

# Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 299 / 27. + 28. KW 2011

## Seite 1

### Spread the Word! Der Social Media Newsroom

Immer mehr Unternehmen stellen sich online dem Dialog mit Kunden. Sie sehen ihre Stakeholder nicht mehr als unmündige Masse an, die man beliebig mit allerlei Informationen zuschütten kann. Sie wollen den Konsumenten, Mitarbeitern, Geschäftspartnern, Bloggern und Journalisten mit Kommunikation auf Augenhöhe begegnen. Viele Unternehmen nutzen für diesen Dialog einen Social Media Newsroom.

Die überwiegend statische Website wird durch dynamische Inhalte belebt, der klassische Pressebereich um interaktive und multimedial Elemente erweitert. Welche Vorteile ergeben sich aus einem Newsroom, wie füllt man ihn mit Leben und für wen lohnt er sich?

Den Artikel von Dennis Sulzmann, Hamburg am 1. Juli in seinem "Medientrainerblog" [hier online weiterlesen](#).

### Achtung-Agenturchef steigt via YouTube-Video aus Pitch aus

So sollten sich alle Agenturen gegenüber unseriösen Anfragen verhalten - bravo Mirko

**Kaminski!** Aus w&V vom 13. Juli und auf YouTube: Mirko Kaminski platzte der Kragen: Der Chef der Hamburger GPRA-Agentur achtung! hat eine Einladung zum Gratis-Pitch öffentlich ausgeschlagen. Auf YouTube nimmt er sich das "liebe Unternehmen X" und dessen krude Auswahl-Praktiken vor. Der potenzielle Kunde wollte ein kostenloses Konzept, ohne dafür auch nur ein detailliertes Briefing zu liefern und ohne ein Budget für den Erfolgsfall anzugeben. Offenbar kam die Anfrage von einem größeren Unternehmen. Kaminski selbst schweigt sich über den Namen aus, spricht aber im Video von einem "Vorstand" auf Kundenseite. Gegenüber W&V Online erklärt der Hamburger Werber die Hintergründe. [Hier online weiterlesen](#). Und [hier auf YouTube ansehen](#) (und anhören).

## Personalien

### Beförderungen bei Wilde & Partner: zwei neue Senior PR-Berater

Daniela Gruber und Volker Winkel verstärken ihre Teams bei w&p Wilde & Partner Public Relations in München als Senior PR-Consultants. Damit vergrößert die Agentur die Riege ihrer Senior-Berater auf nunmehr elf Senior PR-Consultants. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



**Personalien compact (42)**  
**(27.+28.KW-2011)**

**AGENTUREN:**

01: **Susanne Kurth** (28), **Jasmin Welter** (?), **Désirée Malarciuc** (25) und **Anne-Katrin Reis** (26) unterstützen die Düsseldorfer Beratungs- und Kommunikationsagentur Brandzeichen. Kurth ist neuer Account Director, sie bringt Erfahrungen in den Bereichen Handelsmarketing, Online-Marketing und Corporate Communications mit. Welter ist ebenfalls Account Director mit Kommunikationserfahrungen in Redaktionen, Unternehmen und Agenturen im In- und Ausland. Malarciuc ist neue Account Managerin mit Erfahrungen in Werbe- und PR-Agenturen. Reis verstärkt als Account Director das Social Media-Team, sie bringt Erfahrungen in den Bereichen (Online-)Marketing und Unternehmenskommunikation mit.

02: **Patrick Mauron** ist neuer Managing Partner der Consumer Relations Agentur PRfact in Zürich (CH). Er war zuvor Head of Corporate Communications der Precious Woods-Gruppe. **Sabrina Weissmann** ist neu als Consultant und Teamleiterin bei PRfact eingestiegen. Sie kommt von der PR-Agentur Ferris Bühler Communications, wo sie Projekte und Kunden betreut hat. **Marlène Frey** verstärkt PRfact als Consultant und Teamleiterin für Kundenmandate. Die Dipl. PR-Fachfrau bringt Agentur-Knowhow von pantha rhei pr mit.

03: **László D. Kiss** (40), Head of Healthcare Germany, hat zum 1. Juli bei Ketchum Pleon (GPRA) seinen Schreibtisch geräumt. (...) Derzeit werde die Healthcare-Unit am Standort München vom bestehenden Team betreut. An dessen Spitze stehen die beiden Beraterinnen **Liza Lange-Hermstaedt** und **Eva Bauer**, beide Business Director bei Ketchum Pleon in München. (...) → [healthcaremarketing.eu](http://healthcaremarketing.eu)

04: **Claudio Rotter** übernimmt als Managing Partner bei Prime Communications in Zürich (CH) die Leitung der Beratung. Er war zuvor in verschiedenen Kommunikationsagenturen tätig, zuletzt von 2004 bis 2010 als Gründer und Geschäftsführer der Agentur Paroli in Zürich (CH). Rotter folgt auf **Markus Stadler**, den bisherige Gründer, Mitinhaber und CEO von Prime, der die Agentur verlässt und im Bereich Unternehmens- und Markenkommunikation tätig wird.

05: **Miriam Strothjohann** (40) ist ab sofort Geschäftsführerin der Berliner Agentur Schröder+Schömb's PR, sie ist bereits seit Ende 2002 für die inhabergeführte Agentur tätig. Nach über acht Jahren in der Geschäftsleitung der Agentur übernimmt sie gemeinsam mit Inhaber **Gerald Schömb's** die Geschäftsführung und ist für die Bereiche General Management sowie Human Resources verantwortlich.

06: **Julia Maria Kaiser** (25) übernimmt bei Schwartz PR in München als Account-Managerin die Beratung von verschiedenen Kunden sowohl aus dem B2B- als auch dem B2C-Bereich. Bisher war die studierte Diplombetriebswirtin auf Unternehmensseite bei Testo bei Freiburg als



Vorstandsreferentin für die interne Kommunikation und externe Unternehmenskommunikation zuständig.

07: **Joachim Hummel** (33) verstärkt das Team von capito Bildungskommunikation in Berlin in den Bereichen Public Relations und Redaktion. Der studierte Politologe hat in den letzten Monaten bereits als freier Redakteur für die Agentur gearbeitet. Hummel war zuvor bei der Zeitbild Verlag und Agentur für Kommunikation als Projektleiter beschäftigt.

08: **Jochen Remmlinger** (56) hat sich Ende Juni 2011 als Geschäftsführer aus dem operativen Geschäft der Mannheimer Corporate Publishing-Agentur Signum communication zurückgezogen. Der gelernte Offset- und Tiefdrucker und Wirtschaftsingenieur gehört zu den Gründungsgesellschaftern der Agentur Signum im Jahr 1990. → [cpmonitor.de](http://cpmonitor.de)

09: **Alexander Schmidt** (35) verstärkt das Frankfurter Büro von Cohn & Wolfe als Director im Bereich Corporate Communications und Financial Services. Der Finanzexperte kommt von GolinHarris, wo er über drei Jahre in der Finanzkommunikation arbeitete und internationale und nationale Mandate mitverantwortete.

10: **Jenni Werner** (30) und **Juliana Mocha** (27) verstärken als PR-Trainees die Agentur Profitext.com Kommunikationsberatung in Speyer und werden sowohl in klassischer PR als auch Online-PR ausgebildet. Werner ist studierte Politologin, Mocha ist Kommunikationswissenschaftlerin.

11: **Roland Thomann** (35) übernimmt am 1. August die Leitung der achtköpfigen PR-Unit von Jung von Matt/Limmat in Zürich (CH), die seit zwei Jahren Mitglied im BPRA ist. Zuvor war er

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/jubilaeeumsangebote](http://www.pressemonitor.de/jubilaeeumsangebote)

Head of Communications and Marketing Services bei der Precious Woods Holding.

12: **Nina Roth** (35) ist PR-Consultant im Bereich Retail bei der Wiener (AT) Agentur Himmelhoch. Die ehemalige Pressesprecherin von Care Österreich war zuvor als Beraterin in verschiedenen PR-Agenturen tätig.

#### UNTERNEHMEN:

13: **Claudia Stadler** (35) ist Manager Public Relations bei KraussMaffei Technologies in München. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet sie die Unternehmenskommunikation mit den Schwerpunkten Tages- und Wirtschaftspresse sowie Öffentlichkeitsarbeit.

14: **Ruth Hucklenbroich** zeichnet ab sofort am Standort Berlin als Rolls Royce Corporate Communications Manager für Deutschland verantwortlich. Sie kommt von der Fiat-Sportwagenmarke Maserati, davor war sie in

Sachen PR für Chrysler und Daimler Chrysler tätig. **Frank Tiemann**, Corporate Communications Europe, ist nunmehr für alle europäischen Länder, mit Ausnahme Deutschlands, als Pressesprecher bei Rolls-Royce zuständig. Übergeordnet verantwortlich für die Kommunikation ist **Frank Martin Hein** als Head of Communications - Europe.

15: **Oliver Renner** (46) ist als Mitglied des Bayer HealthCare Executive Committee zuständig für den Bereich Global Corporate Communications & Public Affairs bei Bayer HealthCare in Leverkusen. 1999 trat er als Leiter Corporate Business and Financial Communication bei Schering ein, nach der Übernahme durch Bayer 2006 leitete er den Bereich Global Public Relations & Public Affairs für das Pharmageschäft von Bayer HealthCare. Renner folgt auf **Markus Pickel**, der das Unternehmen verlässt.

16: **Joachim Allhoff** (44) leitet den Bereich Analyse und News Management bei Infopaq Deutschland in der Zentrale in Kornwestheim. Er war zuvor seit 2005 beim Deutschen Sparkassenverlag verantwortlich für den Bereich qualitative und quantitative Markt- und Mediaforschung. Allhoff folgt auf **Petra Wacker** und gehört dem Management Team des Unternehmens an. Wacker wird das Beratungsgeschäft für Infopaq weiter ausbauen.

17: **Thorsten Widow** (48) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation der Beratungs- und Prüfungsgesellschaft Rödl & Partner in Nürnberg übernommen. Der ehemalige Konzernkommunikations-Chef von Wüstenrot & Württembergische war zuletzt als Geschäftsführer/Managing Partner Deutschlandchef der US-amerikanischen Unternehmens- und Kommunikationsberatung Kreab Gavin Anderson.

- 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](http://www.communication-performance.de)

18: **Axel Salzmann** (54), Rechtsanwalt und Leiter der Zentralabteilung Corporate Identity, Öffentlichkeitsarbeit/PR und Mitglied der Geschäftsleitung, scheidet mit Wirkung zum 30. September nach 22 Jahren aus den Diensten der Oskar Schunk Group in München aus. Die Leitung des Bereiches Corporate Identity übernimmt **Tobias Krüger**, der in Personalunion auch weiterhin für den Vertriebsbereich verantwortlich ist.

19: **Christian Klose** (39) verstärkt als Firmensprecher das Team des Leutkircher Solar-Unternehmens Azur Solar. Bisher hatte diese Position **Sabine Meyer** inne, die in den internationalen Vertrieb des Unternehmens gewechselt ist. Klose war in den vergangenen 15 Jahren als gelernter Redakteur in verschiedenen Führungspositionen tätig und hat auch crossmediale Projekte voran getrieben.

20: **Thomas Seeger-Helbach** ist neuer Head of Marketing & Communication bei Babor Cosmetics



in Aachen, in der neu geschaffenen Position ist er auch für die Bereiche Kommunikation und Public Relations verantwortlich. Der Diplom-Volkswirt kommt von Mäurer & Wirtz, wo er seit Januar 2000 als Director Marketing & New Business das Markenportfolio verantwortete.

21: **Britta Blumencron** (39) ist Head Pharma & Corporate Communications beim Pharmakonzern Novartis in Wien (AT), sie ist zuständig für die Kommunikation von Novartis Pharma und als Unternehmenssprecherin für Novartis Austria tätig. Die langjährige Politik-Journalistin war zuvor als Unternehmenssprecherin & External Affairs Managerin bei MSD beschäftigt.

22: **Thorsten Laumann** (32) ist ab sofort Leiter Unternehmenskommunikation von United Labels in Münster und verantwortet die Bereiche Public Relations, Investor Relations, interne Kommunikation und die internationale Kommunikation. Der frühere Journalist war in den vergangenen sechs Jahren als Pressesprecher für allesklar.com in Siegburg tätig.

23: **Christian Steinhof** verstärkt seit Juli die Pressesprecher-Gruppe der Bertelsmann AG. Er ist bereits seit 2006 in der Unternehmenskommunikation des internationalen Medienunternehmens tätig und wird in der Pressestelle zusätzlich zu seinen neuen Aufgaben und Social Media weiterhin die Bereiche Issues Management und Redenschreiben verantworten. → [wuv.de](http://wuv.de)

24: **Jürgen Hoffmeister** (44) hat die Bereichsleitung Unternehmenskommunikation für Haufe-Lexware sowie für die Haufe Gruppe in Freiburg übernommen. Der ehemalige Siemens-Pressesprecher kommt vom Automobilzulieferer Continental, wo er über drei Jahre für die weltweite interne Kommunikation einer Division verantwortlich war.



**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](http://www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm)

25: **Heiko Lammers** (45) hat die Position des Head of PR bei dem Advertising Netzwerk zanox in Berlin übernommen. Der studierte Germanist und ehemalige IT-Journalist war seit Juli 1998 bei der Hamburger PR-Agentur Faktor 3 (GPRA) tätig, seit 2005 als Leiter der PR-Unit "IT/TK und Online Marketing und Online-Consumer".

26: **Barbara Minderjahn** (41) ist in neu geschaffener Position Pressesprecherin und Leiterin Communications & Public Affairs bei RWE Supply and Trading in Essen. Zuvor war sie als Pressesprecherin und Leiterin Energiepolitik und Kommunikation Energiewirtschaftliches Institut an der Universität zu Köln (EWI) tätig.

27: **Cypselus von Frankenberg** (45), bisher verantwortlich für die Kommunikation der BMW-Marke Mini, übernimmt zum 1. September die Kommunikation der Marke BMW i. **Andreas R. Lampka** (33), bisher Sprecher für die BMW X Modelle, übernimmt zum 1. September die Kommunikation der Marke Mini.

-----

28: **Verena Reill**, Leiterin der Presseabteilung bei der Münchner Verlagsgruppe, geht ab 04. Juli in Elternzeit. Ihre Aufgaben übernimmt **Julia Loschelder**, die seit April 2010 Pressesprecherin beim mvg Verlag und seit Februar 2011 Stellvertretende Leiterin der Presseabteilung bei der Münchner Verlagsgruppe ist.

29: **Vanessa Baaske** ist als Pressesprecherin des Hamburger Unternehmens ExpertiSale Deutschland zuständig für die klassische PR als auch für alle Social Media Aktivitäten. Sie hat Redaktionserfahrungen von evendi.com und anstageslicht.de sowie Agenturerfahrungen von Eyecansee und Borgmeier PR.

30: **Karin Schleider** (31) übernimmt ab Mitte Juli die Leitung der Abteilung Marketing & Presse bei der Kölner Dienstleister für Nachwuchsgewinnung Einstieg. Die studierte Marketing- und Kommunikationswirtin ist seit fünf Jahren im Unternehmen tätig, bislang als Customer Relation & Sales Managerin.

31: **Axel Bahr** (48) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation der Bard-Gruppe in Bremen. Er folgt auf **Stephan Bormann**, der das Unternehmen verlassen hat. Bahr verantwortet künftig die interne und externe Kommunikation sowie die Marketingaktivitäten des Offshore-Windkraftanlagen-Herstellers.

32: **Jens Bohl** (34) verstärkt in der neu geschaffenen Position des Manager Corporate Communications das Kommunikationsteam von United Internet Dialog in Karlsruhe. Der diplomierte Politologe hatte zuvor dreieinhalb Jahre bei der PR-Agentur Maisberger in München verschiedene Beratungspositionen.

33: **Türkan Arikan** (39) ist neue Director of Communications beim Hotel de Rome in Berlin. Zuvor zeichnete sie neun Jahre als Director of

- Anzeige -



**Das Gesamtprogramm der scm für das 2. Halbjahr 2011 sowie das 1. Halbjahr 2012 ist erschienen.**

Neben Seminaren, Intensivkursen und Tagungen zu verschiedenen Kommunikationsthemen, die die scm in Düsseldorf, Köln, München, Frankfurt und Berlin anbietet, enthält die Broschüre ein Kapitel zum erweiterten E-Learning-Kurs-Programm.

**Auswahl:**

Intensivkurs Interne Kommunikation / 6.10. - 3.12.2011 in Frankfurt

Intensivkurs Social Media & Onlinekommunikation / 6.10. - 12.11.2011 in Düsseldorf

Effektive Pressearbeit / 20.-21.10.2011 in D'dorf

Schreibtraining für PR-Profis / 20.-21.10.2011 in Ddf

**Diese und alle weiteren Termine finden Sie unter:**

[www.sconline.de/veranstaltungen/seminare](http://www.sconline.de/veranstaltungen/seminare)

Public Relations für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des InterContinental Berlin verantwortlich.

34: **Tamara Berger** ist neue PR Managerin bei UIG Entertainment in München. Zuvor war sie zehn Jahre im Bereich Public Relations bei JoWood Entertainment in Wien (AT) tätig.

**VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:**

35: **Eberhard Blanke** (59) wird ab Anfang September als neuer Pressesprecher für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Vereinigten Evangelisch-Lutherischen Kirche Deutschlands (VELKD) in Hannover verantwortlich sein. Der promovierte Theologe wird zugleich als persönlicher Referent für den Leiter des Amtes der VELKD, **Friedrich Hauschildt**, arbeiten. Darüber hinaus soll er die Pressearbeit des Deutschen

Nationalkomitees des Lutherischen Weltbundes (DNK/LWB) verantworten. Zuvor war er Beauftragter für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Sprengel Hildesheim-Göttingen. Blanke wird Nachfolger von **Udo Hahn**, der kürzlich in sein Amt als Leiter der Evangelischen Akademie Tutzing eingeführt wurde.

36: Der Verein PR-Studierende Hannover hat einen neuen Vorstand: **Joana Witt**, **Daniela Sievers** und **Fabian Radix** lenken nun die Geschicke der Vereinigung von PR- und Journalismus-Studenten der Fachhochschule Hannover. Da **Attila Söder** und **Martin Höfelmann** kurz vor ihrem Studienabschluss stehen, scheidet sie aus dem Vorstand aus, stehen aber weiter mit Rat und Tat zur Seite. Während Witt (Master Kommunikationsmanagement) sich um Organisatorisches und Presse kümmert, zeichnet Radix (Master Kommunikationsmanagement) insbesondere für die Onlinedarstellung und Social Media verantwortlich. Sievers (Bachelor Public Relations) wird sich vorwiegend mit den Exkursionen der Studierenden befassen.

37: **Horst P. Borghs** wird für seine langjährigen und hervorragenden Verdienste um die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) mit der Ehrenmitgliedschaft des Berufsverbands ausgezeichnet. Er war zwölf Jahre Kommunikationsvorstand von Adam Opel, drei Jahre Leiter Konzernkommunikation bei GEA sowie vier Jahre Pressechef der Ford-Werke. 1993 wurde er als "PR-Manager des Jahres" ausgezeichnet.

38: Nach zwölf Jahren erfolgreicher Zusammenarbeit verlässt **Gabriela Friedrich** die Texterschmiede. Beinahe seit der Gründung im Jahr 1998 betreute die selbständige PR-Beraterin Öffentlichkeitsarbeit und Marketing der Institution. Konzeption, Text und Umsetzung der

Kommunikationsmaßnahmen lagen genauso in ihren Händen wie die Absprache mit Dozenten bei curricularen Fragen. → [wuv.de](http://wuv.de)

39: **Thomas Bellartz** (42), derzeit Pressesprecher und Leiter Stabsstelle Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesvereinigung Deutscher Apothekerverbände (ABDA), verlässt die ABDA Ende August. Er verantwortete seit Mitte 2007 die Gesamtkommunikation des Spitzenverbands der Apotheker in Berlin.

40: **Anke Linnartz**, Director Corporate Investor Relations von Gerresheimer, wurde zur weiteren Vizepräsidentin des Deutschen Investor Relations Verbandes (DIRK) in Hamburg gewählt. Das DIRK-Präsidium, bisher besetzt mit **Otmar F. Winzig** und **Magdalena Moll** wird damit erweitert.

#### **POLITIK UND BEHÖRDEN:**

41: **Clemens Teschendorf** (37) ist neuer Pressesprecher der Stadtverwaltung Flensburg. Er arbeitete zuvor als zweiter Pressesprecher der Senatsverwaltung für Finanzen in Berlin und war auch Sprecher des Berliner Ex-Finanzsenators Thilo Sarrazin. Teschendorf folgt auf **Thomas Hansen**, der in den Fachbereich Umwelt und Planen gewechselt ist.

42: **Stefanie Berger** (30) ist neue Mitarbeiterin für den Bereich Presse & Öffentlichkeitsarbeit der Stadthalle Germering. Die gelernte Tourismus-Assistentin machte bisher die Pressearbeit für den TSV Unterpfaffenhofen-Germering.

-----

## Etats

### MSL Germany wird PR-Leadagentur für Bosch Sicherheitssysteme

MSL Germany übernimmt die PR-Kommunikation für Bosch Sicherheitssysteme, Geschäftsbereich für Produkte, Lösungen und Dienstleistungen für Sicherheit und Kommunikation innerhalb der Bosch-Gruppe. Im Pitch setzte sich das Münchner Team von MSL Germany in mehreren Runden gegen vier Konkurrenten durch. Neben der Unternehmens- und Produktkommunikation in Deutschland wird die Agentur zukünftig auch die internationalen PR-Aktivitäten unter Einbeziehung des weltweiten MSL Group Netzwerks steuern. Außerdem wird ein Berliner Team von MSL Germany den Bereich Public Affairs für das Unternehmen begleiten.

### Etats compact (40) (27.+28.KW-2011)

01: Confiserie Coppeneur et Compagnon, Bad Honnef  
*was: Pressearbeit für den Cru de Cao-Award*  
 an: **Patrick Schaab PR**, Siegburg

02: Pro Stuttgart Verkehrsverein, Stuttgart  
*was: Kommunikation für das Stuttgarter Weindorf*  
 an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart-Bad Cannstatt

03: Dr. Josef Raabe Verlag, Stuttgart  
*was: integrierte Social-Media-Kommunikationsstrategie*  
 an: **Becker. Joerges. agile communication.**, München

04: Hanwag, Vierkirchen-Pasenbach  
*was: Konzept der neuen Kundenzeitung "Hanwag Bergpost"*  
 an: **Kern•Gottbrath Kommunikation**, München

05: Mars Chocolate Deutschland, Verden  
*was: Betreuung der Corporate Book "Action Kids Deutschland"*  
 an: **Companions Corporate Publishing**, Hamburg

06: Bundesministerium der Verteidigung (BMVg), Berlin  
*was: Kommunikationskonzept digitale Medien für die Bundeswehr*  
 an: **Pixelpark**, Bielefeld

07: K. Westermann, Denkendorf  
*was: Konzept und Kommunikationsmittel zum 75-jährigen Bestehen*  
 an: **LässigMüller Public Relations**, Stuttgart

08: Toyota Deutschland, Köln  
*was: Konzeption und Umsetzung einer fünftägigen Pressefahrvorstellung*  
 an: **reck.kommunikation**, Solingen

09: Deutsche Fußball Liga (DFL), Frankfurt am Main  
*was: Relaunch und zukünftige Verantwortung für das "Bundesliga Magazin"*  
 an: **Facts & Figures** (G+J Wirtschaftsmedien), Hamburg

10: Rema Tip Top, Poing  
*was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Ausbau der Social Media Aktivitäten*  
 an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation**, München

11: Maurice Lacroix, Pforzheim  
*was: Kommunikation für die Bering Strait Expedition mit Constantin Bisanz*  
 an: **wbpr Kommunikation** (GPRA), Unterföhring

12: Bundesagentur für Arbeit (BA), Nürnberg  
*integrierte Ausbildungskampagne mit dem Schwerpunkt Online und Social Media*  
 an: Agentur-Pool **KNSK / Serviceplan / Kolle**

-----



**Rebbe / Scholz & Friends / fischerAppelt**  
(GPRA), Hamburg

13: Landkreis Görlitz  
was: *lokale Pressearbeit für die Einführungskampagne des neuen Markenauftritts*  
an: **Faber & Moldenhauer Mediengestaltung und Kommunikation**, Dresden

14: Medientage München  
was: *On- und Offline-PR sowie die Social Media-Aktivitäten für die Medientage 2011*  
an: **Cocodibu**, München

15: Haufe-Lexware, Freiburg  
was: *Öffentlichkeitsarbeit für die Markteinführung der neuen Produkt-Nutzeroberfläche iDesk2*  
an: **Fink & Fuchs Public Relations**, Wiesbaden/Büro München

16: Mundipharma, Limburg  
was: *PR im Fachpresse- Publikumsbereich und Online-Etat für die die Rheuma-Tablette Lodotra*  
an: **the.messengers**, Bad Homburg

17: Bauernhaus-Museum Wolfegg  
was: *digitale Kommunikation der Schwabenkinder-Ausstellung des Bauernhaus-Museums Wolfegg*  
an: **Moccu Kreativagentur für digitale Medien**, Berlin

18: Camp 6 Kletter- und Erlebnisparks, Falkenstein  
was: *Kommunikationsetat für die die überregionale Positionierung in Wirtschafts- und Fachmedien*  
an: **Berlin communications Public Affairs Company**, Berlin

19: Singapore Tourism Board, Frankfurt am Main  
was: *Konzeption und Realisation aller Kommunikationsmaßnahmen in Deutschland*,

*Österreich und der Schweiz*  
an: **Ketchum Pleon** (GPRA), Frankfurt am Main

20: Guillemot Logistik, Düsseldorf.  
was: *Öffentlichkeitsarbeit Kommunikation in den Social Media-Kanälen für die Marken Hercules und Thrustmaster*  
an: **wildcard communications**, Krefeld

21: i2plus, Schwegenheim  
was: *externe Kommunikation*  
22: Von der Heydt, Speyer  
was: *Betreuung der internen und externen Kommunikation*  
an: **profitext.com Kommunikationsberatung**, Speyer

23: Ergosin, Saarbrücken  
was: *gesamte Kommunikation*

24: Grolba Media, Karlsruhe  
was: *Texte für die neue Website*

25: Smartbook, Offenburg  
was: *Produkt-PR und in den Fach- und Publikumsmedien*

26: Fröhlich + Walter, Saarbrücken  
was: *klassische Pressearbeit und Beratung in der Öffentlichkeitsarbeit*

27: webauto.de, Karlsruhe  
was: *Entwicklung und Durchführung von PR-Strategie sowie -Maßnahmen*

28: Rausch Netzwerktechnik, Ettlingen  
was: *zwei Einzelprojekte im Eventbereich sowie Kommunikationsmaßnahmen für neue Produkte*  
an: **saalto Agentur und Redaktion**, Karlsruhe

29: Actavis, Zug (CH)  
was: *internationale Mitarbeiterzeitung*  
an: **medienmanufactur corporate publishing**, Wien (AT)

30: Frederique's Choice, Hengelo (NL)  
was: *PR-Etat für Markteinführung und*

-----

*Positionierung in Deutschland*

an: **Serviceplan Public Relations**, München

31: Lipton IceTea, Thayngen (CH)

was: *Social-Media- und Live-Kampagne "Yellow Stunt Project" in der Schweiz*

an: **megacult marketing for the masses**, Köln

32: Swisslog Holding, Buchs (CH)

was: *Geschäftsbericht*

33: Helvetia Holding, St.Gallen (CH)

was: *Geschäftsbericht*

34: Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen (CH)

was: *Geschäftsbericht*

35: Coop Genossenschaft, Basel (CH)

was: *Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht*

an: **YJOO Communications**, Zürich (CH)

36: Luminor, Basel (CH)

was: *PR-Etat im Bereich Social Media*

37: Peak Performance, Luzern (CH)

was: *Medien- und PR-Arbeit in der Schweiz*

38: Power Balance, Allschwil (CH)

was: *Aufbau einer Präsenz auf Social Media-Plattformen in der Schweiz*

39: Seehotel Waldstätterhof, Brunnen (CH)

was: *PR- und Medienarbeit, Branding, Marketingkommunikation, Online-Kommunikation und Social Media*

40: Swarovski, Männedorf (CH)

was: *Produkt-PR, Unternehmens- und Eventkommunikation sowie bei Betreuung der von Engagements und Sponsoring*

an: **PRfact**, Zürich (CH)

## Branche

### Barbara Reinke gewinnt mit Arbeit für die Internetsuchthilfe ersten PR plus-Konzeptionspreis

Internetsucht ist ein recht neues Störungsbild - bereits sehr verbreitet, aber bis heute noch nicht medizinisch klassifiziert. Barbara Reinke, Absolventin des PR-Fernstudiums bei PR plus in Heidelberg, hatte sich als Abschlussarbeit die Positionierung einer Gesellschaft zur Aufgabe gemacht, die sich genau mit diesem Thema befasst: Sie wollte der Internetsuchthilfe e.V., Mainz zu einem höheren Bekanntheitsgrad verhelfen. Der Verein fördert die Erforschung, Prävention und Therapie von Computerspiel- oder Internetsucht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### LACP Vision Award: Die Top 100 der Geschäftsberichte

Die League of American Communications Professionals (LACP) hat das Ranking der 100 besten Unternehmensberichte heraus gegeben. Der LACP Vision Award 2010 ist eine renommierte Auszeichnung in der internationalen Finanzberichterstattung. Insgesamt wurden von der LACP mehr als 5.000 Einsendungen aus 24 Ländern geprüft und bewertet. Auch in diesem Jahr finden sich viele deutsche Einreichungen unter den Top 100.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Standardisierung im Kommunikations-Controlling: 4 Berufsverbände fixieren gemeinsame Grundsätze

Auf dem Weg zur Etablierung von Standards sind die Berufsverbände von Kommunikatoren und Controllern in Deutschland und Österreich einen weiteren Schritt gegangen. Praktiker und Wissenschaftler aus den Bereichen Controlling, PR, Werbung, Marketing, Sponsoring und Event-Management haben sich auf gemeinsame Prinzipien und Verfahrensweisen für das Controlling von Unternehmenskommunikation im weiteren Sinne verständigt.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## PR-Berater verändert Wikipedia-Einträge für Pharma-Kunden

Der Krisen-PR-Agent Wolfgang Stock gründete an der Uni Frankfurt (Oder) "Wiki-Watch", angeblich um Wikipedia-Opfern zu helfen. Zuvor aber schrieb er im Online-Lexikon Artikel zugunsten des Pharmariesen Sanofi-Aventis um. (...) Einer von Stocks Kunden ist Sanofi-Aventis, der fünfgrößte Pharmakonzern der Welt. Doch was Stock für Sanofi genau macht - darüber schweigen sich die Beteiligten aus. Miriam Henn, Leiterin der Sanofi-Pressestelle, räumt lediglich ein, Stocks Firma Convinctet "berät uns seit Juli 2009 in Kommunikationsfragen". (...) Einer der Nutzer, die Wikipedia-Einträge in dieser Zeit häufig änderten, nennt sich "Wsto". Es sind die Anfangsbuchstaben Wolfgang Stocks. Gegenüber dem "Spiegel" gab Stock am 8. Juli zu, Wikipedia-Einträge unter dem Kürzel "Wsto" verändert zu haben, das später in "Kan900" umbenannt wurde. *Vollständiger Bericht von Von Markus Grill auf* → [spiegel.de](http://spiegel.de)

## Unmut über teure Weiterbildung des Dresdener Regierungssprechers

Im Dresdener Landtag regt sich Unmut über eine teure Weiterbildung von Regierungssprecher Johann-Adolf Cohausz. Nach einem *Bericht der DNN (Dresdner Neuesten Nachrichten)* vom Donnerstag absolviert er derzeit ein Medientraining für 4500 Euro pro Tag. Acht Einheiten sollen geplant sein, womit 36.000 Euro aus dem Etat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Regierungszentrale fällig würden. "Es ist ein Armutszeugnis, dass ein Regierungssprecher zuerst ein Medientraining absolvieren muss, bevor er arbeitsfähig ist", erklärte SPD-Fraktionschef Martin Dulig und forderte eine Erklärung von Ministerpräsident Stanislaw Tillich (CDU). Cohausz sollte einen angemessenen Teil der Summe zurückzahlen.

## Branche compact (13) (27.+28.KW-2011)

01: **Der neunte BCP-Kongress "Corporate Attitude - Unternehmen zeigen Haltung" fand am 6. Juli in Hamburg statt.** Im Anschluss an den Kongress wurden die begehrten BCP-Pokale in 28 Kategorien und vier Mal als Sonderpreis vergeben. Gemeinsam mit dem BCP-Hauptsponsor Steinbeis Papier verlieh die Jury einen Preis in der Kategorie "Green Publishing". Zusätzlich stiftete Laserline den Sonderpreis "Druck & Innovation". Der Kommunikationsdienstleister LinguaKraft Language Services in Zusammenarbeit mit Transatlantic Translations zeichnete internationale Kommunikationskonzepte mit dem Sonderpreis "Internationale Kommunikation". Corbis ehrte das beste Foto auf einem Corporate Publishing-Medium mit dem Bildpreis "Cover des Jahres". Bei der feierlichen Awardverleihung wurden vor 600 Gästen unter der Schirmherrschaft von Bundeswirtschaftsminister Rösler insgesamt 32

Goldpreisträger des Best of Corporate Publishing Awards (BCP) ausgezeichnet. → [bcp-award.com](http://bcp-award.com)

**02: Unique Relations in Wien (AT) ist ab sofort Hill & Knowlton Affiliate Partner für Österreich.** Das internationale PR-Netzwerk Hill & Knowlton stellt für seine Kunden mit dieser Partnerschaft nun auch in Österreich eine umfassende Vernetzung und Beratung sicher. Hill & Knowlton verfügt derzeit über 82 Standorte in 44 Ländern. Mit eigenen Büros und Partneragenturen ist Hill & Knowlton in den Metropolen in Europa, den USA, Südamerika, dem Mittleren Osten sowie in Afrika, Australien und Asien vertreten. Im deutschsprachigen Raum steht Hill & Knowlton unter der Leitung des Kommunikations- und Markenmanagers Ernst Primosch. Unique Relations wurde im Oktober 2008 von Josef Kalina mit Partnern gegründet. Kalina und sein Team haben langjährige Erfahrung in den Bereichen Medien und Politik. PR- und Pressearbeit, Lobbying, strategisches Kommunikationsmanagement sowie Krisenkommunikation bilden die Kernkompetenzen.

**03: Die Organisatoren des CREA-Awards haben dieses Jahr einen ganz besonderen Anreiz geschaffen,** um Agenturen zur Teilnahme an dem Wettbewerb zu bewegen. Einen Anreiz, der bei einigen Marktteilnehmern für Empörung sorgt: Die drei besten Teilnehmer in der Kategorie „Digitale Kommunikations-/Online-Agentur“ erhalten nicht nur ihre Auszeichnungen für die beste Eigendarstellung, sondern auch die Chance, vor der Marketingabteilung der „Süddeutschen Zeitung“ zu präsentieren. Letztere ist bekanntlich Unterstützerin des Awards - und deren Marketingleiterin Daniela Klein erhofft sich auf diese Weise frische Impulse fürs digitale Marketing und den Kontakt zu spannenden Agenturen in diesem Bereich. Für

Ogilvy-CEO und GWA-Vize Thomas Strerath ist dieses Vorgehen "der Gipfel der Dreistigkeit". → [horizont.net](http://horizont.net) Zwischenzeitlich hat Cherrypicker das Zusatzangebot zurück genommen.

**04: Über die Wirksamkeit von Werbung und Public Relations: Ein Vortrag von Bodo Hombach** im Rahmen seiner Lehrtätigkeit am Institut für Politische Wissenschaft und Soziologie der Universität Bonn am 12. Juli. Hombach wies eingangs darauf hin, dass Werbung und PR zwar einen enormen Wirtschaftsfaktor bilden, die Mechanismen ihrer Wirksamkeit und der Ertrag des Werbeaufwands aber nicht eindeutig messbar seien. Es gebe keine Formel für den sicheren Werbeerfolg – eher für den sicheren Misserfolg. Mit Prägnanz, Konsistenz, Emotionalität und Brauchbarkeit nennt Hombach Faktoren, die den Erfolg zumindest fördern, und schließt zwölf Fragen an, mit denen man sich der Wirksamkeit von Werbebotschaften nähern könne. Den Unterschied zwischen PR und Werbung erklärt er so: „Werbung kümmert sich um Dinge und Personen. PR interessiert sich für die Zwischenräume.“ → [derwesten.de](http://derwesten.de)

**05: Zum zweiten Mal schreibt der Kommunikationsverband, Hamburg, in Kooperation mit der Indukom und Publicis PRO den GoldenEye BtoB-Photo Award 2011,** für Deutschland, Österreich und die Schweiz aus. Aus den eingereichten Arbeiten werden die zwölf besten BtoB Fotos des Jahres 2010/2011 ausgewählt, prämiert und im GoldenEye Kalender 2012 veröffentlicht. Die Siegerbilder werden außerdem mit einer Prämie von 1.000 € ausgezeichnet. Eingereicht werden kann seit dem 01. Juni bis 31. August 2011 in den Kategorien Architektur, Dienstleistung/Service, People/Work, Produkt, Technik/Technologie/Forschung und Entwicklung sowie Nachwuchsfoto: → [kommunikationsverband.de](http://kommunikationsverband.de)

**06: In Bochum hat The Destination Office Barbara Ackermann eröffnet.** Gemeinsam mit Netzwerk-Partnern bietet der Newcomer maßgeschneiderte und individuelle Lösungen im Tourismus-, Hotel- und Lifestyle-Marketing. Dabei wird das gesamte Spektrum einer touristischen Repräsentanz einschliesslich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit abgedeckt. Social-Media mit Einbindung von Twitter, Facebook und Blogs gehört ganz selbstverständlich dazu. Ackermann war Manager PR & Media bei der Canadian Tourism Commission (CTC), bevor sie 2007 in den PR-Bereich wechselte. Mit an Bord ist Karl-Heinz Limberg, ein vielseitiger Tourismusexperte mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in Europa, Asien und Nord- und Südamerika.

**07: In seiner Stellungnahme im Rahmen des Begutachtungsverfahrens zum Lobbying- und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz - LobbyG in Österreich** kritisiert der PRVA (Public Relations Verband Austria) vor allem die Schlechterstellung von Agenturen gegenüber allen anderen Interessenvertretern. Weitere Kritikpunkte sind u.a. die breite und Graubereiche schaffende Definition von Lobbying und die Höhe der Gebührensätze. Der PRVA begrüßt prinzipiell die geplante Einführung eines Interessenvertretungs-Registers (IVR) als Beitrag zu mehr Transparenz in der Interessenvertretung, erkennt allerdings beim vorliegenden Entwurf eine überschießende und nicht zweckgemäße Anlassgesetzgebung. [prva.at](http://prva.at)

**08: Die inhabergeführte Agentur plan B communication in Berlin wird Mitglied von GlobalCom PR-Network.** Das Netzwerk umfasst über 45 Partneragenturen mit Büros in 60 Ländern Europas, Afrikas, Asiens, dem Nahen Osten sowie Nord- und Südamerika. plan B wurde 2003 von Hannes Bahrmann und Ralf

Beke-Bramkamp gegründet. Schwerpunkte der Arbeit der Agentur sind Medien, Luft- und Raumfahrt, Handel sowie Bildung. Seit 1990 betreut GlobalCom PR-Network als Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Kunden in Deutschland, der Schweiz und in Österreich. Das Portfolio umfasst neben der klassischen PR auch die Bereiche Unternehmenskommunikation, Internet Marketing und Social Media.

**09: bauMax** gewann gemeinsam mit der Agentur PROsCOM den ersten Preis beim **18. Best PRactice Award des Public Relations Verbandes Austria (PRVA)** in Wien (AT). Ausgezeichnet wurde damit die interne Change-Kommunikationsleistung bei der strategischen und organisatorischen Neuaufstellung bzw. Positionierung des international tätigen Unternehmens. Die Jury würdigte in ihrer Begründung die sympathische und integrative Konzeptumsetzung: Mit kreativen Mitteln sei es gelungen, die bauMax-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tatsächlich für den Wandel zu gewinnen und sie ins Boot zu holen. Ein "Paradebeispiel für erstklassige interne PR-Arbeit", so die Jury. → [prva.at](http://prva.at)

**10: Die Kölner Agentur Publicis Health hat sich umbenannt:** Seit Juli dieses Jahres firmiert die Gesundheitsagentur in Publicis Life Brands Germany. Der neue Name soll die Zugehörigkeit zur Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) verdeutlichen, dem international größten Agenturnetzwerk für Gesundheits- und Pharmakommunikation. Darüber hinaus soll der neue Markenauftritt auch dem erweiterten Portfolio der Kölner Kommunikationsexperten Rechnung zollen: Neben Rx- und OTC-Produkten betreut die Agentur zunehmend mehr Kunden und Produkte, die einen gesundheitlichen Vorteil bieten, wie zum Beispiel Functional Food.



**11: Mit Aperto Plenum hat die Berliner Agentur Aperto den neuen Geschäftsbereich Campaigning gegründet.** Zukünftig werden Kundenprojekte strategisch und inhaltlich mit integrierten Kommunikationsmaßnahmen von der aktuell 15 Mitarbeiter starken Aperto Plenum hausintern begleitet. Aperto vereint neben dem kompletten Servicespektrum von Beratung, Konzeption, Kreation und technischer Umsetzung nunmehr die Bereiche der klassischen und digitalen Kommunikation sowie der strategischen Markenberatung unter einem Dach. Dabei bindet Aperto Plenum die Disziplinen Public Relations, Event, Online und Design mit ein.

**12: Die eindeutige Zuordnung der Mediennutzung zu einzelnen Gattungen ist heute oft kaum noch möglich.** Ein einfaches Beispiel: Sieht jemand auf seinem Handy ein Video von der Website einer Zeitung – ist er dann TV-, Print-, Online- oder Mobile-Nutzer? Mit dieser und mit sehr viel komplexeren Fragestellungen beschäftigt sich seit diesem Jahr die Arbeitsgruppe Medienkonvergenz. Ziel der AG ist es, Definitionsstandards zu entwickeln, um so letztlich Reichweiten konvergenter Medienangebote zu erfassen und ausweisen zu können. → [agma-mmc.de](http://agma-mmc.de)

**13: Ihren Kunden bietet die PR-Agentur green yellow pr mit Sitz in Berlin einen persönlichen 24-Stunden-Service.** Rund um die Uhr werden Anfragen von Kunden und solchen, die es noch werden wollen, entgegengenommen und direkt bearbeitet. Der Service steht Vereinen, Stiftungen und Verbänden zur Verfügung, die die Dienstleistungen von green yellow pr in Anspruch nehmen wollen. Eine Übersicht des Angebots ist auf der [green yellow pr-Website](http://greenyellowpr.com) zu finden.

## Reputation Management + CSR

### Gesellschaftl. Verantwortung v. Unternehmen – weit mehr als eine PR-Floskel

Gesellschaftliche Unternehmensverantwortung, auch Corporate Social Responsibility (CSR) genannt, hat in den vergangenen Jahren verstärkt Einzug in deutsche Unternehmen gehalten. Firmen schreiben sich auf die Fahnen „nachhaltig zu produzieren“, sprechen von Ressourceneffizienz und davon, „sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst zu sein“. Doch was bedeutet Verantwortung in diesem Zusammenhang konkret für Unternehmen?

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

### Das Unternehmens-Image digital steuern

Im Internet fürchtet so manches Unternehmen um seinen Ruf - viele halten sich deshalb von Facebook, Twitter & Co fern. Dabei müssten Firmen die Kanäle nur richtig nutzen. Das Image eines Unternehmens wird zunehmend durch die öffentliche Meinung im Internet beeinflusst. Noch aber gelten Blogs, Tweets, Chats, Kommentare in Foren und bei Facebook & Co. vielen Firmen vor allem als unkalkulierbare Risikofaktoren.

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

## Internationale PR

### Irland: Allianz Worldwide Care beauftragt Grayling PR

Allianz Worldwide Care hat die internationale PR-Agentur Grayling mit der Verwaltung seines europaweiten Kommunikationsprogramms mit

besonderem Schwerpunkt auf den britischen, französischen, niederländischen und schweizerischen Märkten beauftragt. Die Kampagne wird von der Grayling-Niederlassung in Dublin koordiniert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internetforen, Blogs, Mikroblogs und Social Networks. Sie tragen insbesondere dazu bei, dass Nachrichten im Internet eine sehr schnelle Verbreitung finden. Die Relevanz von Social Media steigt daher stetig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media + Web 2.0

### ARD/ZDF-Onlinestudie 2011: 3 von 4 Deutschen sind online – starker Zuwachs bei den Über-60-Jährigen

Die Internetverbreitung in Deutschland erreicht eine neue Rekordmarke: Mit 51,7 Mio. Internetnutzern wurde erstmals die 50 Millionen-Marke durchbrochen. Dies entspricht einem Bevölkerungsanteil von 73,3 Prozent (2010: 69,4%). Gegenüber dem Vorjahr kamen 2,7 Mio. neue Onliner hinzu. Der Zuwachs geht vor allem auf die Über-60-Jährigen zurück: 34,5 Prozent der Über-60-Jährigen sind inzwischen online, was einer Steigerungsrate von 23 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Auch nähern sich die Anteile weiblicher und männlicher Internetnutzer immer mehr an: 68,5 Prozent der Frauen (+ 8%) und 78,3 Prozent der Männer (+ 4%) nutzen das Internet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Was ist eigentlich: Social Media? Social Media in Unternehmen

Als Social Media werden digitale Plattformen bezeichnet, die den interaktiven Austausch von Menschen untereinander ermöglichen. Sie bieten Nutzern die Möglichkeit, Themen selbst zu erstellen, zu kommentieren und zu diskutieren. Zu Social Media gehören beispielsweise

### In der Kommunikation und im Marketing der Gegenwart zählt jede Sekunde

Wie sieht ein gemütlicher Abend von Anne Lerig aus? Nachdem sie ihre zweijährige Tochter Lilly ins Bett gebracht hat, macht sie es sich zu Hause auf dem Sofa gemütlich und zapft durch das TV-Programm. Doch nicht nur das: Auf ihrem Schoß hat sie ihr MacBook, auf dem sie zeitgleich mit ihren Freunden auf Facebook oder Google+ chattet, Hotels für den nächsten Urlaub auf TripAdvisor vergleicht oder auf Amazon bestellt (mit Vorliebe DVDs ihrer Lieblingsserien). Manchmal lästert sie auf Twitter über das, was gerade im Fernsehen läuft. Häufig gesellt sich ihr Mann Thomas dazu, mit seinem frisch erstandenen iPad in der Hand: Damit liest er seine E-Mails, stöbert im App-Store und checkt auf Foursquare, wo sich seine Freunde rumtreiben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media compact (8) (27.+28.KW-2011)

01: **Nach wie vor klafft eine große Lücke bei der Internetnutzung zwischen den einzelnen Bundesländern.** Bremen steht trotz stagnierender Entwicklung mit 80,2 Prozent Internetnutzung weiterhin auf Platz eins. Es folgt Berlin, das mit einem Zuwachs von 4,1 Prozentpunkten aktuell einen Onliner-Anteil von 79,3 Prozent hat und damit Baden-Württemberg (78,0 Prozent Internetnutzung) von Platz zwei verdrängt. Mit einem überdurchschnittlichen Zuwachs von 2,9

Prozentpunkten belegt Hessen (77,1 Prozent Onliner-Anteil) in diesem Jahr den vierten Platz. Es folgen Hamburg und Niedersachsen, die sich mit 76,5 Prozent den fünften Platz teilen. Das sind die zentralen Ergebnisse der Internetnutzung nach Bundesländern im aktuellen (N)ONLINER Atlas der Initiative D21, für den TNS Infratest über 30.000 Interviews durchführte. → [nonliner-atlas.de](http://nonliner-atlas.de)

**02: Milliarden soll sie wert sein, Twitter bereits im Web abgehängt haben: Google+,** die vor zwei Wochen gestartete Facebook-Alternative, ist nach wie vor Liebling der Fachwelt. Ein Browser-Plugin soll die beiden Konkurrenten näher bringen. (...) Google+ angeblich Milliarden wert : Eine Woche nach Eröffnung des Netzwerks haben Investoren Google um 20 Milliarden Dollar höher bewertet als vorher, berichtet TechCrunch. Nach einer Einschätzung von Morgan Stanley handelt es sich allerdings um eine etwas geringere Summe: Rund 15,8 Milliarden Dollar mehr soll Google demnach wert sein - zu einem Teil dürfte das Marktvertrauen in Google+ begründet liegen, zu einem anderen allerdings in hervorragenden Zahlen für das zweite Quartal, die erwartet werden. → [spiegel.de](http://spiegel.de)

**03: An Selbstbewusstsein fehlt es Nico Lumma nicht. Er gilt als ausgewiesener Social Media Experte** und sagt mit einem kleinen Augenzwinkern, dass es vor zweieinhalb Jahren eine "brillante Idee" von Scholz & Friends gewesen sei, ihn zu holen. Seitdem hat er es geschafft, das Thema Social Media in der Agentur zu verankern. Nicht ganz ohne Reibung am Anfang, aber "das ist ja völlig klar, wenn da einer kommt, der das bisherige Vorgehen hinterfragt", findet Lumma. Mit dem Gewinn des Vodafone-Pitches 2009 nahm der Bereich Social Media in der Agentur an Fahrt auf. Neben klassischen Werbemitteln setzte Scholz &

Friends für den Telekommunikationsanbieter die Kampagne damals auch auf Facebook, MySpace und einem Corporate Blog um. → [wuv.de](http://wuv.de)

**04: Die deutschen Ärzte haben ihr Informationsmonopol verloren.** Zwar vertrauen die Patienten ihrem Arzt, doch vor und nach der Sprechstunde holen sie sich weitere Informationen aus dem Netz. Damit festigt das Internet seine Rolle als wichtigster Kanal für die Gesundheitskommunikation: 41 Prozent der deutschen Online-Bevölkerung befragen das Internet vor einem Arztbesuch, immerhin 31 Prozent nach einem Termin. Dabei informieren sich gesetzlich Versicherte (57 Prozent) eher als privat Versicherte (46 Prozent) aktiv im Netz über Gesundheitsthemen. Dies geht aus der repräsentativen Gesundheitsstudie der Kommunikationsagentur MSL Germany (GPRA) und des Marktforschungsinstituts Skopos hervor. → [virtuelles-wartezimmer.de](http://virtuelles-wartezimmer.de)

**05:** Das Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück geht gemeinsam mit dem Lingener IT-Dienstleister connectiv! eSolutions in Projekten und Lehre den **Chancen und Risiken der sozialen Online-Netzwerke** nach. Während Hermann Silies, Geschäftsführer von connectiv!, in ihnen ein großes Wettbewerbspotenzial für Unternehmen sieht, erkennt Achim Baum, Professor für Public Relations und Journalismus am Institut, auch das Abnutzungsrisiko dieser Netzwerke. Ein Abstieg solcher Plattformen sei aber denkbar, so Baum. So sei etwa Second Life noch vor wenigen Jahren gefeiert worden als zweite Realität der Menschen. → [connectiv.de](http://connectiv.de)

**06: Twitter ist mit einem wahnwitzig simplen Konzept gestartet und enorm schnell gewachsen.** Die API, die für viele verschiedene kleine und große Tools gesorgt hat, war die Basis für ein schnell entstehendes Ökosystem. Einige wirklich gute Anwendungen sind entstanden,

Programme von Drittanbietern, die mehr boten als die nativen Twitter-Apps, aber auch viele kleine Dienste, die nur temporär interessant waren. Aber es war Bewegung da und das Ökosystem für Entwickler wurde gefördert. (...) Der Lack ist ab. Alles, was Twitter macht, geht zu Lasten des Ökosystems. → [lumma.de](http://lumma.de)

07: **Geht es nach Adam Parr, dann sollte die Formel 1 mehr auf Social Media setzen**, also auf Dinge wie Twitter, Facebook und Co. So ist der Williams-Vorstand zwar der Meinung, Bernie Ecclestone habe tolle Arbeit geleistet, um den Sport vor Ort und im Fernsehen zu einem Erfolg zu machen, nun müsse aber auch online der nächste Schritt erfolgen. (...) Ecclestone selbst hat bereits öfter eingeräumt, dass er mehr im Internet machen will, vor allem beim Thema Video. Allerdings musste er dazu anfügen, dass die Deals mit verschiedenen Fernsehstationen ihm dabei die Hände binden. → [motorsport-magazin.com](http://motorsport-magazin.com)

08: Mit mehr als 15.000 Seitenabrufen in nur 5 Tagen ist der **neue Onlinedienst von Raufeld Medien** gestartet. Ein Jahr lang wurde an der Idee gearbeitet, einen Online-Shop für Servicejournalismus anzubieten, der täglich neue Themen bereit stellt und hohe journalistische Qualität zu niedrigen Preisen bietet. Das Themenspektrum reicht von Beruf&Karriere, Auto&Verkehr über Technik&Multimedia hin zu Gesundheit&Wellness, Familie&Freizeit und Haus&Garten. Außerdem sind Reisereportagen, Finanz-, Umwelt- und Genussthemen im Angebot. → [raufeld-content.de](http://raufeld-content.de)

## SocialMediaAnalyse

### Die Nachrichtenlage im Social Web: Harry Potter



**Harry Potter - End of an Era or Pottermore?**  
Die Harry

Potter Fans sind nicht nur zahlreich und aktiv, sondern mit Fanseiten wie „The Leaky Cauldron“ oder „MuggleNet“ auch sehr professionell im Netz vertreten. Sie informieren und organisieren nicht nur, sondern liefern auch jede Menge eigene Inhalte und nutzen die Social Media Kanäle in vollen Umfang. Bei dem letzten Kinofilm hat auch Warner Bros. das Social Media Marketing vollends für sich entdeckt. Der dadurch im Web 2.0 erzeugte Buzz ist beeindruckend, ob Facebook, Twitter oder Youtube – Harry Potter ist Trendthema. Laut Independent hat die HP-Facebookseite in der Woche vor der Premiere 1 00.000 neue Fans pro Tag gewonnen und steht bei Famecount mit einem Plus von über 500.000 Fans auf Platz 3 der Seiten mit dem größten Zuwachs (<http://ind.pn/rol0H8>). Allein die Hauptseite hat inzwischen fast 30 Millionen Fans, hinzu kommen noch viele lokale Facebook Seiten, auf denen die Fans aus aller Welt die Filme auch ausleihen und ansehen können. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Medien

### BDZV-Jahrespressekonferenz: Verleger kritisieren unfairen Wettbewerb

Die gute Konjunktur in Deutschland hat die Zeitungsverlage bisher nicht erreicht. Das erklärte der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) bei seiner Jahrespressekonferenz am 5.

Juli 2011 in Berlin. "Von dem für 2011 prognostizierten Wirtschaftswachstum von 3,3 Prozent (IFO-Institut) sind die Verlage leider sehr weit entfernt", sagte BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff. So sei der Umfang (Volumen in Millimetern) der Zeitungsanzeigen trotz des allgemeinen Aufschwungs in den ersten vier Monaten des laufenden Jahres um 4,2 Prozent zurückgegangen. Vor allem bei den Geschäftsanzeigen (Markenartikel, Handelsanzeigen, lokale Geschäftsanzeigen) habe es einen Einbruch von 11,4 Prozent gegeben. Vor diesem Hintergrund müssten die Zeitungen jetzt alle Kraft darauf verwenden, sich noch offensiver als attraktives Werbemedium ins Spiel zu bringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **PMG Zitate-Ranking: Bild knapp vor Spiegel im zweiten Quartal 2011**

Im zweiten Quartal konnte sich die Bild-Zeitung vor dem Wochenmagazin Spiegel als meistzitiertes Medium behaupten. Auf dem dritten Platz des nationalen Rankings folgt die Süddeutsche Zeitung. Das ergibt das aktuelle Zitate-Ranking der PMG Presse-Monitor GmbH – die umfassendste Untersuchung der Übernahme von Zitaten und Themen regionaler und überregionaler Meinungsführermedien in Deutschland. Insgesamt fand die PMG 586 Zitate der Bild-Zeitung in den 40 untersuchten Medien. Im gleichen Zeitraum erreichte der Spiegel 581 und die Süddeutsche Zeitung 441 Zitate. Der Tagesspiegel aus Berlin war mit 166 Zitaten die meistzitierte Regionalzeitung vor dem Hamburger Abendblatt (146 Zitate) und der Rheinischen Post (118 Zitate).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Offener Brief von Nachwuchsjournalisten an die deutschen Zeitungsverleger**

Von: Daniel Stahl aus Bamberg

An: die Zeitungsverleger in Deutschland

Sehr geehrte Zeitungsverleger in Deutschland, wir sind der Journalistennachwuchs in Deutschland. Sie haben vielleicht schon einmal von uns gehört. Sie sind gerade dabei, über unsere Zukunft zu entscheiden. Mit einem Billiglohn wollen Sie unsere Berufsaussichten kaputt sparen. Auch wenn Sie oft etwas anderes behaupten, Sie gefährden dabei auch die Zukunft des Journalismus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **SPD-Politikerin Manuela Schwesig wollte Verlautbarungs-PR**

Die SPD-Landes-Politikerin Manuela Schwesig ist damit gescheitert, von ihrem Sozialministerium mit Unterstützung einer Agentur gefertigte Texte in die Regionalblätter Mecklenburg-Vorpommerns zu bringen. Wie *"Spiegel Online" berichtet*, wollte die Sozialministerin des Bundeslandes Texte zum Thema Kinderschutz lancieren, doch den Chefredakteuren von Ostsee-Zeitung, Schweriner Volkszeitung (SVZ) und Nordkurier waren die Artikel zu PR-lastig und sie lehnten ab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Eine nicht weinerliche Konferenz zur Zukunft des Journalismus**

An der Leipzig School of Media trafen sich Praktiker, Ausbilder und Wissenschaftler, um die Folgen der digitalen Revolution für die Aus- und Weiterbildung zukünftiger Journalisten zu diskutieren. Nach Abschluss der zweitägigen Fachkonferenz Journalism Reloaded der Leipzig School of Media (LSoM) wird in der Branche über



die Zukunft der Journalistenausbildung diskutiert. So veröffentlichte Tim Kosmetschke, Teilnehmer der Konferenz, in seinem Blog Neun Thesen zur Zukunft des Journalismus und konstatierte: Wir müssen Aus- und Weiterbildung neu organisieren. Nötig sei die Neukonzeption eines zeitgemäßen Volontariats.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Von "Süddeutsche" bis ARD: Deutschlands Medienjournalismus mutiert zur Propaganda

Wer in Deutschland ein wenig Medienkunde in den Medienkonsum einbringt, der ist einiges gewöhnt. Er ist abgehärtet. Solch eine dicke Haut gegen Tendenz-"Journalismus", falsche Fakten, verdrehte Darstellungen und völlige Realitätsferne scheint eine gute Präparation gegen das, was vor der Tür steht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (9) (27.+28.KW-2011)

**01: IVW: Drei Viertel der Zeitschriften verlieren. Die Auflagenpfeile der deutschen Publikumszeitschriften zeigen weiter nach unten.** Wie die Vorab-IVW-Zahlen des zweiten Quartals zeigen, verloren rund drei Viertel der ausgewiesenen Titel Käufer. Von den 423 im VDZ-Auflagendienst enthaltenen Zeitschriften konnten nur 108 zulegen, 305 verloren, zehn sind neu dabei. Massive Verluste gab es u.a. bei Computer Bild Spiele (-36,2%) und OK! (-26,0%), zu den Gewinnern gehören u.a. die "LandLust" und "TV Digital". Um 123.222 Käufer verbesserte sich die "LandLust" gegenüber dem zweiten Quartal 2010 - und steuert mit inzwischen 828.652 verkauften Exemplaren allmählich auch auf die Millionen-Marke zu. Springers Programmie TV Digital gewann 84.081

Abnehmer hinzu. (...) Zu den großen Verlierern gehören auf der anderen Seite u.a. drei Zeitschriften aus der "Bild"-Welt: Bild am Sonntag, Computer Bild und Computer Bild Spiele finden sich auf den Rängen 2 bis 4 des Absteiger-Rankings. → [meedia.de](#)

**02: Die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) hat TNS Infratest zum zweiten Mal mit der Durchführung einer repräsentativen Studie zur Ermittlung der Relevanz der Medien für die Meinungsbildung beauftragt.** Eine zentrale Feststellung der Untersuchung ist, dass aus den "informierenden" Tagesreichweiten und der empfundenen Wichtigkeit der Medien ein "Meinungsbildungsgewicht" ermittelt werden kann. Demnach kommt dem Fernsehen mit einem Anteil von rund 40 Prozent nach wie vor das größte Gewicht für die Information und Meinungsbildung der Mediennutzer zu. Das Internet hat gegenüber der Vorgängerstudie 2009 mit einem Zuwachs von 13 auf 17 % deutlich an Bedeutung gewonnen. Die Tageszeitungen mussten mit einem Rückgang um vier Prozentpunkte auf nur mehr 22 Prozent einen Bedeutungsverlust hinnehmen.

**03: Die Bibel der Deutschlehrer wird im Internet verschenkt: Der Rechtschreib-Duden lässt sich nun auch online durchsuchen.** Das kostenlose Angebot ist praktischer als das dicke Nachschlagewerk - ein Geschäft will der Verlag trotzdem machen. Wie hätten Sie Ihren Duden denn gerne? Als iPhone-App für 19,99 Euro? Als CD-Rom für den Computer für 19,95 Euro? Als gebundene Ausgabe für 21,95 Euro? Oder lieber kostenlos im Internet? Genau, denn das bekannteste Nachschlagewerk für die deutsche Rechtschreibung gibt es nun auch im Internet, ohne Registrierzwang und Bezahlschranke. → [spiegel.de](#)

**04: Der Bruttowerbemarkt in Deutschland ist laut Nielsen im ersten Halbjahr 2011 gegenüber dem**

Vorjahr um plus 4,6 Prozent bzw. 533 Millionen Euro auf insgesamt 12,1 Milliarden Euro gewachsen. Nachdem der Bruttowerbemarkt bereits im ersten Quartal ein Plus von 4,5 Prozent verzeichnete, schloss das zweite Quartal mit einem Plus von 4,7 Prozent noch eine Nuance besser ab. Ein erfreuliches Stimmungsbild im Werbemarkt zeigt die Unternehmenswerbung, für die der Bruttowerbedruck im ersten Halbjahr 2011 mit plus 104 Millionen Euro auf 338 Millionen Euro absolut gesehen am stärksten gesteigert wurde. → [nielsen.com](http://nielsen.com)

**05: Zeitungsredaktionen werden dramatisch verkleinert oder aufgegeben als Folge ständig rückläufiger Auflagen der verkauften Tageszeitungen.** Davon sind auch in erheblichem Maße die regionalen Zeitungen betroffen, die 70 Prozent der Gesamtauflage der deutschen Tageszeitungen repräsentieren. Die Ursachen dafür liegen zum einen im Konkurrenzdruck durch das Internet, zum anderen auch in der sich wandelnden Demographie. So wohnt der typische Zeitungsleser in einem Zwei- oder Mehrpersonenhaushalt, wohnt nicht in einer Metropole und wechselt seinen Wohnort nur selten. Dem gegenüber setzt sich der Trend zu Single-Haushalten in wachsenden Großstädten bei sinkender Bevölkerungszahl fort. → [marketconsulting.eu](http://marketconsulting.eu)

**06: Erstes Ergebnis der Eckdaten der ma 2011 Radio II:** Die Radionutzung in Deutschland bleibt über alle Zielgruppen hinweg stabil. Wie bereits in der letzten Berichterstattung (ma 2011 Radio I) liegt die Tagesreichweite in der aktuellen Erhebung unverändert bei 79,3 Prozent. Die Hördauer bleibt mit 199 Minuten ebenso konstant, wie die Verweildauer (also die Hördauer derjenigen, die Radio hören). Basis dieser Zahlen ist jeweils die deutschsprachige

Bevölkerung ab zehn Jahren (Montag bis Freitag). → [agma-mmc.de](http://agma-mmc.de)

**07: Eine gemeinsame Studie von gfu und ZVEI hat festgestellt: Gut 50 Prozent der Befragten plant innerhalb der nächsten fünf Jahre den Kauf eines Fernsehers** der neuen Generation, der viel mehr kann als herkömmliche TV-Geräte. Bereits für 2011 erwartet die Branche, dass mit fünf Millionen gut die Hälfte aller verkauften Fernseher neue, zusätzliche Dienste auf den Bildschirm bringen können. Die Voraussetzungen zur Nutzung der zusätzlichen Dienste und Inhalte sind gut: Die Mehrheit der deutschen Haushalte ist an das Breitbandnetz angeschlossen. 74,5 Prozent der Befragten haben einen schnellen Internetanschluss, der ihnen das Abrufen der angebotenen Dienste ermöglicht. → [zvei.org](http://zvei.org)

**08: Corporate Publishing gehört zu den expansivsten Bereichen der Kommunikationsbranche.** Immer mehr Verlage wie jüngst der vorwärts Verlag und Ehapa, aber auch der Zeit Verlag entdecken Corporate Publishing als strategisches Geschäftsfeld. Seit Anfang dieses Jahres führt CP Monitor ein exklusives, dynamisches Kreativ-Ranking. (...) Nach den ersten sechs Monaten konnten sich G+J Corporate Editors, Burda Creative Group/BurdaYukom, KircherBurkhardt, Hoffmann und Campe Corporate Publishing und grasundsterne auf den Rängen eins bis fünf platzieren. → [cp-monitor.de](http://cp-monitor.de)

**09: Da werden sich die Verlage freuen: Laut Institut für Demoskopie Allensbach nutzen wieder mehr Leute Print-Medien.** Die AWA 2011 verzeichnet ein Plus von 0,7% bei den Gesamtkontakten mit den 243 untersuchten Zeitschriften. In den Jahren 2007 bis 2010 hatte es jeweils einen Rückgang gegeben. Die Zahlen überraschen insofern, als die Auflagenzahlen tendenziell weiter rückläufig sind. Laut AWA

verloren aber nur 64 der 243 Titel Leser. Größter Gewinner ist diesmal die BamS, Verlierer Reader's Digest. → [meedia.de](http://meedia.de)

## STAMM Medien-News

### Stamm Medien-Newsletter Juli 2011

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Mai 2011 wurden 2.905 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 11.737 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Services + Tipps

### Service compact (8) (27.+28.KW-2011)

01: AT Internet, ein Unternehmen aus dem Bereich Webanalyse, gibt bekannt, dass der **AnalyzerNX jetzt Daten aus dem E-Mail-Marketing-System dialog-Mail importieren und auswerten kann**. Die automatische Verknüpfung der beiden Systeme über den so genannten Connector erlaubt eine genauere Analyse von Mailing-Kampagnen mit noch aussagekräftigeren Kennzahlen zum Verhalten der Newsletter-Leser, zu Öffnungs- und Klickraten oder dem ROI einer Kampagne. Mit AT Internet und dialog-Mail haben zwei Profis auf ihren Gebieten die Kräfte gebündelt und auf

Basis von AT Connect einen Connector entwickelt. Damit ist es möglich, alle Kennzahlen aus dem E-Mail-Marketing System von dialog-Mail direkt und automatisch an die Webanalyse-Software von AT Internet zu übergeben. → [dialog-mail.com](http://dialog-mail.com)

02: **Die International School of Management (ISM) in Dortmund veröffentlicht zum ersten Mal das ISM-Jahrbuch der Unternehmenskommunikation**. Darin werden besonders gelungene Abschlussarbeiten aus dem Bachelor-Studiengang Communications & Marketing veröffentlicht. Das breite Themenspektrum der Unternehmenskommunikation spiegelt sich auch in diesem Jahrbuch wider: Welche Einflussfaktoren der Kommunikation wirken auf Vertrauen und Glaubwürdigkeit? Wie beurteilen Unternehmen den Einsatz von Social Media? Welche Rolle spielt Microblogging im Kontext soziologisch orientierter Medienwirkungsforschung? → [ism.de](http://ism.de)

03: **Die Mediendatenbank bekommt Zuwachs**: Ab sofort sind in der AdZyklopädie neben aktuellen Werbekampagnen aus Print, TV, Kino, Radio und Internet auch neue Kommunikationskanäle wie Airport-Media, Infoscreen-Werbung und der Out-of-Home Channel von Ströer zu finden. Damit ist die AdZyklopädie von AdVision digital die erste Datenbank in Deutschland, die diese Medien ganzheitlich erfasst. Darüber hinaus bietet die AdZyklopädie aber noch viel mehr. Sämtliche Maßnahmen im Bereich Infoscreen-Werbung und digitaler Plakatwerbung (Digital Signage) sind ab sofort verfügbar. Das datenbankbasierte, internetgestützte Serviceangebot von AdVision digital wurde vor zwölf Jahren in Zusammenarbeit mit dem Gesamtverband der Kommunikationsagenturen GWA entwickelt. Weitere Informationen unter [advision-digital.de](http://advision-digital.de)

04: **Die Scheuer Marketingberatung hat ein Social Media Management entwickelt**, um Dienstleistungsunternehmen beim Aufbau einer positiven Online-Reputation zu unterstützen. Immer

mehr Kunden und Interessenten veröffentlichen ihre Meinungen zu Dienstleistern, zum Beispiel aus den Branchen Tourismus sowie Beratung, und deren angebotenen Leistungen im Internet – Unmutsäußerungen eingeschlossen. Aus dieser sogenannten digitalen Revolution womöglich resultierenden Schäden können für die betreffenden Unternehmen immens sein und einen nachhaltigen Imageschaden verursachen. Mit dem speziell für Dienstleister kreierten Social Media Management sollen Unternehmen die Online-Kommunikation beobachten und analysieren sowie ihre Reputation aktiv gestalten können, um damit Vertrauen bei Interessenten aufzubauen. → [marketingberatung.de](http://marketingberatung.de)

**05: Das Inkrafttreten des Steuervereinfachungsgesetzes stärkt deutlich den Markt für kommerzielle Online-Kommunikation in Deutschland.**

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) begrüßt die Initiative der Bundesregierung, digitale Kommunikationstechnologien zum schnellen und einfachen elektronischen Informationsaustausch zwischen Unternehmen und Behörden zuzulassen. Die Gesetzgebung greift damit effiziente Dialogmöglichkeiten durch digitale Technologien auf und passt sich der herrschenden Praxis im Unternehmensalltag an. Deutsche Unternehmen und ihre Kunden profitieren künftig von einem schnelleren und kostengünstigeren elektronischen Rechnungsversand, so dass Einsparungen in Milliardenhöhe für die gesamte deutsche Wirtschaft erwartet werden. Weitere Informationen: → [bvdw.org](http://bvdw.org)

**06: Das Museum für Kommunikation Berlin besitzt eine weltweit einzigartige Sammlung deutsch-deutscher Briefwechsel,**

die den regen Briefverkehr zwischen Ost- und Westdeutschland während der Zeit der deutschen Teilung zwischen 1949 und 1990

dokumentiert. Zum 50. Jahrestag des Mauerbaus werden ab dem 13. August 2011 unter [www.museumsstiftung.de/post-von-drueben](http://www.museumsstiftung.de/post-von-drueben) 600 dieser Briefe online zugänglich sein. In dem Archiv kann nach Stichwörtern, Themen, Jahren und Monaten sowie Wohnorten der Briefpartner gesucht werden. Weitergehende Recherchen sind nach vorheriger Anmeldung vor Ort im Archiv des Museums für Kommunikation Berlin möglich. → [mfk-berlin.de](http://mfk-berlin.de)

**07: Digital Moms: kaufkräftig, berufstätig, online. Die brandneue Studie "Digital Moms"**

beschäftigt sich mit dem Online-Informations- und -Kaufverhalten der Mütter, die zentralen Entscheidungsträgerinnen über 84 Mrd. CHF Haushaltsausgaben pro Jahr. Die repräsentative Onlineumfrage untersucht unter anderem: Welche Medien nutzen Schweizer Mütter als Informationsquellen und worüber informieren sie sich? Wie ist das Einkaufsverhalten Schweizer Mütter? Wie nutzen Sie Online-Shopping? Was beschäftigt Mütter im Alltag und wie können Unternehmen darauf reagieren? → [media-use-index.ch](http://media-use-index.ch)

**08: Mit mehr als 56 Jahren sind Mercedes-Käufer inzwischen mit die ältesten.**

Ein ähnlicher Seniorenverkaufsschlager ist nur noch Jaguar. Das ist insofern schwierig, weil ältere Autofahrer sich nicht mehr so oft neue Autos kaufen. Die Wagen nutzen sich bei Menschen, die nicht mehr täglich ins Büro fahren müssen, kaum ab. Es wäre also dringend nötig, jüngere Kunden stärker anzulocken. Doch das fällt den Schwaben vergleichsweise schwer. → [ftd.de](http://ftd.de)

-----

## Termine + Tagungen

### 2. Social Media Kongress: Das Leitmedium des 21. Jahrhunderts

Facebook legt weiter zu: Fast 20 Mio. Nutzer sind allein in Deutschland bei der Online-Plattform registriert (Stand Juni 2011). Parallel sinkt das Interesse an traditionellen Webinhalten. Auf dem 2. Social Media-Kongress am 30. und 31. August in Frankfurt verraten Marketing-Strategen, wie Unternehmen souverän mit dem Kunden interagieren. Social Media funktioniert nur ohne Maulkorb. Authentische Kommunikation ist nur dann möglich, wenn Mitarbeiter weder kontrolliert noch zensiert werden, mahnt Marike Paulsen, Online Marketing Manager bei FRoSTA. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Termine compact (11) (27.+28.KW-2010)

01: Um die Hard Facts und die Dos and Don'ts der Karriereplanung in der PR-Branche geht es im **Kurzworkshop „PR-Karriere – Erfolgreich ein- und aufsteigen“**, der am 31. August ab 19:00 Uhr erstmals in der com+plus-Akademie für Kommunikationsmanagement in Münster ausgerichtet wird. Auf die individuellen Karrierebedingungen der Teilnehmer wird in anschließenden Mini-Coachings eingegangen. Zur Teilnahme eingeladen sind Hochschulabsolventen, Young Professionals, Trainees, Volontäre und PR-Quereinsteiger. → [complus-muenster.de](#)

02: Wie nutzen erfolgreiche Produkte und Marken sensorische Codes? Wie erhöht die konsequente Steuerung der impliziten Kommunikationsebenen den Markterfolg von Unternehmen? Einen Überblick über den

aktuellen Stand der Forschung, die Praxis und einen Ausblick auf kommende Entwicklungen geben die **15 Workshops des multisense® Forum am 16. November in München**. Der Dach-Kongress mit Praxisfokus entstand auf Initiative der Deutschen Messe, Hannover, die auch Veranstalter ist, und des Multisense Instituts, Remscheid. → [multisense.net](#)

03: **Das zweite Lac Lemman Communication Forum** wird am 1. September zum Thema "Communication & Leadership" in Lausanne (CH) durchgeführt. Keynotes u.a.: "Strategic leadership in Corporate Communication: aligning image and identity" Professor Rosa Chun, IMD (CH), "Leadership in crisis and change: the role of framing", Professor Joep Cornelissen, VU University Amsterdam (NL), Weitere Informationen: [mscom.ti-edu.ch](#)

04: Der DPRG-Arbeitskreis "Kommunikation im Mittelstand" lädt am 10. August DPRG-Mitglieder zu **Vortrag und Diskussion zum Thema „Risiko oder Chance? Online-Kommunikation im Mittelstand“** nach Düsseldorf ein. Jörg Kiveris (telegate AG) und Klaas Flechsig (Google Germany) geben Einblicke in Studien, Strategien und Maßnahmen zur Nutzung von Online-Kanälen für mittelständische Unternehmen. Die Veranstaltung findet in den Räumlichkeiten des Instituts für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM) in Düsseldorf statt. → [dprg.de](#)

05: Die Öffentlichkeit verlangt immer mehr nach klaren Worten. Verschweigen und Verschleiern stoßen Bürgerinnen und Bürgern bitter auf. Aber wie viel Klartext ist uns überhaupt zumutbar? Akzeptieren wir auch unbequeme oder gar schmerzhaft Wahrheiten? Diesen Fragen geht der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS), Parterverband der DPRG, auf seinem diesjährigen **Kongress "Klartext - Wie viel Wahrheit vertragen wir?" am 8. September in**



**Berlin** nach. Es diskutieren in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften Politiker und Publizisten, Medienberater und Redenschreiber über Wahrheit und Ehrlichkeit in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. → [dprg.de](http://dprg.de)

07: Die Kommunikationsagentur **lege artis** veranstaltet am **14. September zum fünften Mal den Kliniksprechertag in Münster**. Der Kongress in Münster richtet sich an Pressesprecher und Mitarbeiter für Öffentlichkeitsarbeit im Krankenhaus und greift aktuelle Herausforderungen der Branche in Vorträgen, Gesprächsrunden und Praxisbeispielen auf. Kliniksprecher als Beruf Professionalität auf dem Prüfstand lautet der Titel der diesjährigen Veranstaltung. Im Mittelpunkt stehen die Ergebnisse einer Befragung, an der sich 228 Mitarbeiter aus PR, Marketing und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit deutscher Krankenhäuser beteiligt haben. → [kliniksprecher.de](http://kliniksprecher.de)

08: **Das CSR-Webinar: "Verantwortung übernehmen und kommunizieren im Mittelstand"** führt in die Basics der Verantwortungsübernahme und der Kommunikation von CSR für Unternehmen im Mittelstand ein. Es benennt die für Mittelständler wichtigen Verantwortungs-Themen, zeigt, Mittelständler mit dem CSR-Engagement beginnen können, benennt Partner für das CSR-Engagement im Mittelstand und informiert über die CSR-Kommunikation und deren Chancen und Risiken. Während des Webinars können Sie Ihre Fragen und Themen einbringen und zur Diskussion stellen. Termin: 27. September 13.15 – 14.00 Uhr. → [csr-news.net](http://csr-news.net)

09: **Mitarbeiterzeitung, B-to-B-Newsletter, Geschäftsbericht, Kundenmagazin – der Impulsvortrag des F.A.Z.-Instituts** am 25.

August in Düsseldorf und am 6. Oktober in Hamburg soll mittels Best-Practise-Beispielen einen Überblick über einige der wichtigsten Erfolgsfaktoren bei der Herausgabe von Unternehmensmedien geben. Die Teilnehmer erhalten praxisnahes Know-how, um ihre Tätigkeit im Bereich Corporate Publishing kompetent wahrzunehmen und zu optimieren. → [iqb.de](http://iqb.de)

10: Am 8. Juli fand der na **news aktuell media coffee im Komed in Köln zum Thema "Expedition ins Ungewisse - Welche neue Medienwelt entdecken Verlage, Web und Social Media?"** statt. Mehr als 300 Pressesprecher, PR-Fachleute und Journalisten waren mit dabei. Ein Fazit der Podiumsdiskussion: Medienangebote ohne echten Mehrwert werden keine Zukunft haben. Und zwar unabhängig davon, ob sie als Print, Online-Portal oder App publiziert werden. Redaktionen müssen verstärkt in Markenbildung, IT-Ressourcen und Ausbildung investieren. Hier ist eine komplette Aufzeichnung des media coffees ([YouTube](http://YouTube))

11: Der Werbetext fürs Internet unterscheidet sich wesentlich von dem für Printmedien. Navigieren, strukturieren und informieren stehen im Mittelpunkt der Textgestaltung. Das neue **Seminar "Werbetext für den Webtext - Wie Sie bessere Texte für das Internet schreiben" der VDZ-Akademie am 28. September in Frankfurt** am Main will ins Schwarze der Suchmaschinen treffen und ins Gedächtnis der Zielgruppe. Nach diesem Trainingstag sollen die Teilnehmer wissen, wie es geht. → [vdz-akademie.de](http://vdz-akademie.de)

## Ausbildung + Seminare

### PR Plus-Mitarbeiterin Simone Heinrich ausgezeichnet

PR Plus-Mitarbeiterin Simone Heinrich wurde am 8. Juni in Wien mit dem Wissenschaftspreis des österreichischen Berufsverbands PRVA ausgezeichnet. Der Preis wurde von dem österreichischen Bundesminister für Wissenschafts- und Forschung, Karlheinz Töchterle, überreicht. Sie gewann den dritten Preis in der Kategorie "Master Thesen an Universitätslehrgängen" für ihre Arbeit mit dem Titel "Integrierte interne Unternehmenskommunikation. Das Zusammenwirken ausbildungsspezifischer Kompetenzen aus PR, Personalmanagement und Marketing". Die Master Thesis ist im Lehrgang "PR Plus Upgrade Communications Master of Science" entstanden, den sie im Jahr 2010 erfolgreich abgeschlossen hat.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Ausbildung compact (8) (27.+28.KW-2011)

01: Mit einer **Social Media Sommeraktion** sorgt die Agentur Jeschenko in Köln und Berlin auf ihrer Facebook-Seite für eine besondere Herausforderung beim Berufsnachwuchs. Mit einem zweiwöchigen **"PR Deluxe Praktikum 2011"** von jeweils einer Woche in den Kölner und Berliner Agenturräumen hat jeder Interessierte die Möglichkeit, sein PR-Talent bei der inhabergeführten Agentur unter Beweis zu stellen. Der Bewerber fordert bei Jeschenko einen Bewerbungspin per Mail an und schickt ihn dann an seine Fan-Community. Die Freunde posten mit dem Pin und einer Kurzmitteilung "Warum Du es verdient hast" auf der Jeschenko

Pinnwand. Wer die meisten Votes bis zum 30. September erhält, gewinnt das Praktikum. → [jeschenko.de](http://jeschenko.de)

02: PR 3.0 Themen besetzen, Beziehungen aufbauen, Zielgruppen mit Social Media erreichen, ein **Hands on - Seminar für Kommunikationsverantwortliche** mit folgenden Themen: - Social Media Monitoring: Analyse, Issues Management, Erfolgsmessung, - Strategische Auswahl der Kanäle: Wo erreiche ich meine Zielgruppe? - Social Media Guidelines und interne Organisation - Redaktionsplanung und Texten für Facebook, Twitter, Blogs etc. - Community Management: Dialoge führen mit Kunden und Meinungsführern - Blogger Relations als Investition in die Zukunft - Reputationsmanagement: Was tun bei Kritik/im Krisenfall/bei einem Shitstorm? Mit Unternehmens-Insights von Randstad und Flexstrom.  
Termine: 29. + 30. September in Köln 27. + 28. Oktober in Berlin. Weitere Details unter [getnoticed.de](http://getnoticed.de)

03: Das **Fachseminar "Kommunikations- und Marketing-Controlling - Immaterielle Faktoren steuern"** vom 17. bis 19. Oktober richtet sich an Manager und Controller, die aus dem Controlling oder aus dem Marketing heraus die Funktionen Marketing und Kommunikation professionell managen, die Maßnahmen und Prozesse nach Kosten und Nutzen steuern und damit die Budgets optimieren wollen. Die Teilnehmer verstehen die Funktion von Marketing und Kommunikation im und für das Unternehmen. Sie sind in der Lage, diese Bereiche in das Controlling des Unternehmens zu integrieren, spezielle strategische Analysen vorzunehmen, die Effizienz zu steigern und die Kostenrechnung auf eine Kosten/Nutzen-Betrachtung hin zu optimieren. → [controllerakademie.de](http://controllerakademie.de)

04: Im Oktober startet PR Plus die etablierten **Universitätslehrgänge "PR und Integrierte Kommunikation" sowie "Kommunikation und Management"** der Donau-Universität Krems am Standort Heidelberg/Köln. Für diese beiden Studienangebote sind insgesamt **vier Spezial-Stipendien** in Höhe von jeweils 6.950 Euro ausgeschrieben. Sie decken die Hälfte der regulären Lehrgangsgebühr ab. Die Spezial-Stipendien richten sich an Studieninteressierte aus kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU), aus dem Non-Profit-Bereich und an Nachwuchskräfte aus Agenturen. Bewerbungsunterlagen zum Download sind online abrufbar unter [prplus.de](http://prplus.de)

05: **PR-Sekretärinnen, Assistentinnen und Assistenten trainiert die AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 08. bis 12. August in Oberursel bei Frankfurt am Main. Das Seminar BA1 – PR für Assistenz und Sekretariat, 1. Teil vermittelt das fachliche PR-Hintergrundwissen für eine professionelle, souveräne und motivierte Assistenz. Trainingsinhalte sind: Kommunikationsbegriffe und -modelle, der richtige Umgang mit Journalisten, Gesprächspartner und Informationen zielstrebig vermitteln, Grundlagen zum Umgang mit Text, Presseverteiler, Archiv, Presseclippings, Veranstaltungen vorbereiten, Recherche. Infos: [afk-online.com](http://afk-online.com)

06: Nicht nur für Geistes- und Sozialwissenschaftler, sondern auch für Naturwissenschaftler bietet das Berufsfeld Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit ein vielfältiges Aufgabenspektrum. Ein viertägiges **praxisorientiertes Seminar, das der Career Service der Universität Heidelberg** vom 21. bis 24. Juli veranstaltet, bietet Einblicke in Aufgaben und Arbeitsfelder sowie Instrumente, Methoden und Maßnahmen. Außerdem erhalten die Seminarteilnehmer Informationen zu

Berufschancen und Berufseinstieg. Die Veranstaltung wendet sich an Studierende, Absolventen und Doktoranden aller Fachrichtungen. → [myscience.de](http://myscience.de)

07: **Zum Wintersemester 2011/ 2012 vergibt die design akademie berlin**, Hochschule für Kommunikation und Design, zusammen mit verschiedenen Medienpartnern (audimax!, Einstieg und Master and More) **für jeden ihrer Studiengänge mindestens ein Vollstipendium**. Das bedeutet, die Gewinner sind von allen Studiengebühren – je nach Studiengang bis zu 25.000 Euro – befreit. Bewerber müssen zunächst eine schriftliche Aufgabe erfüllen und im zweiten Schritt in einer Endrunde in Berlin überzeugen. Die genaue Aufgabenstellung, sowie Teilnahmeformular und -bedingungen gibt es auf [design-akademie-berlin.de](http://design-akademie-berlin.de)

08: Viel Schreibpraxis und individuelles Feedback bietet das **AFK-Seminar S1 – Journalistisches Schreibtraining** vom 26. bis 30. September in Oberursel bei Frankfurt am Main. Die Teilnehmer trainieren alle wichtigen journalistischen Darstellungsformen. Sie üben, Nachrichtensprache sicher einzusetzen. Sie erfahren über die Bedarfe von Journalisten, lernen Nachrichtenwert zu erkennen und zu gestalten. Infos: [afk-online.com](http://afk-online.com)

## Karrierebarometer

### Young Professionals wollen sich weiterbilden – bekommen aber zu wenig Unterstützung

Wie ist es um die berufliche Qualifikation von Young Professionals in der PR-Branche bestellt? Diese zentrale Frage haben das PR Career Center und das PR-Journal im zweiten Karrierebarometer

2011 gestellt.

271 junge Fachkräfte aus ganz Deutschland nahmen an der Umfrage teil und beantworteten Fragen rund um die Themen Aus- und Weiterbildung in der Public Relations. Zentrales Ergebnis: Mehr als die Hälfte aller Nachwuchskräfte (52,9 Prozent) fühlt sich von ihrem Arbeitgeber bei der persönlichen Fortbildung nicht genug unterstützt. Dabei sehen die Befragten durchaus Defizite, was Ihren eigenen Kenntnisstand angeht – vor allen in den Bereichen Kommunikationscontrolling (46,2 Prozent), Social Media (42,2 Prozent), BWL (37,1 Prozent) und internationale Kommunikation (36,7 Prozent).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Kerlikowskys Kommentar über... Steuersenkung als Lachnummer



Guten Tag! Ist das nicht toll, daß wir 2013 eine Steuersenkung zu erwarten haben? Sieben Milliarden Euro soll sie betragen. Allerdings könnte es passieren, dass wir dann wenig von der Steuersenkung merken; denn sie dürfte kaum die Preissteigerungen kompensieren, die nach den Vorstellungen der Europäischen Zentralbank nicht über zwei Prozent steigen sollen, gegenwärtig aber 2,7 Prozent betragen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Pfeffer & Salz & Senf

### Viel Lärm und dann nichts? Ruhe, bitte!

Frage des Friseurs: "Wie darf ich Ihnen die Haare schneiden?"

Antwort des erfahrenen Klienten: "Am liebsten schweigend."

Was sagt uns das Laute, Lärmende? Welche Botschaft haben Dezibel? Leben wir in der Zeit vor Erfindung und Nutzung gummibereifter Gefährte? Stehen wir vor der Anwendung physikalischer Gesetze zur Schalldämmung, vor der Einführung von Sitte und Anstand?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Norbert: Gerüchte + Gerichte

### Gericht: Ideal für heiße Zeiten - Gazpacho andaluz



Nach der Entwarnung durch die Experten können die Vorbehalte weichen: Spanische Tomaten und Gurken sind nicht verantwortlich für die Ausbreitung des Ehec-Bakteriums. Eine wirklich gute Nachricht, denn sonst müssten wir auf eine der schönsten Erfindungen der spanischen Küche aus Sicherheitsgründen verzichten. Der Gazpacho ist wohl deutlich älter als Spanien: Es gibt Berichte, dass schon die römischen Soldaten auf der iberischen Halbinsel Gurken, Zwiebeln und Knoblauch pürierten und mit Wein zu einer kalten Suppe rührten. Als im 16. Jahrhundert die Tomate von Amerika her nach Spanien kam, erlebte das Rezept einen radikalen Wandel – die bisherige Hauptzutat, die Gurke, rückte an den Rand. Seither gibt es unzählige Varianten – mit Basilikum, Petersilie oder gar Zitronenmelisse statt

Koriander, mit Wein oder Hühnerbrühe statt Wasser.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Rezensionen + Buchtipps

### Meyer: Kreative PR

Jens-Uwe Meyer: "Kreative PR". Verlag: UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz. 2. Auflage. 271 Seiten. Preis: 27,90 Euro. ISBN-978-3-

86764-308-5.



Rezension von Monica Figel, PR- und Marketing Managerin Dotmedis und Absolventin von PR Plus, Heidelberg

Nicht jede Idee für eine PR Kampagne kommt als Geistesblitz daher. Oft ist es durchdachte und kreative Arbeit damit eine Konzeption, so individuell wie das Unternehmen für welches sie gedacht ist, ausfällt.

Die Aufmerksamkeit der Zielgruppe ist das anvisierte Ziel, um nicht im Meer Informationsangebote online wie offline unterzugehen. Jens-Uwe Meyer gibt seinen Lesern von „Kreativer PR“ Techniken an die Hand, um spannende und einzigartige Geschichten rund um Unternehmen, Produkte und Personen zu entwickeln, auch wenn diese auf den ersten Blick nicht sensationsverdächtig daherkommen. So widmet er sich auch im ersten Kapitel dem Thema Hindernissen und Stolpersteinen auf dem Weg zur Aufmerksamkeit der Zielgruppe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Digest (Lesehinweise)

### 20+ Ideen, Mitarbeiter zu motivieren

Jeder möchte geschätzt werden. Das gilt für Manager ebenso wie für Mitarbeiter. Selbst wenn es den Anschein hat, wir wären unabhängig und selbstständig, brauchen wir andere zur Stärkung unseres Selbstwertgefühls. Dennoch nutzen viele Manager die potenzielle Kraft von Anerkennung und Belohnung nicht. Und das, obwohl 33 Prozent der Manager sogar sagen, dass sie selbst lieber in einem Unternehmen arbeiten, in dem sie mehr Anerkennung erhalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Internes - aus der Redaktion

### PR-Jobbörse boomt mit einem Plus von 32 Prozent

Das Stellenportal vom PR-Journal belegt mit seiner Halbjahresbilanz den Konjunkturaufschwung in der PR-Branche. Social Media ist als Kernkompetenz in den Stellenausschreibungen angekommen. 316 Stellenangebote sind bis Ende Juni 2011 in der PR-Jobbörse veröffentlicht und damit 32 Prozent mehr als noch im Vorjahreszeitraum. Im Gegensatz zu den großen Multijobbörsen gelangen Besucher der PR-Jobbörse mit nur zwei Klicks zu relevanten Angeboten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## 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 (62)

### Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:  
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

### Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:  
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

## Agenturen

Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)

Junior-PR-Berater (m/w) in Healthcare-Agentur, Hannover

Senior-PR-Berater (m/w), Berlin

PR-Mitarbeiter Fashion / Events (m/w), Düsseldorf

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications, Hamburg

Heidelberger Agentur sucht kreativen PR-Berater (m/w)

Investor- und Public Relations-Berater (w/m), Hamburg

Consultant für Topcom Communication (GPRA), Frankfurt

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

## Unternehmen

Texter / Redakteur (m/w), Köln

Leiter (m/w) Technical Corporate Communication, Esslingen a. N.

Online-Redakteur (m/w), Stuttgart

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, 18. Juli 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.336 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 Karte 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.