobsuchende entdecken die Möglichkeiten, ihre Karriere mit Social Media voranzutreiben. Im Bereich der Karriereplanung ist Social Media für Bewerber ein nützliches Tool, um sich ein Bild von Unternehmen zu machen und sich als potenzieller Kandidat bestmöglich im Internet zu präsentieren. Die Fachgruppe Social Media im BVDW gibt mit ihrer neuen Publikation "Karriere-Sprungbrett Social Media - 10 Tipps für Ihre Online-Reputation" grundlegende Handlungsempfehlungen und praxisnahe Beispiele, wie Bewerber mit Social Media die perfekte Stelle finden können und worauf sie bei ihrer Karriereplanung achten müssen. Die neue Publikation des BVDW ist für 19,90 Euro im

BVDW Online Shop unter www.bvdw-shop.org erhältlich. Weitere Informationen auf der BVDW-Website unter www.bvdw.org.

Ausbildung compact (1) (26.KW-2011)

01: **Die achttägige Ausbildung Pressearbeit der Akademie für Pressearbeit** - Pressada in Bremen unter der Leitung der Dozentin Viola Falkenberg findet im Herbst wieder von Donnerstag bis Sonntag in zwei Blöcken und mit maximal zehn Teilnehmern statt. Dabei ermöglicht es der modulare Aufbau auch, lediglich einzelne Teile zu belegen - sei es, um in "Professionelle Pressearbeit mit Pepp" in zwei Tagen einen Einblick in die Grundlagen zu erhalten, Presstexte schneller zu schreiben im Schreibtraining I oder um verführerische Presstexte zu erstellen in "Prägnant Texten für Profis". Die genauen Inhalte aller Tage stehen auch zum Download bereit. Der erste Teil beginnt am 22. September, der zweite Teil am 17. November. → akademie-pressearbeit.de

Kommentare

ECM 2011 – Kommunikation zur Unterstützung von Geschäftszielen?

Als ich im European Communication Monitor 2008 las, dass die wichtigste Aufgabe des nächsten Jahres „Linking Business Strategy and Communication“ sei, fragte ich mich „Was haben die PR-Profs bislang getan? Zielloos und ohne Bezug zum Geschäft ein wenig kommuniziert?“
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Krisen-PR: Der WWF & der Panda in der Transparenz

In zahllosen journalistischen und Blog-, Facebook- und Twitterbeiträgen wird behauptet, dass der WWF nicht angemessen auf die Vorwürfe reagiert hat. Viele Zuschauer und Onliner gehen aber nur an der Oberfläche auf die Kritik selbst ein, schenken dem Filmbeitrag erst einmal Glauben und reagieren verunsichert oder empört auf die Marke WWF, weil sie dem journalistischen Beitrag vertrauen. Das zeigt sich in den massiven Reaktionen auf Twitter und auf der Facebook Fanpage des WWF Deutschland sowie in der dafür eingerichteten WWF-Community. Wer den WWF googelt findet die Vorwürfe sehr leicht.

Auszug aus einem Kommentar von PR-Blogger Wolfgang Eck, den kompletten Artikel lesen Sie hier: pr-blogger.de

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Sommerliches Schlemmermenu, 5. Gang: Aprikosen-Confit

(nsb) Im Juni und Juli sind wieder reife Aprikosen auf dem Markt. Es lohnt sich, auf die einheimischen Früchte zu warten. Denn Aprikosen verderben leicht, darum werden sie oft in unreifem Zustand geerntet. Sie sind dann längst nicht so süß und aromatisch wie frisch geerntete Früchte, manche werden unangenehm mehlig. Gehen Sie also zum Händler ihres Vertrauens, wenn sie nicht selbst einen Aprikosenbaum im Garten haben. Die besten Früchte finden sich oft bei den türkischen Gemüse- und Obsthändlern – deren Stammkundschaft kennt die Qualität reifer Früchte und würde dem Händler großen Ärger bereiten, wenn er ihnen halbreife Ware andrehen wollte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Biehl-Missal: Wirtschaftsästhetik

Brigitte Biehl-Missal: "Wirtschaftsästhetik. Wie Unternehmen die Kunst als Inspiration und Werkzeug nutzen." Verlag: Gabler Verlag, Wiesbaden. 2011. 196 Seiten. Preis: 42,95 Euro. ISBN 978-3-8349-2429-2.

Rezension: [Manfred Piwinger, Wuppertal](#)

Das Grundlagenwerk zur Wirtschaftsästhetik widmet sich konkret der Frage, was die ästhetischen und gar künstlerischen Seiten von Management und Kommunikation in Unternehmen sind, und wie Kunst als Inspiration und als strategisches Werkzeug zur Wertschöpfung eingesetzt werden kann. Das ist das Neue daran. Es ist gewagt, hier von einem Sachbuch zu sprechen, zumal es auf den ersten Blick nicht den herkömmlichen Vorstellungen eines Sachbuches entspricht. Erst nach und nach und bei gründlicher Lektüre erschließt sich sein Wert. Wer zu einem Perspektivwechsel bereit ist, findet hier reichlich Stoff und fachlich eine erweiterte Perspektive. Das Buch ist regelrecht eine Schatzkiste für die Kommunikationspraxis und Forschung, verlangt freilich vom Leser einen aufgeschlossenen Zugang. Viele Bücher haben schon Kunstsporing, Mäzenatentum und den Kunstmarkt behandelt, aber der Wertschöpfungsgedanke und die Inspiration durch Kunst kam bisher zu kurz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

38.781 Besucher fürs PR-Journal im Juni (lt. IVW)

Die IVW Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Juni 2011 insgesamt 38.781 Besucher - 8,6 Prozent weniger als im Vormonat. IVW errechnet einen Tagesdurchschnitt von 1.293 Visits. Jeder Besucher schaute sich 2,56 Seiten an, somit wurden 99.404 PageImpressions ermittelt. Ergänzend wurde durch GoogleAnalytics eine Besuchszeit je Visit von 20 Minuten festgestellt. 48,4 Prozent waren neue Besucher - 38,8 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 26,0 Prozent waren direkte Zugriffe und 35,2 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Seiten.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (55)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

PR-Berater für internationale Agentur in Frankfurt
Fachredakteur (m/w) IT/Telekommunikation, Köln
PR-Berater/innen mit Healthcare Erfahrung gesucht
PR-Volontär(in) für Online-Redaktion gesucht
Senior-Berater Marke (m/w), Hamburg
PR-Berater (m/w), Berlin
PR-Berater (m/w), Stuttgart
PR-Berater (w/m) für den Bereich Consumer, Berlin
PR-Berater (w/m) für den Bereich Healthcare Consumer, Berlin
PR-Juniorberater(in), Hamburg
PR-Berater (m/w) Food & Beverage, Hamburg
Kreativ. Frei. Flexibel: Hamburger PR-Agentur sucht Texter/in
Trainee / Berater (m/w) für Markenkommunikation, Düsseldorf
PR-Berater/-in, Hamburg
Mitdenker gesucht: PR-Berater/in aus Leidenschaft, Stuttgart
Junior PR-Berater/-in Technologie, bei Wiesbaden
Junior-Projektmanager/in (m/w) Events/Tagungen, Hamburg
talkabout sucht eine(n) Junior-PR-Berater(in) in München

Beraterteam gesucht, Düsseldorf

Goergen Kommunikation GmbH sucht PR-Consultant (m/w), Köln

PR-Berater mit Schwerpunkt IT und Technologie, Wiesbaden

PR-Juniorberater (m/w) im Bereich Healthcare, Darmstadt

Brand Expression GmbH sucht (Junior-) PR-Berater in Hamburg und Münster

vom Hoff Kommunikation in Düsseldorf sucht PR-Redakteur (m/w)

PR-Berater/-in im Bereich Kommunikations-Controlling (Vollzeit), Leipzig

KOOB sucht PR-Junior-Consultant (w/m), Mülheim a.d.R.

Senior PR-Berater (m/w), Darmstadt

achtung! sucht Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg

PR Berater (m/w) Schwerpunkt Kosmetik & Lifestyle, Raum Düsseldorf

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

Unternehmen

PR-Berater (m/w), Stuttgart oder Berlin

Mitarbeiter/in Corporate Media Management (75%), Koblenz

Pressereferent/in, Köln

Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Köln

Referent/in Unternehmenskommunikation - Schwerpunkt Neue Medien, Wuppertal

Manager Corporate Communications (m/w), Köln

Referent Unternehmenskommunikation, München (w/m)

Verbände (Non-Profit)

[Internet & Social Media Management \(50%\), Koblenz](#)

[Pressereferent \(m/w\), Süddeutschland](#)

[Referenten \(m/w\) für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Berlin](#)

Freelancer

[Temporäre Unterstützung für Ihr Team](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 04. Juli 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.274 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.
