

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 310 / 42. KW 2011

Seite 1

Selbstbestimmt – In sieben Schritten vom Arbeitnehmer zum Gründer

Vor kurzem hatten wir hier im Blog ein Zitat von Mark Twain, der Tenor "Verlasse den sicheren Hafen, erforsche, träume, entdecke." Manche Arbeitnehmer träumen ein Leben lang davon, sich selbstständig zu machen. Der eigene Chef sein, unabhängig von Firmenregeln und festen Arbeitszeiten – so stellen sich viele die Selbstständigkeit vor. Dennoch wagen die wenigsten den Schritt und verlassen – um im Bild zu bleiben – den sicheren Hafen. Zu groß scheinen die Risiken und die damit verbundene Unsicherheit. Doch der Wechsel vom Arbeitnehmer zum Gründer ist möglich. Wir haben sieben Schritte für Sie zusammengestellt. Den Artikel von Christian Müller am 18. Oktober in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Wer wird 2012 Kommunikations-Chef der Deutschen Bank?

Wenn im Mai 2012 Anshu Jain und Jürgen Fitschen Josef Ackermann an der Spitze des Vorstands der Deutschen Bank ablösen, wird auch der Kommunikationschef des Geldinstituts gehen. Wie es in Unternehmenskreisen heißt, will zum 1. Mai auch Stefan Baron, bis zu seinem Wechsel in die Öffentlichkeitsarbeit Chefredakteur der "Wirtschaftswoche", das Haus verlassen. Die Personalberatung Egon Zehnder International soll bereits mit der Suche nach einem Nachfolger beauftragt worden sein. Der neue Sprecher soll offenbar ebenfalls aus dem Journalismus kommen. Besonders häufig wird in diesem Zusammenhang der Name von Gabor Steingart genannt, seit 2010 Chefredakteur des "Handelsblatts". Steingart sagt, mit ihm habe bisher niemand gesprochen. Er sei Vollblutjournalist und mit seinem Job sehr zufrieden. → abendblatt.de

Personalien compact (20) (42.KW-2011)

AGENTUREN:

01: raumbrand, Agentur für synaptische Markenführung in München, hat drei neue Mitarbeiter: **Bianca Bartsch** (29) verstärkt als Consultant das Team, sie war zuvor bei der Agentur Schäfer PR & Marketing in Heidelberg als PR-Beraterin tätig. **Zvonimir Paser** (35) übernimmt Aufgaben im Bereich Lifestyle-PR, er war zuvor



Geschäftsführer/Marketing- und PR-Manager seiner Agentur Paser Communications in Stuttgart. **Siegfried Wengler** (42) kommt als Head of Live Kommunikation in das Führungsteam, er war zuvor unter anderem bei den argonauten in Düsseldorf und zuletzt als Geschäftsführer bei Plan it in Unterhaching tätig.

02: **Jeremy Gloor** (30) und **Patricia Mariani** (26) ergänzen per sofort das Berater-Team von Primus Communications in Zürich (CH). Gloor arbeitete nach seinem Studium der Medien und Kommunikationswissenschaften in den vergangenen vier Jahren als Journalist in Zürich (CH). Mariani ist studierte Übersetzerin und war zuletzt als Junior-Media-Officer in den Bereichen Redaktion, Medienanfragen und Events bei Swiss International Air Lines in Zürich (CH) tätig. Sie folgt auf **Markus Schlumpf**, der die Agentur Ende Oktober verlässt.

03: **Andreas Moll** (31) ist neuer PR-Consultant bei PPR Media Relations in Zürich (CH). Der diplomierte Tourismusfachmann und war die letzten vier Jahre für Kuoni Reisen in Zürich (CH) tätig. Er folgt auf **Sandra Donat**, die in die Elternzeit gegangen ist. **Sebastian Schneider** (26) absolviert ein einjähriges Praktikum und wird im Sommer 2012 sein Studium in Betriebsökonomie mit Fachrichtung Marketing an der FHS St. Gallen abschliessen.

04: **Angela Liedler** (48) erklärt nach 14 Jahren Leitung ihrer auf medizinische Themen spezialisierten Agentur in Köln ihren Rückzug

aus der Kommunikationsbranche. Im Jahr 2009 verkaufte Liedler sämtliche Unternehmensanteile an inVentiv Health – den Eigentümer von GSW Worldwide. Die Ärztin wird jetzt als CEO für die Medizintechnikfirma Precisis in Heidelberg tätig.

05: **Jennifer Schulz** (31) hat in Hamburg die Kommunikationsagentur Schulz&gut. (S&g.) mit Schwerpunkt PR-Redaktion und Medienproduktion gegründet. Zuvor war sie bei verschiedenen Hamburger PR-Agenturen beschäftigt und als freie Journalistin und Autorin tätig.

06: **Hans Joachim Schottmüller** (57) hat M consulting für die Medien und Kommunikationsbranche in Köngen gegründet. Der Medienexperte hat über 30 Jahre Verkaufs- und Marketingerfahrung unter anderem bei Gruner + Jahr und Burda sowie Motorpresse Stuttgart.

07: **Barbara Freitag** (21) verstärkt die PR-Agentur Aigner PR in Wien (AT). Nach einem erfolgreich absolvierten zweimonatigen Praktikum im Sommer dieses Jahres beginnt sie ihre berufliche Laufbahn nun als PR-Assistentin.

UNTERNEHMEN:

08: **Gerald Kahlke** (36) ist neuer PR Manager Northern Europe bei Automobili Lamborghini in Sant'Agata Bolognese (IT). Er kommt von Ferrari in, wo er seit November 2008 tätig war, zuletzt als Ansprechpartner im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Central/East Europe in Wiesbaden. Bei Lamborghini folgt er auf **Raffaello**



Porro, der die Position als Kommunikationsdirektor kommissarisch geleitet hat.

09: **Marco Rauer** übernimmt bei Across Systems in Karlsbad die Leitung der zentralen Marketing-Abteilung, zu seinen Aufgaben gehören auch Public Relations und der Ausbau der digitalen Kommunikationswege und -prozesse. Zuvor verantwortete der Diplom-Betriebswirt (Marketing) über vier Jahre hinweg als Leiter das länderübergreifende Online Marketing bei L'Tur Tourismus in Baden-Baden.

10: **Barbara Sommerhoff** (54) übernimmt die Leitung des neu geschaffenen Bereichs "Interne Unternehmenskommunikation" bei TUfly in Hannover. Die Journalistin war zuletzt Mitinhaberin der Kommunikationsagentur Schwill Sommerhoff in Hamburg. Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Fluggesellschaft TUfly wird unverändert von **Jan Hillrichs** verantwortet.

11: **Ingrid Krenn-Ditz** (46) übernimmt im November die Leitung der Public Relations-Abteilung der Raiffeisen Bank International (RBI) in Wien (AT). Die vormalige Leiterin European Affairs der Erste Group Bank in Wien (AT) ist seit Dezember 2010 Eigentümerin der larchmont Kommunikationsberatung in Wien (AT).

12: **Michael C. Schmitt** (36) verantwortet als Public Relations Manager ab sofort die gesamten Aktivitäten im Bereich der externen und internen Unternehmenskommunikation von digital publishing in München. Der geprüfte PR-Berater/PR-Referent (DPRG) war zuvor PR Consultant bei F & H Porter Novelli in München.

13: **Martin Hehemann** (47) wird am 1. Januar 2012 die Leitung des neuen Bereichs "Group Communication & Brand Management" bei der Uniqa Group Austria in Wien (AT) übernehmen. Der gelernte Wirtschaftsjournalist leitet derzeit

DEUTSCHE PRESSEAKADEMIE
STUDIUM • SEMINARE • TAGUNGEN

TAGUNG
CORPORATE MEDIA
8. UND 9. DEZEMBER 2011, BERLIN
GEZIELT. INNOVATIV. REALISIERBAR

- ZIELGRUPPENANALYSE UND MEDIEN-
AUSWAHL AN NEUE HERAUSFORDERUNGEN
ANPASSEN
- CORPORATE MEDIA-INNOVATIVLÖSUNGEN
IN BEST CASES KENNENLERNEN
- INNOVATIONEN ANWENDEN

JETZT ANMELDEN!
FRÜHBUCHERRABATT
BIS 11. NOVEMBER
2011

WWW.TAGUNG-CORPORATEMEDIA.DE

noch den Bereich Corporate Communications bei Austrian Airlines in Wien (AT).

14: **Andreas Fischer** (45) hat die Leitung der Abteilung Presse und Public Relations von DATEV in Nürnberg übernommen. Er kommt von Siemens, wo er in verschiedenen leitenden Kommunikationsfunktionen tätig war. Fischer löst damit **Peter Willig** (65) ab, der in den Ruhestand getreten ist.

15: **Natalie Schneider** (32) verantwortet als PR-Managerin die strategische und operative Medien- und Öffentlichkeitsarbeit von posterXXL in München. Sie war zuletzt Unternehmenssprecherin beim Touristikunternehmen Comvel, der Betreibergesellschaft des Reiseportals weg.de, in München.

16: **Petra Brandes** (42) ist als Vice President Media Relations bei BlackRock in Frankfurt am Main zuständig für die Kommunikation in Europa, Mittlerer Osten und Afrika. Zuvor war sie seit 2006

Senior-Beraterin bei NewMark
Finanzkommunikation in Frankfurt am Main.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

17: **Judith Hens** (38) verantwortet den Bereich Corporate Media Management in der Stabstelle Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Zentrale der BBT-Gruppe (Barmherzige Brüder Trier) in Koblenz. Zuvor arbeitete sie seit 1999 beim Südwestrundfunk als Autorin und Redakteurin für verschiedene Sendungen des SWR Fernsehens sowie in der Pressestelle des Senders.

18: **Beate Bößl** (41) ist bei der IHK Osnabrück/Emsland/Grafschaft Bentheim in der Öffentlichkeitsarbeit tätig. Sie hat beim Wirtschaftskrimi-Wettbewerb des Verlags "Frankfurter Allgemeine Buch" Platz eins belegt.
→ nwzonline.de

POLITIK UND BEHÖRDEN:

19: **Peter Minder** (55) wird am 1. Februar 2012 neuer Kommunikations-Chef des Eidg. Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS) in Bern (CH). Er war zuvor 26 Jahre als Sportjournalist beim Schweizer Fernsehen SF tätig, zuletzt als Produktionsleiter und Live-Kommentator. Minder folgt auf **Jean-Blaise Defago**, der zum persönlichen Mitarbeiter des Departementschefs berufen worden war und derzeit die Kommunikation des VBS ad interim führt.

20: **Kathrin Störzner** übernimmt die Position und Aufgaben der Pressesprecherin und Leiterin Öffentlichkeitsarbeit der CDU-Fraktion im Brandenburger Landtag in Potsdam. Die frühere Journalistin arbeitete zuvor als

- 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

Kommunikationsberaterin und Projektleiterin für Öffentlichkeitsarbeit bei Hill & Knowlton Communications in Berlin.

Etats

Ausschreibung: Redaktion und Produktion des Mitarbeitermagazins der Feuerwehr Hamburg

Die Feuerwehr Hamburg gibt viermal jährlich das gedruckte Mitarbeitermagazin „Löschblatt“ heraus und stellt dieses im Internet einem erweiterten Leserkreis zur Verfügung. Beschafft werden sollen die redaktionelle Aufarbeitung, das Layout der Beiträge der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sowie die Herstellung von im Regelfall viermal jährlich 5.000 Exemplaren mit je 27 Redaktionsseiten im angebotenen Layout einschließlich Anlieferung der

gedruckten Exemplare beim Auftraggeber.
 Schlusstermin der Angebotsabgabe: 07.
 November 2011, 14:00 Uhr; die Angebote
 werden nicht verlesen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (42.KW-2011)

01: Ungarisches Tourismusamt
 Deutschlanddirektion, Berlin
 was: *PR-Arbeit in Deutschland*
 an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

02: Wollnikom, Korschenbroich
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **Schwartz Public Relations**, München

03: Gebr. Sanders, Bramsche
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **ursula reimers consulting & communications**, Hamburg

04: Deutsche Postbank, Bonn
 was: *Postbank Pressedienst, eine Service-Publikation für Journalisten*
 an: **Schulz&gut. (S&g.)**, Hamburg

05: Fonds der Chemischen Industrie im Verband
 der Chemischen Industrie, Frankfurt am Main
 was: *Erstellung einer Informationsserie zum Themenkomplex Chemie und Energie*
 an: **Flad & Flad Communication Group**, Heroldsberg

06: Sage Software, Frankfurt am Main
 was: *strategische und operative Medienarbeit, Fach- und Wirtschafts-PR sowie Social Media.*
 an: **Storymaker**, Tübingen

07: NV-Versicherungen, Neuhaulingersiel
 was: *Kommunikationsauftritt auf der Fachmesse*



für die Finanz- und Versicherungswirtschaft DKM
 an: **Kommuniqationz**, München

08: Manfrotto Distribution
 was: *Pressearbeit und Online-Kommunikation in Deutschland, Umsetzung der weltweiten Roadshow "Interactive Photo Lab"*
 an: **MSL Germany (GPR)**, Berlin

09: Cartier, Paris (FR)
 was: *PR-Arbeit in Österreich*
 an: **PrimeRose Public Relations**, Wien (AT)

10: Maisons du Monde, Vertou Cedex (FR)
 was: *Unternehmens-, Marken- und Produkt PR in Deutschland*
 an: **Blume Public Relations**, Hamburg

11: Bundesamt für Strassen (ASTRA), Filiale Winterthur (CH)
 was: *Kommunikation rund um die Erneuerung des Autobahnabschnitts der A1 zwischen Rheineck und St. Margrethen im Kanton St. Gallen*
 an: **Prime Communications**, Zürich (CH)

12: Farrow & Ball, Dorset (GB)

was: *Kommunikation im deutschen Markt*

13: Hardenberg Wilthen, Nörten-Hardenberg

was: *mediale Positionierung der Marke Wilthener Goldkrone*

an: **Segmenta PR**, Hamburg

Branche

Der schöne Schein des Krieges: Das neue Militärhistorische Museum der Bundeswehr in Dresden ist eröffnet

Alles ist für eine gute Party vorbereitet. Eine perfekt designte Location. Mit Daniel Libeskind kümmert sich ein internationaler Spitzenarchitekt um das richtige Look & Feel und mediale Aufmerksamkeit. Ein 60 Mio. Euro schwerer Etat, mit dem man wirklich etwas anfangen kann. Und mit Dresden nicht zuletzt ein prominenter Standort, der wie kaum ein anderer in Ort in Deutschland Synonym für die zerstörerische Gewalt des Krieges ist. Am vergangenen Wochenende öffnete unter großer Anteilnahme von Bevölkerung, politischer Prominenz und Medien das neue Militärhistorische Museum der Bundeswehr (MHM) in der Dresdner Albertstadt, ehemals eine der größten Kasernenanlagen in Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

The Third Club: Marketing und Kommunikation brauchen eine Revolution

Begleitet von zahlreichen Statements auf YouTube, Twitter, Facebook, Google+ und in verschiedenen Blogs der Gründungsmitglieder ist heute **“The Third Club” an die Öffentlichkeit**

- Anzeige -



Interne Kommunikation zwischen Change Management, Employer Branding und Enterprise 2.0 – droht die Überforderung?

Dieser Frage gehen die Referenten der nächsten K2-Tagung am 23. und 24. November in Düsseldorf nach. Experten aus Unternehmen und Wissenschaft bewerten das Potential von Social Media für die Interne Kommunikation, erklären wie Kommunikatoren die zunehmenden Change-Prozesse begleiten können und welche Schnittstellen an Bedeutung gewinnen.

Es sprechen u.a. Matthias Merderacke (Schaeffler Gruppe), Ina Quilling (Deutsche Postbank), Jan Runau (adidas Group), Birgit Ziesche (Henkel).

www.k2-gipfel.de

getreten. Mirko Kaminski (achtung!) nutzte sein YouTube-Format “Auf ein Wort vorm Regal” für ein Wort über den neuen Club: “Lasst uns das Unkonventionelle wagen”, fordert er und klärt auf, warum er “The Third Club” mitgegründet hat. Zu den Initiatoren zählen unter anderem Hubertus von Lobenstein (Aimaq von Lobenstein), Thomas Koch (Craft & Vision), Tapio Liller (Oseon) und Elke Wiedmaier (Management Forum Starnberg). → aktuell.indukom.de

Mittelstand geizt am Budget für seine Berater

Welches Rollenverständnis haben Kommunikationsberater im Mittelstand – und passt ihre Herangehensweise zu den Bedürfnissen der Kunden? Um das herauszufinden, hat das Institut

für Kommunikation im Mittelstand (IfKiM), Düsseldorf in Zusammenarbeit mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin zwischen Juli und September rund 100 Kommunikationsberater und gut 50 Kommunikatoren in mittelständischen Unternehmen befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Christoph Sieder von Lanxess ist Deutschlands Unternehmenssprecher des Jahres

240 Wirtschaftsjournalisten benoteten im Auftrag des "Wirtschaftsjournalist" die Arbeit der wichtigsten Unternehmenssprecher Deutschlands. Auf Platz eins wurde in diesem Jahr Christoph Sieder von Lanxess geehrt. Auf Platz zwei liegt Toni Melfi von Audi. Martin Büllsbach (Bilfinger Berger) und Michael Schade (Bayer) erreichten gleichauf Platz drei.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

GPRA-Vertrauensindex Q3/2011: Verbraucher verlieren Vertrauen in die deutsche Wirtschaft

Das Vertrauen der Deutschen in die Wirtschaft ist im Vergleich zum 3. Quartal 2010 deutlich zurückgegangen: Im Jahresvergleich sinkt das Vertrauen in Branchen und Industriezweige durchschnittlich um rund 5,5%. Dies belegt der repräsentative GPRA-Vertrauensindex für das 3. Quartal 2011, der in Kooperation mit TNS-Emnid erhoben wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost
Handelsblatt
Frankfurter Allgemeine Zeitung
WELT
FINANCIAL TIMES
DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchive und Wirtschaftsinformationen

Die PMG hat jetzt, was sich viele Kunden schon lange wünschen: den Zugriff auf die Archive wichtiger deutscher Zeitungen und Zeitschriften. Das macht neugierig, oder?

Einfach klicken und kennenlernen.

Branche compact (5) (42.KW-2011)

01: **Die Notwendigkeit, PR-Arbeit auszuwerten,** ist in der Praxis unumstritten. Schließlich kann ein Unternehmen seine Kommunikationsmaßnahmen nur dann verbessern, wenn klar ist, ob und wie die PR-Aktivitäten tatsächlich wirken. Doch gerade im Bereich kleiner und mittlerer Etats wird die Evaluation von Kommunikation vernachlässigt. Die Kosten für eine umfassende Analyse und Bewertung der PR-Arbeit stehen oftmals in keinem angemessenen Verhältnis zum Gesamtbudget. Dieser Problematik hat sich die Essener PR-Agentur vom stein gestellt: Ab sofort profitieren vom stein-Kunden vom MeasurementMAX, einem speziell entwickelten PR-Evaluationstool, das Presse-Veröffentlichungen sowohl quantitativ als auch qualitativ auswertet und somit auch kleine und mittelständische Unternehmen auf den kommunikativen Erfolgskurs führt. Der neue Auswertungsservice kann auch projektweise beauftragt werden.

02: Der Verein für Professionelle Interne Kommunikation (prikom) hat in Berlin die **Studie zur Internen Kommunikation "IK-Check 2011"** veröffentlicht. Wichtigste Erkenntnis der Studie: Social Media spielt in der Internen Kommunikation deutschsprachiger Unternehmen noch eine untergeordnete Rolle. Der mediale Hype hat sie bisher nicht erreicht. So beurteilt die Mehrheit der befragten IK-Manager die Bedeutung von Social Media als gering und ist gespalten im Hinblick auf deren zukünftigen Einsatz. Aktuell dominieren klassische Instrumente wie E-Mail, Intranet und Mitarbeiterzeitung die Interne Kommunikation. Die neuen Medien wie Blogs, Twitter, Wikis und Podcasts rangieren am unteren Ende der Skala. → prikom.de

03: Mit den Public Relations Newcomers Austria (prNa) wurde in Wien eine **neue Anlaufstelle für den PR-Nachwuchs in Österreich** vorgestellt. Die aktuelle PRVA-Verbands-Tochter soll Branchen-Neulinge fördern und eine Art Kaderschmiede für die PR-Ausbildung werden. Die Public Relations Newcomers Austria wenden sich mit Netzwerk-Tipps, Job-Angeboten, sowie Veranstaltungen, Diskussionsrunden und Vorträgen an PR-Newcomer (StudentInnen, Lehrlinge und JobeinstiegsInnen) unter 30. In den nächsten Wochen wird an einem detaillierten Programm für 2012 gearbeitet und ein Kick Off-Event findet auch noch statt. → prva.at

04: Bitteres Ende für eine ehemals schillernde Agentur und Hamburger Lokalgröße: **Grendel & Henke Public Relations hat beim Amtsgericht Hamburg Insolvenz angemeldet** (Az 67a IN 359/11). Das meldet der "Kontakter" in seiner aktuellen Ausgabe. Demnach soll der Hamburger Rechtsanwalt Achim Ahrendt als Insolvenzverwalter die im Jahr 1999 gegründete PR- und Event-Agentur retten. Grund für die finanzielle Schieflage der Agentur sollen

Initiatoren:
Prof. Dr. Lothar Rolke
Prof. Dr. Oliver Kaul

2. FORSCHUNGSCAMP
MARKETING & KOMMUNIKATION

WEB RELATIONS &
SOCIAL MEDIA
EXCELLENCE

23.11.2011
CAMPUS FH MAINZ
www.forschungscamp.com
www.facebook.com/forschung.mainz

ausstehende Sozialversicherungsbeiträge im sechsstelligen Euro-Bereich sein, die nicht gezahlt werden können, heißt es. → wuv.de

05: Anregungen für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit in den Bereichen Bauen, Wohnen und Architektur gibt die **Branchenbroschüre "Bau PR"** von Heinrich Kommunikation in Ingolstadt. Wirksame Öffentlichkeitsarbeit braucht speziell in der Baubranche Marktkenntnis, technisches Verständnis sowie aktuelles Wissen über Baustoffe, Produkte und Verfahren. Darüber hinaus sind der Zugang zu den Medien und Zielgruppen sowie langjährige Kommunikationserfahrung entscheidende Erfolgsfaktoren. Die Broschüre ist unter heinrich-kommunikation.de kostenfrei erhältlich.

Reputation Management + CSR

Social Entrepreneurship: Mittelstand holt auf

(cw) Mit Millionen engagieren sich Unternehmen Jahr für Jahr für ihre Stiftungen. Ob Bildung, Kultur, Gesundheit, Soziales – das gesellschaftliche Engagement zeigt, dass Wirtschaft und Ethik kein Widerspruch sein müssen, sondern zwei sinnvolle und positive Seiten der gleichen Medaille. Das Engagement führt beispielsweise Kulturen zusammen und leistet einen wichtigen Beitrag, um soziale Unterschiede zu reduzieren. Es sind nicht nur die ganz Großen wie Bertelsmann, Hertie oder Telekom, auch der Mittelstand entdeckt zunehmend sein Potential in der Verantwortung für mehr Balance zwischen der Verantwortung des Einzelnen und dem Blick für das große Ganze – und fördert dort, wo Staat und Politik ihre Grenzen haben. Eben auch zwei sinnvolle Seiten der gleichen Medaille.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Südafrika: Burson-Marsteller übernimmt Arcay Communications

Burson-Marsteller übernimmt die Mehrheit an seinem afrikanischen Exklusiv-Partner Arcay Communications mit Sitz in Johannesburg. Damit reagiert die internationale Agentur für Public Relations und Public Affairs auf die steigende Nachfrage nach Beratungsleistungen in Afrika. Durch diese strategische Investition kann Burson-Marsteller seine Kunden künftig noch besser im wachsenden afrikanischen Markt unterstützen. Arcay Communications ist bereits

- Anzeige -



„Kommunikation und Recht in Zeiten von Stuttgart 21 und Energiewende“ am 16. November 2011 in Düsseldorf

Projekte wie Stuttgart 21 zwingen zum Umdenken bei der Realisierung großer Bau- und Infrastrukturvorhaben. Bürgerbeteiligung ist das Stichwort. Wie schaffe ich Akzeptanz bei kritischen Anspruchsgruppen? Welche Rechtsmittel stehen zur Verfügung? ADVICE PARTNERS und LEINEMANN PARTNER RECHTSANWÄLTE geben einen Überblick über die kommunikativen sowie juristischen Herausforderungen und Instrumente.

seit 2007 exklusiver Partner von Burson-Marsteller und wird als Mitglied des weltweiten Agentur-Netzwerkes unter dem Namen Arcay Burson-Marsteller agieren. Mit Büros in mehr als 50 Ländern ist Arcay Communications seit 20 Jahren einer der führenden PR- und Public Affairs-Berater in Afrika. Die Full-Service-Agentur wurde 2009 vom Branchendienst Holmes Report als beste Agentur des afrikanischen Kontinents ausgezeichnet.

China: MSLGroup stellt Weißbuch für PR und Medienarbeit vor

Einen Überblick über Public Relations in China bietet das neue Weißbuch "PR and the Party the Truth about Media Relations in China", das von Eastwei MSL vorgestellt wurde. PR and the Party untersucht und erklärt die komplexe, dynamische und häufig widersprüchliche Kommunikationslandschaft in China. Ob der Einfluss der Partei auf die

Medien, die Herausforderungen eines zunehmend saturierten Marktes oder das Thema Medien und Korruption: PR and the Party bietet einen aktuellen Einblick in die Herausforderungen für Kommunikatoren. Der Marktanalyse folgt ein Teil mit den wichtigsten Empfehlungen der Experten von Eastwei MSL. Kurzprofile der wichtigsten chinesischen Medien runden das Kompendium ab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

David Weinberger: "Ich hoffe, wir werden vergesslicher"

Draußen vor dem Grandhotel Petersberg nahe Bonn, erklärt gerade eine Reiseführerin einer Gruppe Senioren wie hier der Schah von Persien ein und ausging. Geschichte. Drinnen sitzt Gegenwart und Zukunft in einer Person. Seine Präsenz, sein Denken hat mehr Einfluss auf ihre Gegenwart und die Zukunft ihrer Enkel als die vergilbte Gästeliste des Hotels. David Weinberger, in einer Ecke versunken im tiefen Sofa, tippt ruhig ins Laptop. Beinahe ein Stilleben am Rande der Petersberger Gespräche. So unscheinbar wie das Bild wirkt, so sehr schüttelt der Co-Autor des Cluetrain Manifests immer wieder unsere Sicht auf Kommunikation und Gesellschaft durch. → [off-the-record.de](#)

SocialMedia compact (1) (42.KW-2011)

01: "Behörden Spiegel" goes Social Media. Nutzer der sozialen Netze können nun auch dem "Behörden Spiegel" folgen und in Echtzeit Hintergrundinformationen zu aktuellen Themen erhalten. Unter <http://twitter.com/behordennews> und <http://facebook.com/behordenspiegel>

berichten die Redakteure live aus Redaktion, von Kongressen und Veranstaltungen.

Medien

Medien compact (2) (42.KW-2011)

01: **Deutschlands Wochenblätter sind weiterhin auf Wachstumskurs.** Dies teilte der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) anlässlich seiner Herbsttagung in Aachen mit. Vor über 200 Verlegern, Geschäftsführern und Führungskräften der Anzeigenblattverlage bewertete BVDA-Präsident Helmut Gebauer die Aussichten für das lokale Medium als positiv: „Wir profitieren von dem immer noch recht ansehnlichen Wirtschaftswachstum, das sich auch im Werbemarkt niederschlägt. Über das ganze Jahr gerechnet werden wir branchenweit den Nettowerbeumsatz wiederum steigern können.“ Der Zuwachs werde wie im Vorjahr bei rund zwei Prozent liegen. Damit würden die Anzeigenblattverlage zum dritten Mal einen Nettowerbeumsatz von über zwei Milliarden Euro erzielen. → [bvda.de](#)

02: Der **20. ZeitungKreativ Wettbewerb New(s)comers Best "Wörter sind Schätze. Entdecke sie"** ist am Start. Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft will die Faszination der Sprache in den Mittelpunkt rücken. Der Award richtet sich an Nachwuchskreative in Werbeagenturen, Fachschulen und Universitäten. Aufgabe ist es, Zeitungsanzeigen zu entwickeln, die für die deutsche Sprache werben. Das Briefing und alle Details zum Wettbewerb sind online abrufbar. Die Entscheidung im New(s)comers Best Award trifft eine erfahrene Fachjury aus ADC-Mitgliedern (Art Directors Club für Deutschland) und Vertretern aus Unternehmen, Zeitungsverlagen sowie Hochschulen. → [woertersindschaetze.net](#)

Services + Tipps

Kienbaum-Studie: Die Mitarbeiter zu fragen, zahlt sich aus

Den Mitarbeitern ein offenes Ohr zu schenken, zahlt sich aus. Das hat die Studie Engagement-Trend 2011 ergeben, für die die Managementberatung Kienbaum jüngst 160 deutsche Personalern befragt hat. Laut der Kienbaum-Studie wurden in fast allen Unternehmen auf Basis solcher Mitarbeiterbefragungen Veränderungen angestoßen, die von den Mitarbeitern im Nachgang auch überwiegend positiv bewertet wurden. 58 Prozent der Befragten führen Veränderungen bei der Fluktuation auf die aus der Mitarbeiterbefragung abgeleiteten Maßnahmen zurück, bei Arbeitszufriedenheit und Unternehmenskultur sind es jeweils 56 Prozent. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kontrolle, Kontrollverlust und Corporate Identity

54,9 Prozent der Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und Behörden scheuen den Einsatz von Social Media aus Angst vor Kontrollverlust. Eine Zahl aus der Social Media Governance Studie 2011, die in dieser Höhe vielleicht überrascht. Bleibt die Frage, was denn nun hinter dieser Angst vor dem Kontrollverlust steckt? Zumal der Terminus „Kontrollverlust“ nicht weiter definiert wird. Dadurch bleibt die Angst vor dem Kontrollverlust erst einmal so diffus wie die Angst vor der Dunkelheit. Eigentlich weiß man nicht so genau, wo vor man Angst hat. Kontrolle kann man aber nur dort verlieren, wo man sie (vermeintlich) hat. Und schaut man sich in dieser Hinsicht die Art an, wie in vielen Unternehmen Kommunikation organisiert ist,

dann stößt man schnell auf einen umfassenden Kontroll- und Freigabeprozess für alle Text-, Ton und Bilddokumente. Erst wenn alles bis zum letzten i-Punkt der Corporate Identity entspricht, erfolgt die Freigabe.

Den Artikel von Markus Neubert, freier Kommunikationsberater am 13. Oktober im Blog "pr im wandel" von Thomas Mavridis [hier online weiterlesen](#).

Service compact (6) (42.KW-2011)

01: Bei der Auswahl neuer Mitarbeiter informiert sich gut die Hälfte (52 Prozent) aller Unternehmen im Internet über Bewerber. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM unter 1.500 Geschäftsführern und Personalverantwortlichen ergeben. Im Vergleich zur Befragung im Vorjahr ist der Anteil leicht um 3 Prozentpunkte gestiegen. Laut der BITKOM-Umfrage nutzen 49 Prozent der Firmen Internet-Suchmaschinen, um Informationen über Bewerber zu gewinnen. Ein Fünftel (21 Prozent) recherchiert in sozialen Online-Netzwerken, die einen beruflichen Schwerpunkt haben, zum Beispiel Xing oder LinkedIn. 19 Prozent aller Unternehmen suchen auch in sozialen Online-Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ, die eher für die Kontaktpflege im privaten Umfeld genutzt werden. → bitkom.org

02: Verbraucher reagieren aktuell sensibel auf einzelne Leistungsdefizite von Unternehmen. Während klassische Servicedimensionen wie Freundlichkeit vielfach neue Spitzenwerte erreichen, verlieren diese langjährigen Treiber gleichzeitig an Schubkraft für Steigerungen der Globalzufriedenheit und Kundenloyalität. Fehlen Kundenvorteile wie attraktive Ökostromtarife, einfache Nutzung des Onlinebanking, Beratung bei Internetvertrieb oder Kostenairbag bei Mobilfunkanbietern, gilt dies bei Verbrauchern als schlechter Service und führt zu Unzufriedenheit.

Die Branche "Banken und Sparkassen" gehört im Kundenmonitor Deutschland 2011 zu den Zufriedenheitsverlierern. Zu den Gewinnern im Kundenmonitor Deutschland 2011 gehört die Mobilfunkbranche. → servicebarometer.net

03: Unter dem Eindruck der anhaltenden Diskussionen über eine Rettung Griechenlands, sowie die verschärfte Schuldensituation in Frankreich und Italien haben die **europäischen Verbraucher wieder deutlich verunsichert**. Dies ist eines der Ergebnisse des **GfK Konsumklima Europa**, das einen Überblick über die Entwicklung von Konjunktur- und Einkommenserwartung sowie der Anschaffungsneigung der Konsumenten in Bulgarien, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Italien, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien und der Tschechischen Republik gibt. Diese zwölf Länder umfassen rund 80 Prozent der Bevölkerung der 27 EU-Staaten. → gfk.com

04: Der langfristige Trend einer nachhaltigen Imageverbesserung des öffentlichen Dienstes hält an. Das geht aus der aktuellen **"Bürgerbefragung öffentlicher Dienst 2011"** hervor, die das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag des dbb beamtenbund und tarifunion zum fünften Mal durchgeführt hat. "Je stärker globale Krisen die Bürgerinnen und Bürger verunsichern, desto mehr Vertrauen setzen sie in die Verlässlichkeit und Qualität staatlicher Dienstleistungen", erklärte dbb Bundesvorsitzende Peter Heesen bei der Vorstellung der Umfrage. Weit unten in der Gunst der Befragten befinden sich Werber und Journalisten. → dbb.de

05: Ab sofort enthält die **Datenbank "Stamm Impressum"** des Essener Stamm-Verlages ein **neues Feld "Soziale Netzwerke"** mit Informationen z.B. zu Twitter und Facebook.

Derzeit sind bereits 5.000 Verknüpfungen zu sozialen Netzwerken hinterlegt. → www.stamm.de

06: Der Bonner Festland Verlag meldet für Ende Dezember die Auslieferung des neuen Oeckl, des **Taschenbuchs des öffentlichen Lebens Deutschland 2012**. Diesmal als Buch mit Datenbankzugang und als CD-Rom. → www.oeckl.de

...und dann noch das:

Im Kampf um das beste Smartphone gerät Apple gegen Google's Android Betriebssystem immer weiter ins Hintertreffen. Immerhin: Mit dem iPhone 4S hat der Mac-Konzern jetzt ein Handy am Start, das sprechen kann. **Siri heisst die elektronische Assistentin**, die mehr kann, als einfach nur passiv Befehle entgegenzunehmen. Siri ist schlank, smart und ganz und gar nicht auf den Mund gefallen. Manchmal jedoch kommt es zwischen uns zu kleineren Meinungsverschiedenheiten... → gutjahr.biz

Termine + Tagungen

Checkpoint political consulting 2011

Nur noch vier Wochen bis zum 06. Checkpoint political consulting: Vernetzen Sie sich am 18. November 2011 in Berlin mit anderen Young Professionals, lernen Sie die führenden Unternehmen dieser Branche kennen und gewinnen Sie Einblicke in den Arbeitsalltag der Politikberatung. Lernen Sie interessante Menschen kennen, erarbeiten Sie gemeinsam mit den Profis eine Kampagne, und knüpfen Sie wichtige Kontakte für Ihre Zukunft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (4) (42.KW-2011)

01: **Die Online-Welt wird nicht einfacher.** Ob Googles Panda, Cloud, Real-Time Bidding, Behavioural Targeting oder Gamification: Hinter vielen Marketing-Trends verbergen sich zunehmend komplexe Algorithmen, die für die „Allrounder“, die in der Regel in Unternehmen die Kommunikation verantworten, kaum noch zu durchschauen sind. Dazu scheint das Tempo, in dem sich die Marketing-Manager den Veränderungen anpassen müssen, kontinuierlich zu steigen. In der Folge sind Expertenwissen, Praxisbeispiele und individuelle Beratung von erfahrenen Anbietern und Anwendern rund um E-Mailing, SEO/SEM und Usability gefragt wie nie. Darauf reagiert die Messe Frankfurt mit der **Verlängerung der Email-Expo, Search-Expo und UX-Expo auf zwei Tage.** Am 24. und 25. April 2012 erwartet die Besucher in den drei spezialisierten Fachforen noch mehr Antworten und Tipps von professionellen Partnern. → messefrankfurt.com

02: Setzt man sich heutzutage mit aktuellen Entwicklungen in der Kommunikationswelt auseinander, kommt man an Schlagwörtern wie facebook, google+, youtube, Twitter, Web 2.0, Weblogs, Social Media nicht vorbei. Viele Unternehmen fragen sich, ob sie diesen Kommunikationsweg gehen müssen oder nicht: Was können Unternehmen mit Social Media erreichen? Wie können die Abteilungen Marketing, Public Relations, Human Resources, Vertrieb etc. diese sozialen Medien nutzen? Sind die eigenen Zielgruppen über Social Media erreichbar? Kann man im Sozial Media-Bereich Neukunden gewinnen? Diese und weitergehende Fragen diskutieren Social-Media-Fachleute bei dem **Corporate-Publishing-MedienMittwoch** mit Kommunikationsverantwortlichen von Unternehmen **am 09. November im Kurhaus Bad Homburg.** → medienmittwoch.de

03: Das von Google geförderte **Forschungsinstitut für Internet und Gesellschaft** steht unmittelbar vor dem Start. Feierlich eröffnet wird es am 25. Oktober 2011 im Beisein von Bundesjustizministerin Sabine Leutheusser-Schnarrenberger, den Präsidenten der Partnerinstitutionen und Google-Vorstand David C. Drummond in der Humboldt-Universität zu Berlin. Dort wird auch der Sitz des neuen Instituts sein, das nach dem Wissenschaftler und Naturforscher Alexander von Humboldt (1769-1859) benannt wird. Im Anschluss an die Eröffnung veranstaltet das "Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft" **vom 26. bis 28. Oktober sein erstes Berliner Symposium unter dem Titel "Exploring the Digital Future".** → internetundgesellschaft.de

04: Die Leiter des DPRG-Arbeitskreises CSR Kommunikation Martina Hoffhaus und Riccardo Wagner und der Pressesprecher der IHK Bonn/RheinSieg Michael Pieck laden zum **Vortrag mit Diskussion ein: CSR: Brauchen wir eine gesetzlich verankerte Transparenzpflicht für Unternehmen?** Die Träger der aktuellen Transparenzinitiative sind die beiden zivilgesellschaftlichen Bündnisse Supermarktinitiative (25 Organisationen) und CorA (Corporate Accountability, 50 Organisationen). Die Hauptreferentin Franziska Humbert, die mit ihrem Verband Oxfam Deutschland zu den Absenderinnen der Initiative gehört, wird am 16. November in Bonn Ziele, Hintergründe und Forderungen des NGO-Zusammenschlusses erläutern. → dprg.de

Ausbildung + Seminare

Ausbildung compact (3) (42.KW-2011)

01: **Die Leipzig School of Media schreibt mit der feierlichen Semestereröffnung 2011 ein kleines**

Stück Kommunikationsgeschichte: Mit der Exmatrikulation der Studienjahrgänge 2009 wurden auch die ersten Absolventen des Masters Corporate Publishing verabschiedet. Der berufsbegleitende Studiengang startete 2009 als europaweit erster Master im Bereich Corporate Publishing. In den vergangenen zehn Jahren hat sich mit Corporate Publishing ein neues Berufsfeld etabliert, das sich der Mittel des Journalismus, der Public Relations und des Marketings bedient. Dabei entstehen hochwertig gestaltete Unternehmenspublikationen, die die Qualität journalistischer Produkte besitzen. Wer Interesse an einem Masterstudiengang Corporate Publishing hat, kann bereits jetzt als sogenannter 'Modulkursbucher' an Veranstaltungen des Studiengangs teilnehmen und sich diese bei Studienbeginn anrechnen lassen. → leipzigschoolofmedia.de

02: **Die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design, lädt vom 7. bis 9. November zum Probestudium ein.** Teilnehmerinnen und Teilnehmer erhalten im TRYba einen umfassenden Einblick in die Studieninhalte und Studienatmosphäre. Interessierte können sich wahlweise für den Bachelor-Studiengang Marketingkommunikation oder Kommunikationsdesign anmelden. Wer seine Zukunft in den Bereichen Marketing, Kommunikation oder Design sieht, kann im Rahmen des TRYba erste Erfahrungen sammeln und seine Fähigkeiten ausprobieren. Die Teilnehmerzahl ist auf 25 Personen begrenzt. Anmeldung unter design-akademie-berlin.de

03: Die **scm** bietet im Herbst 2011 noch ein breite Auswahl an **Seminaren im Bereich PR, Social Media und Interne Kommunikation in Düsseldorf, Frankfurt am Main, München und Berlin** an, so z.B. "Professionelle PR-Konzepte" vom 21.- 22.11. 2011 in Berlin, "Wie generiere ich Content für Social Media? Von der Strategie

zur Praxis" am 25.11. 2011 in Düsseldorf und "Reden schreiben" am 5.12. 2011 in Frankfurt. Das gesamte Seminarprogramm finden Sie (auch für 2012) unter: www.scmonline.de

Kommentare

Guter Strom, böser Strom, dummer Verbraucher

Viele von Ihnen werden sich noch erinnern, an die großen Kästen, die in den Siebzigern in den Häusern auftauchten und mit denen sich Hausbesitzer als besonders clever und innovativ gaben. Kaum einer, der nicht seinen ölverbrennenden Nachbarn stolz die komplizierte Technik seiner Nachtspeicherheizung erklärte. Wie überlegen und weit vorne fühlte sich dieser Trendsetter, dessen Länge der Liste der Vorteile seiner Heizart nicht enden wollte: kein Geld mehr an OPEC und Schornsteinfeger, Partyraum, statt Heizungskeller, wartungsfrei, sauber, effizient. Wem da nicht das Ego schwell, war selber schuld. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Fett und gesund - Confit de Canard

(nsb) Vor rund dreißig Jahren lieferte die Wissenschaft den Beweis: Wer gesund und munter ins Greisenalter kommen will, sollte sich wie ein kretischer Bauer ernähren. Also viel Gemüse und frisches Obst, wenig Fleisch, mehr Fisch, Schafs- und Ziegen- statt Kuhmilchkäse, viele frische Kräuter und Olivenöl statt Butter. Aber schon damals staunten die Experten über ein paradoxes

Phänomen: Denn im Südwesten Frankreichs werden die Menschen ebenso alt und bleiben dabei gesund wie auf der griechischen Insel, obwohl ihre Ernährungsweise der „Mittelmeerdiet“ nicht einmal ähnelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen + Buch-Tipps

Gruhl: Der Ökosomie-Effekt. Wie Marken und Kommunikation widerstandsfähiger werden

Andreas Gruhl: "Der Ökosomie-Effekt. Wie Marken und Kommunikation widerstandsfähiger werden". Verlag: BusinessVillage GmbH, Göttingen. 1. Auflage, Mai 2010, 134 Seiten. Preis: 17,90 Euro. ISBN 978-3-86980-056-1.



Rezension: Carsten Lange, Fürth, Teilnehmer des Fernstudiums von [PR Plus](#), Heidelberg

Betätigt sich ein Unternehmen nachhaltig, hat das in der Regel direkte Auswirkungen auf die Kommunikation. Ein solches Unternehmen hat Interesse daran, dass seine Aktivitäten nach innen und außen hin kommuniziert werden. Welche Chancen und Risiken dabei bestehen, beleuchtet Andreas Gruhl in seinem Buch „Der Ökosomie-Effekt“. „Ökosomie“ ist ein Akronym. Es ist zusammengesetzt aus Silben der Wörter Ökologie, Soziales und Ökonomie, den drei Feldern der Nachhaltigkeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Praxishandbuch "PR im Einzelhandel"

Wer sich als Handelsunternehmen im Wettbewerb profilieren möchte, muss sich als

Marke beim Verbraucher etablieren. Ein wichtiges Instrument zur Markenbildung sind Public Relations. Erstmals führt nun ein Praxishandbuch Händler an die Thematik heran. Public Relations (PR) gewinnen im Multi-Channel-Wettbewerb für Einzelhändler immer mehr an Bedeutung. Sie dienen dazu, das Unternehmen als Marke zu profilieren, Image und Bekanntheitsgrad zu fördern sowie den Abverkauf anzukurbeln. Doch wo fängt man an, und welche Möglichkeiten stehen zur Verfügung?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Der CEO und sein Kommunikationschef: Typologie einer besonderen Partnerschaft



Ein Autorenbeitrag von Wolfgang Griepentrog, Leichlingen

Ein Perspektivwechsel kann gut tun. Wir sehen Top-Manager und Kommunikationsverantwortliche als externe oder interne Betrachter gewöhnlich in ihrer spezifischen Rolle. Wir wissen, welche Qualitäten aus unserer Perspektive einen guten CEO ("Chief Executive Officer") ausmachen und welche Anforderungen an einen Kommunikationschef zu stellen sind. Nach diesen Kriterien messen wir Erfolg und Effizienz im Management. Dabei kommt eine wichtige Facette zu kurz, nämlich das perfekte Zusammenspiel zwischen dem Top-Manager und seinem obersten Kommunikationsprofi.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nachhaltige Offenheit, oder von der Pflicht zum inhaltlichen Grenzübertritt



Ein Autorenbeitrag über das Zusammenwachsen von Produkt- und Unternehmenskommunikation von Thorsten Hebes, München

Kennen Sie die Killerantwort auf jede Innovation, sei sie auch noch so zwingend? Sie lautet: „Oh nö, wir haben das schon immer so gemacht. Warum sollen wir jetzt was ändern? Klappt doch alles.“ Neues macht Angst, ist unbequem und könnte Grenzen überschreiten, die man von jeher mit Zähnen und Klauen verteidigt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Spielregeln für die interne Kommunikation stärken die Glaubwürdigkeit

Langsam, sehr langsam tritt die interne Kommunikation aus dem Schatten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zwar ist der bedeutende Wertbeitrag zum Unternehmenserfolg in den letzten Jahren viel stärker ins Bewusstsein gerückt, aber machen wir uns nichts vor: Interne Kommunikation hat keine starke Lobby. Kommunikationserfolge werden am externen Auftritt gemessen, an einer guten Medienpräsenz und an der Wahrnehmung in der Öffentlichkeit. Fehler in der externen Kommunikation erzeugen Druck auf das Management, Versäumnisse in der internen Kommunikation hingegen nicht. Die Zahl der Publikationen, die das Hohelied der internen Kommunikation singen, steht in merkwürdigem Widerspruch zur gängigen Praxis. Erkennbar ist dies an viel zu geringen personellen und budgetären Ressourcen, aber schlimmer noch: sehr oft werden gerade in schwierigen

Situationen, beispielsweise in Krisen, Restrukturierungen oder Veränderungsprozessen, wenn das Vertrauen und Commitment der Mitarbeiter besonders gefordert sind, deren Kommunikationsbedürfnisse hintangestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 9 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>

ANGEBOTE (71)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

[Online-Redakteur\(in\), Großraum Karlsruhe](#)

[Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater \(m/w\)](#)

[FAKTUM sucht PR-Berater \(m/w\), Heidelberg](#)

[PR Redakteur und Texter \(m/w\), Berlin](#)

PR Freelancer (m/w), München

PR-Berater (m/w), Ruhrgebiet

PR-Juniorberater (m/w), München

PR-Manager/-in Lifestyle, Berlin

PR-Berater (m/w) für Produkt- und
Markenkommunikation, Hamburg

PR BeraterIn im Bereich Film & Home Entertainment,
Frankfurt

Junior PR-Berater Health (m/w) für den Bereich
Gesundheitskommunikation, Frankfurt a.M.

PR-Berater/in und Senior PR-Berater/in im Bereich
Healthcare, Eltville

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

PR-Berater/in Healthcare, Köln

Marketing Manager (w/m) als Elternzeitvertretung,
Köln

Markenzeichen sucht PR Berater/innen: Telco,
Banken, Energie

MSL Germany sucht PR Consultants Healthcare
(w/m), Frankfurt

Senior-PR-Berater/in, Frankfurt a.M.

PR-Berater/-in Healthcare, Langenfeld/Rheinland

PR-Junior Berater (m/w) für Bereich Mode, München

Junior-Berater (m/w), Hamburg

Bestfall GmbH sucht PR-Projektmanager/in, Mainz

Consultant (m/w) Healthcare in München

Projektmanager PR und Kommunikation (m/w), Köln

Juniorberater/in für die Freizeit- und Entertainment-
Unit, Hamburg

Neugierig? Begeistert? Technologie-affin? Wir suchen
PR-Berater / PR-Redakteur (m/w), Tübingen

Redakteur (w/m), München

PR-Berater/in Nonprofit, Hamburg

Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am
Main

WBCO Public Relations sucht PR Account Manager,
Frankfurt

PR-Berater (m/w) Healthcare, Darmstadt

Junior Manager für PR und Kooperationen (m/w),
München

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

PR-Berater (m/w) Public Campaigning, Berlin

Behörden (Öffentl.Dienst)

Referentin/Referenten Hochschulkommunikation,
Rosenheim

Unternehmen

PR-Berater, Berlin

Redakteur/in mit fundierter PR-Beratungserfahrung,
Berlin

Professur für PR/Kommunikationsmanagement (Vollzeit)

Werkstudent (m/w) im Bereich Kommunikation &
Marketing, Meckenheim

Abteilungsleiter m/w Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Herborn

Stellvertretende/n Pressesprecher/in, Berlin

Referenten/-in Öffentlichkeitsarbeit, Berlin

Senior Media Relations Manager (m/w), Deutschland

Referent (m/w) PR und Kommunikation, Berlin

PR Specialist, Germany or UK

Verbände (Non-Profit)

Assistent/in der Bereichsleitung Strategie & Kommunikation, Düsseldorf

Referent/in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, München

Freelancer

Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell

Flexible Unterstützung PR und Marketing

Kommunikationserprobte Zeitarbeiter springen ein

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 24. Oktober 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.610 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 (-ff-), 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.