

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 314 / 46. KW 2011

Seite 1

Pressearbeit kann so großartig sein! Die 7 wichtigsten Punkte, damit sie erfolgreich wird

Was macht Pressearbeit zu einem so großartigen Werkzeug im Kommunikationsmix? Was macht gute Pressearbeit aus? Was ist zu beachten? Was zu vermeiden? – Denn der große Durchbruch mit einer einzigen Pressemitteilung ist eine Illusion. Langfristig geplant, konsequent durchgeführt und mit dem nötigen Fachwissen ausgeführt, kann Pressearbeit zum Erfolg der Unternehmenskommunikation wesentlich beitragen. Ich habe in diesem Blog schon viel dazu geschrieben. Hier noch einmal die sieben wichtigsten Punkte:

Den Artikel von Kerstin Hoffmann am 17. November in ihrem Blog "PR-Doktor. Das Blog" [hier online weiterlesen](#).

Lesenswert auch ihr Beitrag "Großer Durchbruch mit einer Pressemitteilung? Bitte träumen Sie weiter!" am 16. November zur Eröffnung der Artikelreihe. [Bitte hier nachlesen](#).

Social Media bleibt auch 2012 das wichtigste PR-Thema

Das ergab der jüngste PR-Trendmonitor 2011: "Zwischen Social Media, Apps und klassischer Pressearbeit. Wohin treibt die PR-Branche?" von dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. 2.570 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen haben im September an der Online-Befragung teilgenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Österreich: Beraterbranche ist n.d. Mil- lionenskandalen ins Zwielficht geraten

Die Zunft der Lobbyisten und Berater ist durch die schwarzen Schafe in ihren Reihen in Verruf geraten. Tatsächlich lässt sich in der Branche mit ein wenig Unverfrorenheit viel Geld verdienen. (...) Ausgerechnet die Gilde der PR-Consultants, Strategieberater und Lobbyisten zählt, neben den Politikern, zu den großen Imageverlierern der jüngsten Skandalwelle. Unentwirrbar gehen Kommunikationsberatung, Untreue und freche Abzockerei in fast allen zur Untersuchung anstehenden Fällen ineinander über. → [profil.at](#)

Staat und Unternehmen können nur gemeinsam verlorenes Vertrauen zurückgewinnen

Unternehmenskommunikation genießt ebenso wie der Journalismus verfassungsrechtlichen Schutz



und ist unverzichtbar, um in der Wirtschaft Transparenz herzustellen und Vertrauen zu gewinnen. Die Gründe hierfür zeigt der langjährige Bundesverfassungsrichter Wolfgang Hoffmann-Riem beim Hermes-Dinner 2011 der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation in Berlin auf. Der Professor für Öffentliches Recht bezog sich dabei auch auf die aktuelle Finanz- und Staatsschuldenkrise, die für ihn ebenso eine Kommunikations- und Vertrauenskrise darstellt. In dieser Situation sei die Rückgewinnung von Vertrauen ein Rückgrat unserer Gesellschaft. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Ute Richter wechselt zu Hill & Knowlton

Ute Richter verstärkt als Board Director Technology ab 1. Dezember die Kommunikationsagentur Hill & Knowlton Deutschland in Frankfurt am Main. Sie berichtet direkt an Ernst Primosch, CEO & Chairman von Hill & Knowlton und übernimmt ein etabliertes Team um Associate Director Cristin Anthes. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

FCP-Vizevorsitzender Rainer Burkhardt kündigt Rücktritt an

Rainer Burkhardt, stellvertretender Vorsitzender des Forum Corporate Publishing (FCP) wird zum 1. März 2012 von seinem Amt im FCP-Vorstand zurücktreten. Zu diesem Zeitpunkt wird der Verbands-Vorsitzende Andreas Siefke als geschäftsführender Gesellschafter in die Berliner Content-Agentur KircherBurkhardt einsteigen. Siefke, *bislang Geschäftsführer von Hoffmann und Campe Corporate Publishing*, übernimmt bei KircherBurkhardt den Bereich Content Marketing. Der Rückzug von Burkhardt, Gründer und Geschäftsführer Beratung bei KircherBurkhardt, aus dem FCP-Vorstand ist dessen Konsequenz aus dem Wechsel von Siefke. In den vier Monaten von März bis zu den turnusgemäßen Wahlen des FCP-Vorstandes im Juni 2012 wird der Verband von Andreas Siefke und dem dritten Vorstandsmitglied Ralf Ansoerge, Geschäftsführer der Agentur Profilwerkstatt in Darmstadt, geführt.

Personalien compact (22) (46.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Florian Strauß** (37) steigt bei Ledavi, Agentur für emotionale Markenführung mit den Schwerpunkten Sponsoring und Marken-PR in die Position des Geschäftsführers Beratung auf. Zu seinen Aufgaben zählen die inhaltliche Führung der Agentur an den Standorten Berlin und München. Vor seinem Start bei Ledavi im Jahr 2009 war er als



Head of Business Development bei der Burda Sports Group (Hubert Burda Media) in Frankfurt am Main tätig.

02: **Anja Medau** (38) leitet als Head of Public Relations den PR-Bereich von Exit-Media in Berlin, sie ist auch für die strategische PR Planung, die Unternehmenskommunikation sowie die PR Projektplanung des 99Fire Films Award zuständig. Die gelernte Journalistin betreut seit 2005 diverse Berliner Werbeagenturen im Bereich Unernehmenskommunikation. Darunter Publicis Berlin, Scholz & Friends Berlin, Plantage Berlin sowie eigene Kunden.

03: **Thomas Reimann** verantwortet als Senior Partner die Geschäftsfelder Social Media, Web Reputation Management und Web Entwicklung im Rahmen einer neuen Unit der Hamburger Konstruktiv PR-Beratungsgesellschaft. Reimann ist einer der ersten Absolventen der Axel-Springer-Journalistenschule und war AOL-Chefredakteur, zuletzt entwickelte er mit dem Projekt kurzreise.tv einen interaktiven WebTV Sender.

04: **Patrick Gälweiler** (27) verstärkt als Teamleiter die Leverkusener Bau-PR-Agentur dako pr, er koordiniert die operative PR-Arbeit verschiedener Kunden und verantwortet die Kundenberatung und Etatverwaltung. Der studierte Historiker und war zuvor seit April 2010 bei der Agentur Text-Com in Taunusstein als Volontär tätig.

05: **Lars Rohwer** (39) startet bei der Serviceplan Gruppe in Berlin als Senior Advisor CSR, er übernimmt neue Leitungsfunktionen im Team von "Serviceplan green" und ist zusätzlich beratend für Public Affairs Kunden tätig. Rohwer war zuletzt Geschäftsführer der Public Affairs Agentur Republik Movida in Berlin.

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost

Handelsblatt

WELT

FINANCIAL TIMES

DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchiv 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.

06: **Sebastian Berger** (44) leitet als Team Manager Communications die Abteilungen Text und Öffentlichkeitsarbeit der Markenstrategie-Agentur KMS Team in München. Er war zuvor unter anderem Leiter der Öffentlichkeitsarbeit des Süddeutschen Verlags in München und Redakteur bei der "SZ".

07: **Anatol Vettters** (31) startet als Account Director bei der Social-Media-Agentur We Are Social in München. Der Diplom-Sozialwirt war zuletzt Digital Communications Consultant bei Weber Shandwick (GPRA), davor Referent in der Kommunikationsabteilung des Medienforums NRW.

UNTERNEHMEN:

08: **Michael Burkhardt** (42) leitet die Unternehmenskommunikation des Schweizer Telekommunikations-Anbieters Sunrise Communications in Zürich (CH). Er ist seit 1999 bei Sunrise in den Bereichen Kommunikation, Public Affairs und Regulatory tätig. **Natasja Sommer** (42)

übernimmt als Director Marketing Communications die Leitung der Abteilung Marketing Communications. Sie ist seit 2010 im Unternehmen tätig und war die bisherige Leiterin der Unternehmenskommunikation. **Priska Cavelti-Heger**, bisher Leiterin des Bereichs Marketingkommunikation, hatte im Oktober nach mehr als dreijähriger Tätigkeit für Sunrise das Unternehmen verlassen.

09: **Elisabeth Noss** (36) hat die Marketingleitung der Egmont Verlagsgesellschaften übernommen. Sie verantwortet damit die Bereiche PR, Werbung und Online Marketing. Noss kam 2004 zu den Egmont Verlagsgesellschaften und übernahm 2007 die Presseleitung sowie 2010 den Bereich Endkundenmarketing. Ihr Stellvertreter ist **Carsten Schulte** (35), der darüber hinaus den Ausbau des digitalen Geschäfts übernimmt. Er war zuvor seit Januar 2010 Teamleiter Marketing Online des Egmont Verlags.

10: **Florian Büngener** (30) wird am 1. Dezember bei Fiat Group Automobiles Germany in Frankfurt am Main neuer Pressesprecher für die Marken Fiat und Abarth. Der Diplom-Betriebswirt hat seit 2006 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Tuningfirma Abt geleitet und war dort für die Unternehmenskommunikation und für die Messeauftritte zuständig. Büngener folgt auf **Thomas Kern**, *der im Juni* konzernintern zu Maserati Deutschland gewechselt ist.

11: **Anna Drenckberg** (31) übernimmt die externe und interne Unternehmenskommunikation/PR der Münchener Internet-Agentur zeros+ones. Außerdem wird sie die Geschäftsführung in strategischen und projektbezogenen Aufgaben unterstützen. Die studierte Politikwissenschaftlerin war seit August 2008 für die PR-Agenturen Stromberger PR, Serviceplan sowie Wilde & Partner tätig.

- 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

12: **Björn Bösser** ist neuer Ansprechpartner im Bereich Marketing und PR der Firma Topps Deutschland in Frankfurt am Main. Mit einem absolvierten Studium der Betriebswirtschaft und Sportmanagement, weist er einen identischen Background wie sein Vorgänger auf. **Marc Unger**, der in diesem Gebiet für Topps über zweieinhalb Jahre tätig war, hat das Unternehmen verlassen.

13: **Slavica Simunovic** ist neue Senior Corporate Communications Managerin für die Regionen Central Europe und Eastern EMEA bei Citrix Systems in Hallbergmoos. Vor ihrem Wechsel leitete die ehemalige Hiller Wüst & Partner-Beraterin als PR-Managerin die weltweite Pressearbeit von EnOcean in Oberhaching. Simunovic folgt auf **Björn Riebel**, der das Unternehmen verlassen hat.

14: **Anja Volkens** (39) ist neue Leiterin Unternehmenskommunikation bei Wulf Gaertner Autoparts in Hamburg. Sie kam im April 2011 als Pressesprecherin und Referentin Unternehmenskommunikation in das Unternehmen, nachdem sie zuvor als Senior Referentin Interne Kommunikation bei HanseNet Telekommunikation (Telefónica Germany) in Hamburg tätig war.

15: **Hans-Jörg Heims** (48) übernimmt bei Evonik-Immobilien in Essen die Leitung der Kommunikation. Er kommt von der Süddeutschen Zeitung in München, wo er als Redaktionsleiter und Chef vom Dienst tätig war. Heims folgt auf **Stephan Schmidt**, der bei Evonik den neu geschaffenen Bereich Geschäftsführungsbüro und Compliance übernimmt.

16: **Jens Herrmann** (44) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei WAGO Kontakttechnik in Minden, er soll die neu geschaffene Abteilung aufbauen. Der gelernte Journalist und frühere Bertelsmann-PR-Manager war zuletzt Leiter Unternehmenskommunikation bei Cegelec Deutschland in Frankfurt am Main.

17: **Stefanie Kaufhold** (40) steigt als Head of Corporate Branding bei dem internationalen Maschinen- und Anlagenbaukonzern Voith in Heidenheim ein. Die studierte Grafikdesignerin war nach einem längeren Engagement bei der Berliner Agentur Meta Design zuletzt als selbstständige Beraterin tätig.

18: **Martin Driehaus** (44) verantwortet als Marketing Director Europe das Marketing von Zero Motorcycles in Europa, von Alkmaar (NL) aus koordiniert er auch die Öffentlichkeitsarbeit. Driehaus war zuvor fünf Jahre lang Head of Marketing von Triumph für Deutschland und Österreich.

- 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

19: **Bettina Gaebel** hat die Teamleitung der Bereiche Marketing und Unternehmenskommunikation bei Energie Südbayern (ESB) in München übernommen. Zuvor war sie seit 2008 Marketing Managerin bei der KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in München.

MEDIEN:

20: **Andre Weijde** (46) wird Geschäftsführer und übernimmt die Ressorts Finanzen, Rechnungswesen und Controlling der Fachinformationsgruppe European Professional Publishing Group (EPPG) in München. Der gelernte Wirtschaftsprüfer war zuvor CFO und Geschäftsführer der deutschen Holding von Reed Elsevier und übernahm im Anschluss an die Übernahme nach dem Verkauf an EPPG die Geschäftsführung der neu geschaffenen ATEC Business Information.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

21: **Bernd Gäbler** (58) wird zum Honorarprofessor im Fachbereich Medien an der staatlich anerkannten, privaten Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld ernannt. Der Medienjournalist und Publizist doziert bereits seit 2005 an der FHM und gilt als Kenner der deutschen wie auch internationalen Medienlandschaft. → fhm-mittelstand.de

22: **Hendrik von Boxberg** (35) ist neuer Pressesprecher bei Kultur Ruhr in Gelsenkirchen und zugleich Pressesprecher der Ruhrtriennale 2012 bis 2014. Zuvor war er seit November 2005 Pressesprecher bei dem Museum Folkwang in Essen. Von Boxberg übernimmt die Position von **Miriam Czepluch**.



Etats

Etats compact (15) (46.KW-2011)

01: Stadtwerke Düsseldorf
was: *Corporate-Publishing-Etat*
an: **Koob Agentur für Public Relations** (GPRA), Mülheim an der Ruhr

02: recotrol, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **GlobalCom PR-Network**, München

03: Johnson Electric, Stuttgart
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Communication Consultants Engel & Heinz**, Stuttgart

04: Berlin Music Commission (BMC)
was: *Kommunikation für die Dachkampagne*
an: **Tonka PR**, Berlin

05: Beiersdorf, Hamburg
was: *Entwicklung der 'Nivea Corporate Language'*
an: **ReinsClassen**, Hamburg

06: Trost Auto Service Technik, Stuttgart
was: *kontinuierliche Unternehmens- und Produkt-PR*
an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart

07: Efficient Home Energy (EHE), München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **AxiCom**, München

08: in fashion munich, Icking
was: *PR-Etat 2012 für die Messen in fashion berlin und in fashion munich*
an: **eastside communications Braitown**, München

09: IntelliShop, Karlsruhe
was: *Unternehmenskommunikation, strategische*

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **index Agentur**, Berlin

10: arwe Service, Augsburg
was: *strategische Kommunikation*

11: Barkawi Management Consultants, München
was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*

12: BTV Vier Länder Bank, München
was: *Kommunikation zum Markteintritt in in Deutschland*

an: **Ira Wülfing Kommunikation**, München

13: Kempinski Hotel River Park, Bratislava (SK)
was: *PR-Arbeit*

an: **Carmen Stromberger PR**, München

14: Pabobo, Paris (FR)
was: *Pressearbeit und Social Media in Deutschland*

an: **Griffiths Consulting**, München

15: Spotify, Stockholm (SE)
was: *Kommunikation beim Markteintritt in der Schweiz und Österreich*

an: **Grayling**, Zürich (CH)

Branche

Welche Familienunternehmen am besten kommunizieren

Familienunternehmen galten bislang als zurückhaltend in ihrer Kommunikation - doch das scheint ein falscher Eindruck zu sein. Jetzt wurde einer von ihnen sogar für seinen Geschäftsbericht ausgezeichnet. Sie stehen in dem Ruf, verschwiegen zu sein. Deutsche Familienunternehmen erzählen lieber weniger als mehr. Doch detaillierte Informationen zu Ertragslage und Strategie sind für Familien- und



ADVICE PARTNERS
STRATEGY COMMUNICATION MANAGEMENT

**Zeichen setzen für die Zukunft.
Aus PRGS wird ADVICE PARTNERS.**

Unternehmensberatung
für Strategie und
Kommunikationsmanagement

www.advicepartners.de

Stiftungsunternehmen durchaus kein Fremdwort. Viele berichten nicht minder ausgiebig als börsennotierte Gesellschaften. Das ist das überraschende Ergebnis einer Studie der Kommunikationsagentur Ergo, der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PKF und von Roland Berger.

Den Artikel vom 15. November in "Handelsblatt.com" [hier online weiterlesen](#).

F&H startet neue High Tech-Unit

Die inhabergeführte PR-Agentur F&H Porter Novelli gründet eine neue High Tech-Unit und baut damit ihre Technology Practice aus. Das Team, unter der Leitung von Kristina Fornell, zeichnet für nationale und internationale Klienten aus dem Halbleiter- und Micro-Technologie-Segment verantwortlich. Mit dem Aufbau einer eigenen High Tech-Unit begegnet F&H der zunehmenden Bedeutung auf dem Hochtechnologie-Sektor. Die neue Unit setzt sich aus Mitgliedern der F&H Technology Practice zusammen, die einen breiten Erfahrungsschatz auf

dem Gebiet der Technologie aufweisen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Weber Shandwick startet den Social Media Krisensimulator FireBell in Europa

Weber Shandwick präsentiert europaweit den in den USA bereits erfolgreich eingeführten Social Media Krisensimulator FireBell. Im Zeitalter von Web 2.0 und Echtzeitkommunikation zwingen virale Angriffe aus unterschiedlichsten Richtungen Unternehmen zu immer schnelleren Reaktionen. Die neue Software FireBell ermöglicht es, PR-Krisensituationen auf verschiedenen Social Media Plattformen zu simulieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Serie zu PR-Forschung: Was soll sie und wo steht sie?

Eigentlich sollte man meinen, die Frage nach dem Zweck von PR-Forschung stellt sich längst nicht mehr. Doch vielleicht ist es zur eigenen Vergewisserung manchmal gut, Fragen wie diese immer wieder zu verhandeln. Eine Gelegenheit dazu bot sich vor einer guten Woche: Denn es fand die 20. Jahrestagung der Fachgruppe PR/Organisationskommunikation innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPK) statt. Eine Geburtstagstagung einer Gruppe von PR-Forschern also. Neben zahlreichen Panels zum eigentlichen Tagungsthema internationale PR-Forschung wurden Stand und Selbstverständnis der PR-Forschung mehrfach thematisiert. → thomaspleil.wordpress.com

Teile 1 + 2 der Serie zur PR-Forschung von Professor Pleil

Diese Serie ist nun wirklich lesenswert - hier die beiden ersten Teile. Der Autor Thomas Pleil ist Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt. Er beschäftigt sich vor allem mit Online-Kommunikation, Nonprofit-PR und Wissenschaftskommunikation.

Nr. 1: Ein bisschen Historie. Oder: Zurück auf Anfang ([zum Onlinelesen geht es hier](#)).

Nr. 2: Die Helmut Schmidts der PR-Forschung: Rezepte für die Praxis? ([zum Onlinelesen geht es hier](#)).

PR-Boom: Jedes vierte Unternehmen erhöht PR-Ausgaben

Benchmark Marktanalyse zu PR-Agenturen: Online-PR treibt Branchenwachstum an.

Benchmark, Hamburg und der Branchenexperte Gerhard A. Pfeffer, Siegburg entnehmen den Angaben ihrer über 14.000 Teilnehmer am Benchmark-PR-Qualitätsranking, dass jedes vierte Unternehmen seine Investitionen in Öffentlichkeitsarbeit (PR) steigern wird. Anfang 2011 war es sogar noch jedes zweite Unternehmen. Dieser Trend setzt sich damit seit sieben Quartalen ununterbrochen fort und wird vor allem durch Mehrgeschäft bei der Online PR gestützt. 2009 hatte Online PR einen Anteil von 13 Prozent, Ende 2011 waren es bereits 17 Prozent. Die durchschnittliche PR-Etathöhe blieb nur unwesentlich verändert bei rund 125.000 Euro. *Die vollständige Benchmark-Pressmeldung auch zur Kundenzufriedenheit und dem Ranking dazu bitte [hier online weiterlesen](#).*

Branche compact (6) (46.KW-2011)

01: Die Sieger der Econ Awards

Unternehmenskommunikation 2011 wurden am 17. November im historischen Meistersaal in Berlin gekürt. Es wurden insgesamt 28 Trophäen in den Kategorien Geschäftsbericht, Imagepublikation, Magazin, Nachhaltigkeits- und CSR-Bericht, Imagefilm, Digitale Medien, PR-Aktivitäten, Social-Media-Aktivitäten und Integrierte Unternehmenskommunikation vergeben. Bayer und das Bundesministerium für Verteidigung haben es jeweils zweimal auf das Siegertreppchen geschafft. Auch die Agentur KircherBurkhardt war im diesjährigen Wettbewerb ausgesprochen erfolgreich. Sie war gleich an vier prämierten Beiträgen beteiligt. Höhepunkt der Preisverleihung war die Ehrung des ehemaligen Puma-Chefs Jochen Zeitz als "Persönlichkeit des Jahres". Er wurde für seinen außerordentlichen Einsatz im Bereich Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility ausgezeichnet. → econ-awards.de

02: Vor kurzem kamen Weber Shandwicks (GPRA) Volontärinnen und Volontäre für vier Tage zur **Weber Shandwick Academy in Köln** zusammen. Höhepunkt waren auch dieses Mal die Pitchpräsentationen der Teilnehmer. Das beste Konzept wurde mit einer Reise nach London belohnt. Johanna Hille (25) aus der Corporate Practice in Berlin freut sich bereits darauf, die Koffer zu packen. Zwei Mal im Jahr trifft sich der Nachwuchs der vier Agenturstandorte zur Weber Shandwick Academy. In dem Präsenzteil ihrer Ausbildung zum PR-Berater lernen die Teilnehmer theoretische Grundlagen der journalistischen Arbeit, Ideenfindung und Konzeptionslehre kennen. Darüber hinaus geben Referenten und Partner aus dem Netzwerk praktische Einblicke in die Themengebiete Markt- und Meinungsforschung, Mediaplanung, Evaluation,

sowie Blogger Relations und Community Management. → webershandwick.de

03: **KWP Communications, Agentur für digitale Kommunikation in Neu-Isenburg, baut ihr Kompetenzfeld Filmproduktion** durch eine Allianz mit Kameraleuten aus der Region Rhein-Main aus. Unter dem Titel "KWP and friends" werden Produkt- und Imagevideos produziert. Im eigenen Tonstudio wird vertont, synchronisiert oder auch eigener Sound komponiert. Sprachaufnahmen in allen Landessprachen werden direkt aufgenommen und geschnitten. Ein Netzwerk an professionellen Sprechern ermöglicht es, die passende Stimme zu jedem Video zu finden. KWP unterstützt Kunden auch bei der aufmerksamkeitsstarken Positionierung von Image- und Produktvideos im Internet.

04: **Uwe Knaus stellte in München seine Arbeit als Daimler-Chef-Blogger vor.** Rund 80 diskussionsfreudige Interessenten aus der DPRG-Landesgruppe Bayern, vom Pressesprecherforum und weitere Gäste waren in den Konferenzraum im 13. Stock der Mercedes-Niederlassung gekommen. Vor vier Jahren wurde "beim Daimler", wie es in Stuttgart heißt, der erste firmenoffizielle Blog aufgemacht. Mit nur einer Person und, wie Knaus betonte, ganz schwäbisch-sparsam, mit ganz wenig Budget. Mittlerweile ist die Abteilung auf drei Personen angewachsen und Knaus ist verantwortlich für die Social Media Strategie. Das Budget ist aber immer noch schwäbisch. → dprg.de

05: **Corporate Social Responsibility, kurz CSR, nimmt in den Kommunikationsstrategien großer Konzerne einen wichtigen Part ein.** Viele Unternehmen belassen es jedoch bei einem Bekenntnis zu Verantwortlichkeit und Nachhaltigkeit. Besonders im Internet gelingt es ihnen nicht, den Beweis ihres Engagements anzutreten. Zu diesem Ergebnis kommt das in Mailand beheimatete Beratungsinstitut Lundquist im

Rahmen der Studie "CSR Online Awards 2011". Danach ist in Deutschland die Deutsche Post DHL führend, wenn es um die Online-Kommunikation von CSR-Aktivitäten geht. → horizont.net

06: **auditives SF Public Relations ist der Name einer neuen Kölner Agentur**, die sich auf Kommunikation via Audio-Technik und Radio-PR spezialisiert hat. Sie richtet sich an Unternehmen, Institutionen, Verbände und Personen, die sich bei ihrer Zielgruppe "Gehör verschaffen" möchten. Die Agenturgründerin Silke Fuß war zuvor elf Jahre mit der Leitung Marketing / PR-Beratung der Spezialagentur für elektronische Kommunikation medien-informationsdienst Rolandseck in Remagen betraut.

Reputation Management + CSR

Keine Bekanntheit - keine Reputation

Reputation Management als Balanceakt. (cw)
Man kann lange diskutieren über die Zukunft der Medien. Ob Print oder Internet das Rennen machen werden beziehungsweise in welcher Ausgewogenheit zukünftig das Mit- und Nebeneinander stattfinden wird. Ziemlich unbeteiligt bewegt sich dazwischen das Reputation Management. Auch wenn ein Großteil eines professionellen Managements im direkten Dialog mit allen relevanten Stakeholder stattfindet, spielen die Medien nach wie vor eine Schlüsselrolle. Das ist nun mal so in einer modernen Mediengesellschaft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

USA: BMW eröffnet PR-Pitch

Wie es aussieht, befindet sich das Deutsche Automobilunternehmen BMW in den USA in der Anfangsphase einer PR-Agenturauswahl. Es geht dabei um die Konsumenten- und Markenkommunikation, Automessen sowie das Kommunikationsumfeld im Rahmen des Olympia Sponsorings. adage.com

Schweiz: Zirkus Knie Mediensprecher Niklaus Leuenberger über seine PR-Tätigkeit

Niklaus Leuenberger ist seit sieben Jahren Medienverantwortlicher des Zirkus Knie. Nun hat er per Frühling 2012 gekündigt und es wird ein Nachfolger gesucht. Wie erlebte er den Ausbruch der Elfantendame "Sabu" letztes Jahr? Was ist das Spezielle an der PR-Tätigkeit beim Zirkus? Im [Interview mit persoendlich.com](#) erklärt Leuenberger warum er geht und er sagt, worauf es bei der Kommunikation für einen Zirkus ankommt.

Schweiz: BPRa bekommt zwei neue Mitglieder

Die Mitgliederversammlung des Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRa) hat mit Prime Communications und PRfact zwei namhafte PR-Agenturen als Neumitglieder aufgenommen. Prime Communications wurde 1996 gegründet und gehört mit rund 20 Mitarbeitenden zu den grösseren Fullservice-Agenturen in der Schweiz. Die in Zürich (CH) ansässige Agentur steht unter der Leitung von Basil Hangarter und Claudio Rotter. PRfact ist seit ihrer Gründung im Jahr 2000 mit heute 14

Mitarbeitenden auf den Bereich Consumer Relations spezialisiert. Marc Schlittler, Alois Inderbitzin und Patrick Mauron bilden die Geschäftsleitung der ebenfalls in Zürich (CH) ansässigen Agentur. → bpra.ch

Social Media + Web 2.0

Social Media Convention Berlin am 26. Januar 2012

Kommunikation 2.0 für Nonprofit-Unternehmen im Mittelpunkt. Nach den erfolgreichen Veranstaltungen in Wien und Zürich lädt die Nachrichtenagentur presstext zur Best of Social Media Convention in Berlin. Im Mittelpunkt der Veranstaltung steht das Thema Non-Profit-Kommunikation 2.0.

<http://presstext.com/convention-berlin>.

Soziale Netzwerke und ihre rasante Ausbreitung eröffnen nicht-gewinnorientierten Institutionen und Organisationen völlig neue Perspektiven für die Kommunikation, egal ob es um die Durchsetzung von Anliegen geht oder um die Beschaffung von Geld- und Sachmitteln. Die Beeinflussung der öffentlichen Meinung ist nicht länger von etablierten organisatorischen Strukturen abhängig. Auch Flash-Mobs oder gut inszenierte virale Aufrufe bewegen die Menschen. Wie gehen Institutionen mit diesen Herausforderungen um, und wie können sie von den neuen Kommunikationskanälen profitieren? Weitere Information und vollständige Pressemeldung [hier online weiterlesen](#).

Fragen an die Kanzlerin: Wie Merkel die Fragen der User wegmoderiert

Kanzler-PR oder eine neue Form der Bürgerbeteiligung? Auf YouTube antwortete Merkel den Usern mit nichts als klassischen Politikerfloskeln. Bundeskanzlerin Angela Merkel wagt den Schritt in die Interaktivität des Internets – zumindest fast. Seit Oktober konnte jeder, der wollte und über einen Internetzugang verfügt, auf dem YouTube-Kanal der Bundesregierung eine Frage an die Kanzlerin stellen. Die zehn beliebtesten Fragen werden anschließend von Frau Merkel höchstselbst beantwortet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Deutscher Regierungs-Twitterer Seibert: "Ich mache das alleine!"

Der Chef des Presse- und Informationsamts der deutschen Bundesregierung und Regierungssprecher über seine Social Media-Strategie. Steffen Seibert ist Pressesprecher der deutschen Bundesregierung. Mit dem Twitter-Namen @RegSprecher berichtet er über das soziale Netzwerk über die Neuigkeiten der Bundesregierung. Aktuell hat er 42.000 Follower und schlägt mit dieser Anzahl auch Österreichs Top-Twitterer Armin Wolf, der auf 31.000 kommt. Im Gespräch mit Saskia Jungnikl erläutert Seibert seine Social Media-Strategie.

Den Artikel/das Interview vom 18. November in "derStandard.at" [hier online weiterlesen](#).

Ratgeber: Wie Unternehmen Facebook und Co. effektiv nutzen

Der Kunde ist mächtiger denn je – dank des Internets inklusive Facebook und Blogs. Unternehmen müssen sich darauf einstellen, dass mieser Service rasch die Runde macht. Ein

Ratgeber, wie Firmen damit umgehen sollten. Heather Armstrong ist eine äußerst mächtige Kundin. Das weiß jetzt auch der US-Konzern Whirlpool. Bei diesem hatte die 34-Jährige eine Waschmaschine gekauft. Gleich nach wenigen Tagen ging diese kaputt. Der Kundendienst des Industrie-Riesen brachte Heather dermaßen auf die Palme, dass sie den Frust in ihrem Blog loswurde.

Den Artikel von Thorsten Giersch am 21. November in "Handelsblatt" (online) [hier weiterlesen](#).

Online-Netzwerke: 51% bei Facebook, 19% Wer-kennt-wen, 9% Xing und 6% bei Google+ und Twitter

Facebook ist das mit Abstand größte soziale Online-Netzwerk in Deutschland. 51 Prozent aller deutschen Internetnutzer sind Mitglied der Community. Das hat eine Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM unter 1.023 Internetnutzern ergeben. Danach sind fast drei Viertel (74 Prozent) aller Onliner Mitglied in mindestens einer Community. Auf Platz zwei des Rankings liegt mit einem Anteil von 27 Prozent Stayfriends. Die Community hat sich darauf spezialisiert, alte Mitschülerinnen und Mitschüler wiederzufinden und mit diesen Kontakt zu halten. Auf Platz drei folgen die VZ-Netzwerke StudiVZ, MeinVZ und SchülerVZ, die zusammen 23 Prozent der Internetnutzer erreichen. Die Online-Community „Wer kennt wen“ kommt auf 19 Prozent. Das überwiegend für berufliche Zwecke genutzte Netzwerk Xing liegt mit einem Anteil von neun Prozent auf dem fünften Platz. Google+ konnte sich innerhalb weniger Monate in den Top10 etablieren: sechs Prozent der Onliner sind inzwischen Mitglied des neuen Google-Netzwerks.

Die komplette BITKOM-Pressemeldung vom 20. November [gibt es hier](#).

Social Media compact (2) (46.KW-2011)

01: **Zwei Drittel der Jugendlichen sind der Ansicht, zum Thema Datenschutz insgesamt gut oder sehr gut informiert zu sein.** Allerdings spiegelt sich diese subjektiv empfundene Kompetenz nicht bei allen im Handeln wider. Mehr als die Hälfte der Jugendlichen gibt an, die AGBs ihrer Community gar nicht gelesen zu haben. Drei Viertel von denjenigen, die die AGBs zwar gelesen haben, geben zu, diese jedoch nur überflogen zu haben. Dies sind erste Ergebnisse der JIM-Studie 2011 des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest (mpfs), die am 25. November im Musikpark Mannheim der Öffentlichkeit vorgestellt wird. → [mpfs.de](#)

02: **Die große Mehrheit der deutschen Top-Entscheider hält sich von den sozialen Netzwerken im Internet fern.** Das ergibt das "Capital-Elite-Panel", eine Befragung von Top-Entscheidern aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des Wirtschaftsmagazins 'Capital' erhoben hat. Danach nutzen 72 Prozent der Elite weder Xing, LinkedIn noch Facebook. Lediglich 28 Prozent sind laut 'Capital' (Ausgabe 12/2011, EVT 17. November) in einem der großen sozialen Netzwerke aktiv. → [presseportal.de](#)

Medien

Verleihung des Deutschen Wirtschaftsfilmpreises 2011

Der Parlamentarische Staatssekretär beim Bundesminister für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und Beauftragte der Bundesregierung für Mittelstand und Tourismus, Ernst Burgbacher, hat im Rahmen einer festlichen Gala im Forum der

Stadt Ludwigsburg vor rund 650 geladenen Gästen die diesjährigen Wirtschaftsfilm-Preise überreicht. Unter den Gratulanten war auch der Bundesminister für Wirtschaft und Technologie, Philipp Rösler (FDP), der per Videobotschaft eine Laudatio auf den Preisträger der Kategorie "Langfilm über die Wirtschaft" hielt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die zehn größten Medien-Irrtümer 2011

Wo Journalisten falsch lagen und was wir daraus lernen. Weil man aus Fehlern bekanntlich am besten lernt, hat die "Meedia"-Redaktion einige der großen Irrtümer bei den Medientrends 2011 herausgefiltert. Wo lagen die Branche und ihre Macher so richtig daneben, und was können wir alle daraus lernen? Sei es die Tablet-Gläubigkeit, die Heiligen Kühe Qualität und Glaubwürdigkeit, das Buzz-Word vom Data-Journalismus oder der angebliche Nutzwert von Medien-Kongressen. Wir präsentieren die aus unserer Sicht zehn größten Medien-Irrtümer 2011.

Den Artikel in "Meedia" vom 21. November [hier online weiterlesen](#).

Bendler-Blog: Sex, Lügen und Video

100 Sekunden reichen, um Politik, Medien und einen kleinen Teil der Gesellschaft in Aufregung zu versetzen. Grund genug, sich dem Objekt, an dem sich eine heftige Debatte entzündet hat - ein Musikvideo der Bundeswehr - einmal "sine ira et studio" (ohne Zorn und Mühe) zu nähern. Das Video dürfte den Leserinnen und Lesern dieses Blogs hinreichend bekannt sein. Wem nicht, der kann es sich hier ansehen:

Die Artikel von unserem Redaktionsmitglied Sascha Stoltenow, Waldems ab dem 18.

November in seinem "Bendler-Blog" [hier online weiterlesen](#).

Medien compact (1) (46.KW-2011)

01: Printmedien haben in der Finanzbranche immer noch den höchsten Stellenwert – allerdings wächst bei Tageszeitungen und Fachmagazinen der Trend, sich zusätzlich auch online zu informieren. Das zeigen die Ergebnisse der aktuellen HBS Medien- und Markenstudie 2012. Je nach Berufs- oder Investorengruppe lesen zwar immer noch zwischen 33 und 43 Prozent ausschließlich die Printausgabe einer Tageszeitung. Bei den Fachmagazinen liegt die ausschließliche Nutzung der Printausgabe zwar immer noch deutlich höher als bei Tageszeitungen. Doch auch hier zeigt sich ein Trend, beide Veröffentlichungsformen zu nutzen. Nach wie vor ist das Handelsblatt die wichtigste Tageszeitung für deutsche Finanzprofis, gefolgt von der Financial Times Deutschland und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. → hbsmedienstudie.de

Services + Tipps

Die große Freiheit – 11 Mythen zur Selbstständigkeit

Selbstständigkeit! Dieses Wort klingt für viele Arbeitnehmer nach Freiheit, Selbstbestimmung, Urlaub, arbeiten am Strand... die Liste der positiven Assoziationen lässt sich beliebig fortsetzen. Hand aufs Herz, erkennen Sie einige davon wieder? Spielen Sie vielleicht sogar mit dem Gedanken, sich selbstständig zu machen um diesen paradiesischen Zustand zu erreichen? Dann sollten Sie unbedingt weiter lesen, denn es ist nicht alles Gold, was glänzt.

11 Mythen und Missverständnisse rund um die Selbständigkeit

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (2) (46.KW-2011)

01: Dass man Texte anderer nicht einfach so ohne weiteres kopieren darf, sollten mittlerweile die meisten wissen. Aber was ist mit Pressemitteilungen? Es herrscht die weitverbreitete Meinung, dass diese doch extra für die Presse erstellt werden und daher zur Verbreitung in der Öffentlichkeit bestimmt sind. Das ist jedoch nicht ganz zutreffend. Die Experten von [anwalt.de](#) klären jetzt darüber auf, wie es sich juristisch gesehen, mit der Pressemitteilung verhält. Pressemitteilungen sind Sprachwerke nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 Urheberrechtsgesetz (UrhG) und unterliegen somit dem Urheberschutz. → [anwalt.de](#)

02: Der GOMEX "Personal Newsroom" ist ein Nachrichtenticker mit eingebauter Overnight-Express Mediathek. Die Anwendung für iPhone und andere Smartphones bringt übersichtlich Informationen und aktuelle Themen auf die Touchscreens von Smartphones und Tablets und kann außerdem Pressekonferenzen weltweit live übertragen. Sortiert nach Unternehmen und Events navigiert man sich wie durch einen Newsroom, bestellt dabei zusätzliche Informationen, kontaktiert Ansprechpartner und schickt dann gleich alles an die Redaktion weiter. Per Email, Twitter, was auch immer. Es geht also schneller als mit Overnight-Express. → [corporate-app.com](#)

Termine + Tagungen

Einladung: Offenes PR 2.0 Networking-Meetup – powered by PR-Journal

Anlässlich des bereits sechsten PR 2.0 Forums am 14./15. Dezember 2011 in Hamburg (<http://www.pr20forum.de>) laden Veranstalter Kongress Media, München und Sponsor PR-Journal, Siegburg zu einem offenen Networkingabend für die Kommunikationsbranche ein.

Das Abendevent findet statt am Mittwoch, 14. Dezember, ab 20 Uhr in der Kopiba, der Hamburger Web2.0-Coffee&Cocktail-Bar (<http://www.kopiba.de>). Der Eintritt ist frei, da die Kopiba max. 75 Personen fassen kann, sind die Plätze limitiert. Für die Teilnahme ist eine verbindliche Anmeldung über XING erforderlich: <http://goo.gl/IXJky>.

PR 2.0 FORUM am 14./15. Dezember, Hotel east, Hamburg



Unternehmen und PR-Agenturen stehen vor der Herausforderung, im zunehmenden Social Media Rauschen gezielter zu kommunizieren, um gehört zu werden. Das PR 2.0 FORUM adressiert diese Thematik am 14./15. Dezember in Hamburg in Keynotes, Expertendiskussionen und Fallstudienvorträgen u. a. von Frosch, GEMA, Die Grünen, mobile.de, Siemens, Steigenberger Hotels, Tchibo und Werkzeughersteller Walter. Drei Intensivseminare am Vortag der Konferenz vermitteln zusätzliches Strategie- und Praxiswissen zu Social Media Guidelines & Governance, Facebook in der Unternehmenskommunikation und Empfehlungsmarketing & Virale Kampagnen.

Die Frühbucherpreise gelten noch bis 23. November. Für Junioren, Einzelberater und Kleinagenturen bietet das Forum einen Sonderpreis. Weitere Information und Anmeldung auf www.pr20forum.de.

Termine compact (3) (46.KW-2011)

01: In einem Jahr findet das **World Public Relations Forum im Melbourne Convention and Exhibition Centre vom 18. bis 20. November 2012** statt. Kommunikations-Profis aus der ganzen Welt werden sich auf Einladung in Melbourne zum siebten Forum der Global Alliances versammeln. In zwölf Monaten heisst das Thema: "Communication without borders". Das Thema soll das globale Wesen des World Public Relations Forums und der heutigen Kommunikation wiedergeben. Kommunikation verändert die globale Gesellschaft und das Forum ist eine Gelegenheit, Grenzen abzubauen, interkulturelles Verständnis zu verbessern und darüber nachzudenken, wie der Beitrag der PR-Branche in unserer Welt verbessert werden kann. → worldprforum.com

02: **Bei der nächsten Speaker's Corner** begrüßt der Junioren-Vorstand der DPRG-Landesgruppe Nord Matthias Onken, freier Medienberater und Publizist. Bevor sich Onken im August dieses Jahres mit "Matthias Onken media" selbstständig machte, arbeitete er lange Jahre als Journalist. Zuletzt fungierte er von 2008 bis 2011 als Redaktionsleiter bei der "Bild" Hamburg. Wie Onken die ersten Schritte seiner Selbstständigkeit erlebt, welche PR-Erfahrungen er im Laufe seiner Karriere machte und wie er PR heute sieht, verrät er in der Speaker's Corner am 29. November in Hamburg. Bitte melden Sie sich zu dieser Veranstaltung an: otseinladung.de

03: Nachdem die ersten beiden Veranstaltungen des **Twittwoch Rhein-Main** in Frankfurt am Main und in Wiesbaden großen Anklang gefunden haben, geht es nun **am 30. November weiter in Mainz**. Start ist um 18:30 Uhr in den Räumen der Verlagsgruppe Rhein-Main. Das Thema lautet diesmal "Nutzung und Einsatz von Social Media bei Medien". Michael Umlandt, der für das ZDF twittert, wird dazu einen Einstiegsvortrag halten. Teilnehmer der anschließenden Podiumsdiskussion sind: Lutz Eberhard (Chefredakteur Online, Verlagsgruppe Rhein Main), Hans-Dieter Hillmoth (Geschäftsführer, Radio / Tele FFH), Umlandt (Hauptredaktion Neue Medien, ZDF). → twittwoch.de

Ausbildung + Seminare

Dieter Herbst zum Professor des Jahres 2011 gewählt

Dieter Herbst, Professor der Universität der Künste (UdK) Berlin, wurde vom Absolventenmagazin "Unicum Beruf" und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG als "Professor des Jahres 2011" in der Kategorie "Geistes-, Gesellschafts-, und Kulturwissenschaften" ausgezeichnet. Der Preis ehrt Hochschullehrer und -lehrerinnen, die sich schon während des Studiums besonders für die berufliche Perspektive ihrer Studierenden einsetzen. Herbst, der Leiter des Masterstudiengangs Leadership in Digitaler Kommunikation am Zentralinstitut für Weiterbildung der UdK Berlin ist, wurde von Studierenden und Kolleginnen und Kollegen als einer von rund 450 Professoren nominiert und nun von einer renommierten Jury als einer von vier Preisträgern ausgewählt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Online-Jobbörsen sind bei der Personalsuche unverzichtbar

Online-Jobbörsen sind das wichtigste Medium bei der Personalsuche von Unternehmen. Das hat eine repräsentative Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM unter 1.500 Firmen aller Branchen ergeben. Danach veröffentlichten im laufenden Jahr 79 Prozent der Unternehmen offene Stellen in Jobbörsen wie Stepstone, Monster oder Jobscout24. Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Anstieg um acht Prozentpunkte. Gleichzeitig etablieren sich Online-Netzwerke bei der Suche nach neuen Mitarbeitern. Ein Drittel aller Unternehmen publiziert offene Stellen in Communitys wie Facebook, StudiVZ oder Xing. Im Vorjahr waren es 29 Prozent, vor zwei Jahren lediglich zwölf Prozent. Zwei Drittel der befragten Unternehmen geben an, drei oder mehr Medien für Stellenanzeigen parallel zu nutzen. Dabei setzen die Personalabteilungen auf einen Mix aus Online- und Printmedien.

Die komplette BITKOM-Pressemeldung vom 15. November gibt es [hier](#).

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Lebensretter aus dem Topf - L'Aïgo Boulido

(nsb) „An apple a day, keeps the doctor away“, wissen die Briten. Sicher ist immerhin, dass frisches Obst den Körper mit ausreichend Vitaminen versorgt und das Immunsystem stärkt. In der Provence geht die Volksmedizin einen großen Schritt weiter. Dort gilt die Behauptung: „L'aïgo boulido sauvo la vido“ – gekochtes Wasser rettet das Leben! Wie das?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Digest (Lesehinweise)

Selbstmanagement: Organisation ist alles

Das A und O produktiver Arbeit ist es, sein Leben zu managen, ohne in Stress zu geraten. Die folgenden sechs Prinzipien können dabei helfen.

Prinzip 1: Den eigenen Vorteil kennen.

Viele CEOs, denen ich begegnet bin, sagen: "Dies sind die fünf wichtigsten Themen für das Unternehmen. Wer ist für jedes Thema am besten geeignet?" Dann schlagen sie sich selbst für alle fünf Bereiche vor. Das ist vielleicht die richtige Antwort, aber es ist die falsche Fragestellung, weil sie auf einem ichbezogenen Konzept des komparativen, also vergleichenden Vorteils basiert. Sie konzentriert sich darauf, was eine Führungskraft am besten kann, statt darauf, was das Unternehmen am dringendsten von ihr braucht. *Den Artikel von Robert C. Pozen am 21. November in "HarvardBusiness.manager" (Heft 7/2011) [hier online weiterlesen](#).*

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (61)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie

hier:

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

Neugierig? Begeistert? Technologie-affin? Wir suchen PR-Berater, Tübingen

Community Manager (m/w), Hamburg

Junior-Berater (m/w) und Berater (m/w) Social Media, Hamburg

Senior-PR-Berater/-in, Hamburg

Senior PR-Berater/in, München

PR-Senior- oder PR-Junior-Berater
Wirtschaft/Finanzen (m/w), Hamburg

Brand PR-Berater (m/w) für CrossPR, Düsseldorf

Projektmanager/in Public Relations, Mainz

PR-Berater (m/w) für häberlein&maurerer, Berlin

Junior Consultant (m/w) für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main

WBCO Public Relations sucht PR Consultant (m/w), Frankfurt

PR-Berater/in Food & Beverage, Hamburg

Hamburger PR-Agentur such Junior-Berater(in) für den Bereich Erneuerbare Energien

Account Director Marketing Communications & Brand PR (m/w), Frankfurt

PR-Junior-Berater (m/w) Marke, München

PR-Junior-Berater (m/w) Corporate Communications, München

Online-Redakteur(in), Großraum Karlsruhe

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

PR-Berater, Berlin

FAKTUM sucht PR-Berater (m/w), Heidelberg

PR Freelancer (m/w), München

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

PR-Berater/in Healthcare, Köln

Marketing Manager (w/m) als Elternzeitvertretung, Köln

Behörden (Öffentl.Dienst)

Online-Redakteur/in TU Darmstadt

Juniorfachkraft (m/w) Internet und Social Media - Deutschland, Bonn

Unternehmen

Manager Public Relations (m/w) inklusive Web-Redaktion, Isny i. Allgäu

Online Redakteur/in, Zug (Schweiz)

Pressereferent/-in Marketingkommunikation/Presse und PR, Frankfurt a.M.

GLOBALFOUNDRIES Dresden is looking for a Sr. Communications Manager (m/f)

Communication Manager f/m – Corporate Topics, Ingelheim

Redakteur/in mit fundierter PR-Beratungserfahrung, Berlin

Professur für PR/Kommunikationsmanagement (Vollzeit)

PR-Berater (m/w), Ruhrgebiet

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

Abteilungsleiter m/w Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Herborn

Verbände (Non-Profit)

2 Stellen Presse und Kommunikation, Münster/Berlin

Public Relation Executive (f/m), Köln

Freelancer

Professionelle Lösungen für Ihre Kommunikationsaufgaben

Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell

Flexible Unterstützung PR und Marketing

Kommunikationserprobte Zeitarbeiter springen ein

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. November 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.631 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

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

Stoltenow, Waldems
(sascha_stoltenoiw[at]yahoo.com).

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

Redaktionsrubrik "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.pranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.