

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 319 / 52. KW 2011 + 01. KW 2012

Seite 1

BILD, du Schwert und Schild des deutschen Volkes!! Erlöse uns!

Wie der Boulevard sich zum Leitstern aufschwingt, wie Medien und Politik ineinander fließen und was dabei herauskommt, wenn Grenzziehungen, Maßstäbe und Kategorien verloren gehen. Ein Essay über den deutschen Selbsthass und den Wulff in uns. Es war klar. Über Weihnachten herrschte Feuerpause. Fest des Friedens und so. Doch dann (in der Januaroffensive) begann die eigentliche Schlacht um den Bundespräsidenten. Mit einem geschickt lancierten Tonbandprotokoll.

1. Teil: Getretener Quark... und: 2. Teil: ...wird breit, nicht stark.

Diesen wirklich lesenswerten Beitrag von **Wolfgang Michal** am 4. Januar in seinem Blog [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DJV + andere gegen Einflussnahme d. Bundespräsidenten auf die Medien

Der Deutsche Journalisten-Verband hat sich gegen jegliche Versuche prominenter Persönlichkeiten gewandt, Einfluss auf die kritische Berichterstattung von Medien ausüben

zu wollen. Der DJV reagierte damit auf Meldungen, nach denen Bundespräsident Christian Wulff Mitte Dezember 2011 versucht haben soll, einen Bericht der Bild-Zeitung über die Finanzierung seines Privathauses zu verhindern. "Prominente müssen sich kritische Berichterstattung als Teil der Meinungsfreiheit gefallen lassen", machte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken deutlich. "Das müsste niemand besser wissen als der erste Mann im Staat."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie Sie als Manager Social Media nutzen können

Was soll ich denn auf Twitter? Da macht man sich nur lächerlich. Und brauche ich wirklich ein Xing-Profil? Dort tummeln sich doch nur Freiberufler und Leute, die einen Job wollen... von mir! Solche Einwände höre ich immer wieder, wenn ich mit erfahrenen Managern über den persönlichen Einsatz von Social Media diskutiere. Und keine Sorge, ich gehöre nicht zu den religiösen Eiferern, die meinen, jeder müsse im Netz unbedingt und überall präsent sein, noch dazu in jedem Job und auf jeder Ebene. Das wäre wirklich Unsinn. Es ist aber auch so, dass solche Einwände gerne als Vorwände missbraucht werden, um sich mit dem Thema nicht weiter beschäftigen und eine individuelle Lösung finden zu müssen.

Den Artikel von Jochen Mai am 27. Dezember in seinem Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).



Personalien

Wulff-Sprecher Glaeseker entlassen

Olaf Glaeseker, Sprecher des Bundespräsidenten Christian Wulff in Berlin wurde von Staatssekretär Lothar Hageböling, Chef des Bundespräsidialamtes, von seinen dienstlichen Aufgaben entbunden. Die Aufgaben des Sprechers des Bundespräsidenten und Leiters des Kommunikationsstabes im Bundespräsidialamt werden ab sofort kommissarisch von Petra Diroll wahrgenommen. Glaeseker hat selbst um seine Entlassung gebeten. Wie es heisst, sei er nicht bereit gewesen, im Rahmen der Berichterstattung über den Privatkredit und die privaten Urlaubsreisen Wulffs eine öffentliche Erörterung auch seines Privatlebens hinzunehmen. → welt.de
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (39) (52.KW-2011+01.KW-2012)

AGENTUREN:

01: Drei Neuzugänge bei Brandzeichen in Düsseldorf: **Gesche Hansen** verstärkt die Homecare & Fabriccare Unit als Account Managerin. Die studierte PR- und Kommunikationsmanagerin bringt Erfahrungen aus ihrem Praktikum in der Unternehmenskommunikation von L'Oréal Deutschland in Düsseldorf mit. **Julia Wernitz** unterstützt die Homecare Unit als Account

Managerin. Die Kommunikationswissenschaftlerin bringt Erfahrungen aus PR und Öffentlichkeitsarbeit, Projekt- und Veranstaltungsmanagement sowie aus dem Fernsehjournalismus mit. **Katrin Sutak** steigt als Account Managerin im Bereich Beauty ein. Nach ihrem Studium des International Managements führte sie neben Beratungsprojekten unter anderem Marketingmaßnahmen für bekannte Luxusmarken in den Bereichen Beauty, Mode und Lifestyle durch

02: **Moritz Schlanke** und **Julie Albisser** absolvieren ein Praktikum bei der Agentur PRfact. Schlanke hat Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Universität Zürich studiert, Albisser hat im Sommer ihre Matura abgeschlossen und verfügt über erste Berufserfahrungen in den Bereichen Fashion, Eventmanagement und Film. **Caroline Ebenroth** ist als Junior Consultant neu bei PRfact. Die diplomierte PR-Fachfrau kommt von der PR-Agentur Karl F. Schneider in Schlieren (CH), wo sie Projekte und Kunden in den Bereichen Energie, Haushalt und Gastronomie betreute.

03: **Anja Groeschel** unterstützt die Berliner Agentur Blumberry im Bereich Campaigning. Sie war zuvor für die Agentur Zum goldenen Hirschen in Berlin tätig. **Antje Besser** ist Leiterin Produktion und Werbeberatung bei Blumberry. Sie kommt ebenfalls von der Agentur Zum goldenen Hirschen. **Sebastian Luig** ist neuer Leiter PR-Redaktion und **Steffen Köhler** ist neuer Art Director für Campaigning bei Blumberry.

04: **Ulrich Deupmann** wurde am 1. Januar 2012 neuer Partner bei Brunswick in Deutschland mit Sitz in Berlin. Der ehemalige Berater und



Redenschreiber von Bundesaußenminister a.D. Frank-Walter Steinmeier (SPD) arbeitete als Redakteur und Büroleiter für die Süddeutsche Zeitung, die Berliner Zeitung, den Spiegel und die Bild am Sonntag, zuletzt war er als freier Berater tätig.

05: **Jessica Probst** (30) ist neue Account Managerin bei der vor einem Jahr gegründeten Kommunikationsberatung Schillinger & Pankratz in Frankfurt am Main. Sie kommt von MRM Worldwide, einer Tochter der McCann Worldgroup, in Frankfurt am Main, wo sie seit 2007 für verschiedene Etats und Kunden als Account Managerin verantwortlich war.

06: **Nina Lungershausen** (33) startet in einer Doppelfunktion als Project Managerin und PR Consultant bei der Kreativen Kooperative Bartenbach (GWA) in Mainz. Zuvor war sie seit Februar 2008 bei dem Modeunternehmen Peek & Cloppenburg in Düsseldorf im Projektmanagement/Marketing tätig.

07: **Anna Maria Schwendinger** (22) unterstützt als PR-Assistentin die Agentur com.media PR in Wien (AT) in der klassischen PR-Arbeit auch in den Bereichen Internet und Social Media. Sie absolvierte zuvor ein Studium in Publizistik- und Kommunikationswissenschaften.

08: **Anastasia Ivanova** startet bei Lohr-Nehmer PR in Baden-Baden als Kundenbetreuerin in den Bereichen Fashion & Lifestyle. Sie hat im Oktober 2011 ihr Studium abgeschlossen und ein Praktikum bei Lohr-Nehmer PR gestartet.

09: **Caroline Kamerbeek** ist neue Director Corporate Marketing & Communications bei KEMA in Arnhem (NL). Sie war in den vergangenen neun Jahre bei Philips in den Bereichen Marketing und Kommunikation tätig.

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost
Handelsblatt
Frankfurter Allgemeine Zeitung
WELT
FINANCIAL TIMES
DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchiv und Wirtschaftsinformationen

- Über 350 Zeitungen und Zeitschriften
- Firmenprofile
- Handelsregisterauszüge u.v.m.

Einfach klicken und kennenlernen.

UNTERNEHMEN:

10: **Anna Corinna Hummel** (26) ist Corporate Communications Manager für Deutschland und Österreich bei Fidelity Worldwide Investment in Kronberg. Gleichzeitig wird sie sich um Projekte aus dem Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) kümmern. Hummel betreute zuvor als PR-Beraterin für Kapitalmarkt- und Unternehmenskommunikation Kunden von Burson-Marsteller in Frankfurt am Main und London.

Christian Kronberger (39) ist Senior Corporate Communications Manager für Deutschland und Österreich bei Fidelity. Er ist vorrangig für die Kommunikation des Privatkundengeschäfts über Vertriebspartner sowie für die Frankfurter Fondsbank zuständig. Kronberger kommt von Klenk & Hoursch Corporate Communications in Frankfurt am Main, wo er als Senior Consultant Kunden betreut hat. Er folgt auf **Eva Lechner**, die das Unternehmen im Sommer verlassen hat.

11: **Matthias Jansen**, Leiter der Pressestelle und Pressesprecher von Allianz Global Investors in Frankfurt am Main, verließ das Unternehmen am 31. Dezember 2011. Er kam 2000 als Pressesprecher zum Deutschen Investment Trust (DIT) und hat die Entwicklung zu Allianz Global Investors kommunikativ begleitet. 2007 wechselte Jansen zu cominvest Asset Management. Nach dem Zusammenschluss von cominvest Asset Management und Allianz Global Investors im Zuge der Übernahme der Dresdner Bank durch die Commerzbank kehrte Jansen zu Allianz Global Investors zurück.

12: **Frank Lilie** (41) übernimmt zum Jahreswechsel die neu geschaffene Stelle des Pressesprecher der Astra-Satellitenplattform HD Plus. Unterstützt wird er bei seiner Arbeit von der Agentur ergo Kommunikation (GPRA), deren Geschäftsführungsmitglied **Dirk Heerdegen** die Funktion des HD-Plus-Pressesprechers als externer Berater bislang inne hatte. Bis März 2010 leitete Lilie die Abteilung Presse & PR bei RTL2 Fernsehen, wo er sechs Jahre zuvor als Pressereferent begann, anschliessend arbeitete er als freiberuflicher Kommunikationsberater.

13: **Ute Ebers** (44 Jahre) übernimmt als Head of Corporate Communications die Leitung der Unternehmenskommunikation bei Techem in Eschborn und ist damit für die Interne und Externe Kommunikation sowie Public Affairs verantwortlich. Zuvor war sie als Senior Public Relations Manager für die Kommunikationsarbeit bei EMC Deutschland in Schwalbach verantwortlich. Ebers tritt die Nachfolge von **Jens Christmann** an und verstärkt das Team um Cornelia Müller, Head of Corporate Marketing and Communication.

- 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

14: **Martin Schrader** (46) verstärkt als Pressesprecher die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Talanx in Hannover, schwerpunktmäßig für Fragen zur Industrierversicherung und zum internationalen Privat- und Firmenversicherungsgeschäft. der frühere Redakteur der "Financial Times" war zuvor als Online-Redakteur bei der Deutschen Welle tätig. Schrader folgt auf **Christoph Groffy** (62) der nach 14-jähriger Tätigkeit im Talanx-Konzern zum Jahresende 2011 in den Ruhestand ging.

15: **Benita von Maltzahn** übernimmt innerhalb der Konzernkommunikation von Volkswagen in Wolfsburg die Leitung des neu geschaffenen Ressorts "Kultur und Gesellschaft". Damit sollen Schlüsselthemen wie gesellschaftliche Verantwortung, Nachhaltigkeit, Sponsoring, Kultur- und Sportförderung zusammengeführt und kommuniziert werden. Von Maltzahn ist seit 1999 für den Konzern tätig, zuletzt für Bentley Europe als Leiterin Kommunikation, Marketing und VIP-Sales.

16: **Kathleen Voigt** (32) hat die Position des Head of Community Management & Public Relations bei dem sozialen Netzwerk wer-kennt-wen.de in Köln übernommen. Die Medienwissenschaftlerin und frühere Journalistin kommt von Versatel in Düsseldorf, wo sie als Pressesprecherin für die externe und interne Unternehmenskommunikation verantwortlich war und die Social-Media-Aktivitäten sowie das Online-Community-Management des Unternehmens aufgebaut hat.

17: **Nicole Mehr** (36) ist Director Corporate Affairs and Communications Europe bei Harman in Karlsbad und übernimmt die Funktion der Pressesprecherin. Sie kommt von den Pfalzwerken in Ludwigshafen, wo sie seit März 2006 im Bereich Unternehmenskommunikation & Marketing als Pressesprecherin und Coporate Communications Managerin für die Interne und Externe Unternehmenskommunikation sowie Social Media Relations verantwortlich war.

18: **Karla Kallauch** (41) startete am 1. Januar 2012 bei Dresden Marketing (DMG) als Managerin Public Relations und zeichnet für die lokale, regionale und nationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Die studierte Germanistin und Anglistin war zuletzt als freie PR-Beraterin tätig und hatte neben ihrer Tätigkeit für die Deutschen Werkstätten Hellerau die DMG bereits in der lokalen Pressearbeit unterstützt.

19: **Marco Hardt** (44) leitet den neu geschaffenen Bereich Corporate Public Affairs bei dem Pharmakonzern Novartis in Basel (CH), er unterstützt die politischen Aktivitäten der verschiedenen Geschäftsbereiche des Unternehmens. Hardt ist ehemaliger Sprecher des Berliner Wirtschaftssenators Elmar Pieroth (CDU) und war zuletzt Public-Affairs-Chef der Agentur Burson-Marsteller in Berlin.

Fachtagung
Community Management
 Herausforderungen und Chancen für die PR
 23./24.2.2012//Berlin

Referenten von ADAC, Bayer, E-Plus, McDonald's, Microsoft und XING zeigen, wie Sie die neue strategische Aufgabe der PR meistern:

- **Community Identity für Netzwerke**
- **Zielgruppen bestimmen**
- **Themen setzen, Dialoge gestalten**
- **Crowdsourcing**
- **Mitarbeiter-Guidelines**
- **Erfolgsmessung**
- **juristische Fallstricke**

FRÜHBUCHER-
 RABATT BIS
 27.01.2012

WWW.TAGUNG-SOCIALMEDIA.DE

20: **Thomas Oberle** verantwortet als Pressesprecher die interne und externe Kommunikation, die Finanzmarktkommunikation und die Medienarbeit der vier Produktionsstandorte sowie der Tochtergesellschaften des Küchenherstellers Alno in Pfullendorf. Der gelernte Journalist kommt von den Poggenpohl Möbelwerken in Herford, wo er seit März 2008 als Leiter Public Relations tätig war.

21: **Fiona Flannery** (30) übernimmt als Public Relations Director die Leitung der Presseabteilung bei Fiat Group Automobiles Switzerland in Schlieren (CH). Die studierte Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin war zuvor als Public Relations Managerin bei Sony Switzerland & Austria in Schlieren (CH) tätig.

22: **Norbert Löhner** ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation des Versicherungsunternehmens ÖKK in Landquart (CH). Der studierte Betriebsökonom war zuvor als Kommunikations- und Strategieberater für die

Departementsleitung des eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartements (EJPD) in Bern tätig

23: **Carsten Nillies** (41) ist neuer Leiter Marketing & Kommunikation des Hamburger Unternehmens Info. Zuvor war er seit November 2005 Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Hamburger HanseNet Telekommunikation.

24: **Anthia Reckziegel** (45) verstärkt als Referentin den Bereich Unternehmenskommunikation bei Toyota Deutschland in Köln, der von **Ekkardt Sensendorf** geleitet wird. Sie hat langjährige Erfahrung als PR-Beraterin in Agenturen und leitete zuletzt die Pressestelle des IT-Systemanbieters Rittal in Herborn.

25: **Nikolaus Schmidt** (49) leitet als Pressesprecher den neu geschaffenen Bereich Energiepolitik der SWN Stadtwerke Neumünster. Der frühere Zeitungsredakteur war seit 2009 für Open Grid Europe, ein Tochterunternehmen von E.ON Ruhrgas, in Essen als Leiter Externe Kommunikation tätig.

26: **Maike Staemmler** ist neue Referentin Unternehmenskommunikation und Pressearbeit bei Pharma Privat in Braunschweig. Die Diplompolitologin kommt von den Gruner+Jahr Wirtschaftsmedien in Hamburg, wo sie seit Juli 2008 als Manager Konferenzen tätig war.

27: **Bettina Eichhammer** ist für die Public Relations bei Blaupunkt Telematics in Hildesheim verantwortlich. Die frühere Siemens-PR-Redakteurin war seit November 2010 mit ihrer Agentur "The Department" in München in der PR-Beratung selbstständig tätig.

28: **Markus Müller** (41) ist neuer Gruppenleiter Kommunikation der Stuttgarter



Lebensversicherung. Er kommt von der Bausparkasse Schwäbisch Hall, wo er sieben Jahre die Mediastrategie und -planung verantwortete, zuletzt in leitender Position.

29: **Claudia von Bothmer** (37) hat die Position des Head of Corporate Responsibility bei Telefónica Germany in München übernommen. Zuvor leitete sie den Bereich PR & Kommunikation der McDonald's Kinderhilfe.

30: **Jan Olaf Hansen** (32) übernimmt die Position des Leiters Marketing & PR der fairvesta Group in Tübingen. Er war zuvor für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei dem Maklerpool Jung, DMS & Cie. zuständig.

MEDIEN:

31: **Joachim Peter** (37) startet als Textchef Politik bei der Nachrichtenagentur dapd in Berlin. Die überwiegende Zeit seiner nunmehr 13-jährigen

Laufbahn in der Medienbranche war er Redakteur und Parlamentskorrespondent der "Welt"-Gruppe. Zuletzt verantwortete Peter die Leitung des Referats Strategische Kommunikation im Bundesministerium der Verteidigung.

VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

32: **Christoph Schommer** (43) ist neuer Leiter der Öffentlichkeitsarbeit bei dem Katholischen Schulverband im Erzbistum Hamburg. Zuvor war er seit Oktober 1998 Leiter des Bereichs Öffentlichkeitsarbeit im Bonifatiuswerk der Deutschen Katholiken in Paderborn. **Verena Schäfers** tritt seine Nachfolge innerhalb des Diaspora-Hilfswerkes an. Sie war bislang Referentin für den Bereich Unternehmenskommunikation und Marketing in den St. Augustinus-Kliniken in Neuss.

33: **Sandra Ihrig** (25) übernimmt die Öffentlichkeitsabteilung des Staatstheaters Wiesbaden. Bisher war sie als Pressereferentin des Theaters tätig. **Lucia Zimmermann** (33) betreut die elektronischen Medien. Sie kommt aus Pristina, wo sie für ein Theater-Festival zuständig war. **Anselm Henkel** (37) ist für die Betreuung von TV und Rundfunk zuständig. Der freie Fernsehjournalist hat bislang für ZDF/3sat kulturelle und soziale Themen gedreht und produziert.

34: **Andreas Csar** (28) übernimmt ab Januar 2012 die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) in Wien (AT). Er ist derzeit noch als Referent der Stabsabteilung Presse in der Wirtschaftskammer Österreich in Wien (AT) für die Pressebetreuung zuständig. Csar folgt auf **Hannes Schopf**, der sich nach mehr als



zwölfjähriger Tätigkeit im VÖZ im Februar 2012 in den Ruhestand verabschiedet.

35: **Mario Spitzmüller** übernahm am 1. Januar 2012 die Aufgaben als Leiter Kommunikation und Pressesprecher bei dem Industrie-Verband Hamburg (IVH). Er kam im Juli 2011 als Leiter Industrie-Politik zum IVH, nachdem er zuvor seit Januar 2011 Leiter Unternehmenskommunikation bei coop in Kiel war

36: **Annette Tufts** (52) ist neue Sprecherin der Universitätsklinik Freiburg. Die Journalistin ("Welt") war bisher Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Uniklinikums Heidelberg und der Medizinischen Fakultät der Uni Heidelberg.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

37: **Claudia Stäuble** (39) wird neue Pressesprecherin der Berliner SPD-Fraktion. Die studierte Publizistin und Kommunikationswissenschaftlerin arbeitet bereits seit August 2008 als Pressereferentin in der SPD-Fraktion. Stäuble folgt auf **Thorsten Mette** (42), der seit 2008 die Pressestelle der SPD-Fraktion leitete. Mette wechselt in die Berliner Senatsverwaltung für Bildung und Wissenschaft, wo er die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit übernimmt.

38: **Kurt Graf** hat am 1. Januar 2012 das Amt als Chef Kommunikation bei der Polizei in Luzern (CH) übernommen. Er ist seit 1983 ist er bei der Kriminalpolizei im Einsatz, seit Januar 2000 als stellvertretender Chef der Kriminalpolizei. Graf tritt

die Nachfolge von **Richard Huwiler** an, der in eine Kaderstelle der Strafanstalt Wauwilermoos wechselte.

39: **Detlef Feige** (51) ist neuer Pressesprecher im Justizministerium Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf. Der Kommunikationswirt war zuvor 14 Jahre lang Pressesprecher und Leiter des Kommunikationsamtes der Stadt Essen. Er folgt auf **Ulrich Hermanski**, der eine neue Aufgabe im Haus übernehmen wird.

Etats

BVEO startet 2012 eine neue Marketing- und PR-Kampagne mit fischerAppelt

Die Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse (BVEO) startet im kommenden Jahr mit einer neuen und bundesweiten Verbraucherkampagne. Betreuende Agentur ist das Kölner Büro von fischerAppelt (GPRA), die sich in einer Ausschreibung durchsetzen konnte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschreibung Verkehrssicherheitsrat: Betreuung für Verkehrssicherheitskampagne

Die Kampagne "bester beifahrer" wurde im Jahr 2007 gestartet und hat zum Ziel, moderne Fahrerassistenzsysteme und deren Unfallvermeidungspotenziale bekannt zu machen. Über die Information und Aufklärung bestimmter Multiplikatorengruppen soll weiterhin eine breitere Öffentlichkeit erreicht werden. In der praktischen Umsetzung bedienen sich der

DVR und seine Partner dabei unterschiedlicher Formen: - Presse und Medienarbeit, - Onlineauftritt inkl. Nutzeranalyse, - Pflege und Aktualisierung der Datenbank inkl. Nutzeranalyse, - Informationsbroschüren für verschiedene Zielgruppen und Endverbraucher, - Beteiligung an Messen und einschlägigen Fachveranstaltungen und - Produktion von AV-Informationsmedien. Ausschreibungsdetails unter bund.de

Etats compact (35) (52.KW-2011+01.KW-2012)

01: Stena Line Scandinavia, Kiel
was: *DACH-Gesamtkommunikation*
an: **New Communication Management**, Kiel

02: Up2date Solutions, Nürnberg
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR Solutions by Melanie Schacker**, Frankfurt am Main

03: USG People Germany, München
was: *Medien- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Wefra PR** Gesellschaft für Public Relations, Neu-Isenburg

04: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Berlin
was: *Leitagentur die die Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Ketchum Pleon** (GPRA), Berlin
was: *Kampagne zur Einführung der Familienpflegezeit*
an: **A&B One** (GPRA), Berlin

05: H&R, Hamburg
was: *Geschäftsbericht 2011 und Quartalsberichte 2012*
an: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

06: Hotelodeo, Berlin
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für*

hotelodeo.com

an: **Cypress Travel**. Communications, Berlin

07: TÜV Rheinland, Köln

was: *Erstellung der Unternehmensberichte 2011 und 2012*

was: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

08: Südwestrundfunk, Stuttgart

was: *Kampagne 2012 "Ich hab Eins im Ohr" des Radiosenders SWR1*

an: **fischerAppelt, tv media** (GPRA), Stuttgart

09: Süwag Energie, Frankfurt am Main

was: *Entwicklung und Positionierung der neuen Unternehmensmarke Syna*

an: **Deekeling Arndt Advisors Communications**, Düsseldorf

10: Baltic Sea Region Programme 2007-2013, Rostock

was: *Kommunikationskampagne für das South Baltic Global Access Project (SBGA)*

an: **C&C Contact & Creation**, Frankfurt am Main

11: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Frankfurt am Main

was: *PR und Blogger Relations zum Launch von Liro Color (E-Reader des Buchhandels)*

an: **get noticed! communications**, Düsseldorf/Köln

12: Verband niedergelassener Zahnärzte Land Brandenburg (VNZ LB), Potsdam

was: *Erstellung einer Informationsbroschüre anlässlich der Wahlen zur Kammerversammlung*

an: **4iMedia**, Leipzig

13: BPW Bergische Achsen, Wiehl

was: *Entwicklung der nationalen Wettkampfsreihe "Eco Disc Challenge" im Rahmen einer Roadshow*

an: **Ansel & Möllers**, Stuttgart

was: *mediale Begleitung der Wettkampfsreihe und der Roadshow*

an: **RTS Rieger Team**, Stuttgart

14: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ), Berlin

was: *Verlängerung des Etats für die Öffentlichkeitsarbeit zum Aktionsprogramm "Mehrgenerationenhäuser"*

an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin

15: Arbeitsgemeinschaft Medientreffpunkt Mitteldeutschland, Leipzig

was: *Event- und Online-Kommunikation für den Fachkongress "Medientreffpunkt Mitteldeutschland 2012" (MTM)*

an: **4iMedia**, Leipzig

16: Lego Wear, München

was: *Fach- und Endverbraucher-Kommunikation neuer Kollektionen sowie der Unternehmenswerte in Deutschland*

an: **Uhlmann PR**, Augsburg

17: ICQ, München

was: *kontinuierliche klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Social Media und App-Marketing Aktivitäten*

an: **Schwartz Public Relations**, München

18: Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, Stuttgart

was: *Fachtagung auf dem Tourismustag Baden-Württemberg im Rahmen der Messe Caravan, Motor, Touristik (CMT)*

an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

19: CBR Fashion Holding, Celle

was: *Medienarbeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz für die limitierte Kapselkollektion "Styling Legends for OneTouch"*

an: **Willich Communications**, Hamburg

20: Messe Stuttgart
 was: *Aktivitäten im Rahmen des Online-Marketings sowie Pressearbeit für das IT-Event im Herbst und die Fachmesse für Laser-Materialbearbeitung Lasys 2012*
 an: **good news!**, Stockelsdorf

21: R&M Wegener, Lauterbach
 was: *PR-Arbeit für Wegener Headwear*
 22: Mrs.Sporty, Berlin
 was: *projektweise Presse und Öffentlichkeitsarbeit*
 an: **FNBpublic**, Köln

23: Betfair Deutschland, München
 was: *Unternehmenskommunikation in Deutschland*

24: Volkswagen, Wolfsburg
 was: *Eventplanung für eine internationale Konferenz*

25: Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Bonn
 was: *strategische Kommunikation und Verbraucherkommunikation*

26: Turner Broadcasting System Deutschland, München

was: *Entwicklung einer Kampagne zum Launch des Frauen- und Lifestylesenders "glitz"*

27: Handelsverband Deutschland (HDE) Der Einzelhandel, Berlin
 was: *Umsetzung der Branchenkampagne "Alles fürs Leben" in den Bereichen PR, Werbung, Event und Online*
 an: **Blumberry**, Berlin

28: Forum Wellpappe Austria, Wien (AT)
 was: *Strategie und Umsetzung sämtlicher Kommunikationsaktivitäten*
 an: **com_unit**, Wien (AT)

29: Sputnik Engineering, Biel (CH)
 was: *nternationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für SolarMax Wechselrichter*

an: **GlobalCom PR-Network**, Garching bei München

30: Hotel Ilio, Marciana/Elba (IT)
 was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Deutschland, Österreich und die Schweiz*
 an: **Abate-Daga PR**, München

31: Heineken Switzerland, Luzern (CH)
 was: *Medien- und PR-Arbeit*

32: Jochen Schweizer, München
 was: *Medienarbeit sowie PR-Massnahmen für die ganze Schweiz*

33: Renaissance Zürich Tower Hotel, Zürich (CH)
 was: *PR- und Medienarbeit, Kooperationen, Events und Marketingsupport*

34: Orianne Collins Jewellery, Nyon (CH)
 was: *Medien- und PR-Arbeit sowie*

Marketingmassnahmen für die ganze Schweiz

35: Little Dreams Foundation, Nyon (CH)
 was: *PR- und Kommunikationsmassnahmen sowie Events in der Deutschschweiz*
 an: **PRfact**, Zürich (CH)

Branche

Interessantes, Nachdenkliches und Amüsantes aus der Medienbranche am Jahresende



Der Dezember ist das Finale des Kommunikationsjahres. Weihnachts-Kampagnen laufen, man/frau blickt zurück und voraus, die dominanten Farben sind Rot und Weiss und wenn Medien jetzt einen Geruch haben, dann ist es Apfelmispelgeruch. Was uns alles aus der Medienwelt in die Redaktion geschneit kommt, fassen wir in diesem Artikel in loser Reihenfolge zu einer Kompilation zusammen.

Lesen Sie im Folgenden unsere
Glühweinsmischung der (vor)weihnachtlichen und
jahresendzeitlichen Medienmeldungen:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tarnkappen-Journalismus für Pressestellentest

Wer das "prmagazin" kennt, weiß um die in jeder Ausgabe präsentierten Pressestellen-Tests. Im heute frisch erschienenen Heft 1-2012 (leider nicht online) waren die PR-Verantwortlichen in PR-Agenturen an der Reihe. Auf der einen Seite natürlich eine Überraschung, denn so hat sich das Rätsel um den freien Journalisten "Peter Ingolsen" gelöst, der sich Anfang Dezember bei uns meldete und Fragen zum Image der PR Branche stellte. Zu seiner Person war bei Google & Co. nichts zu finden und sein angeblicher Auftraggeber kannte ihn auch nicht. Auf der anderen Seite halte ich – trotz relativ guter Platzierungen von Kunden und nun auch uns – die Methodik des Tests für fragwürdig. Wie entsteht eigentlich dieses Ranking?
Den Artikel von Stephan Fink, Vorstand Fink & Fuchs PR in Wiesbaden/München am 2. Januar 2012 in Blog seiner Agentur [hier online weiterlesen](#).

Causa Wulff - was PR-Profis dazu sagen

Bruchstückhafte Informationen, ominöse Anrufe und ein Fernseh-Interview. Man mag von Bundespräsident Wulff halten, was man will, alleine aus PR-Sicht gibt es viel zu sagen. In der letzten Zeit haben sich PR-Profis zu Wort gemeldet und die jeweils aktuellen Geschehnisse analysiert, kritisiert und kommentiert. Lesen Sie im Folgenden unsere Zusammenstellung, wie die PR-Branche auf die Kommunikation des

Bundespräsidenten reagiert:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interne Kommunikation: Der persönliche Kontakt zählt

Interne Kommunikation in deutschen Unternehmen ist Chefsache, wie die Berliner PR-Agentur Index mit einer Umfrage ermittelte. Der persönliche Kontakt der Führungsebene mit den Mitarbeitern spielt nach wie vor eine große Rolle. Das Web 2.0 hingegen wird nur unzureichend eingesetzt, obwohl es geeignet ist für den Mitarbeiterdialog. Der direkte und persönliche Kontakt der Unternehmensleitung zu den Mitarbeitern ist für die interne Kommunikation besonders wichtig: 54 Prozent der Befragten gaben die Geschäftsführung/den Vorstand als maßgebliche Akteure in der internen Kommunikation an. Dazu passt auch, dass Informations- und Mitarbeiterveranstaltungen zu den am häufigsten umgesetzten Maßnahmen gehören (58,5 Prozent). Sie animieren die Mitarbeiter auch am stärksten zu Feedback.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (8) (52.KW-2011+01.KW-2012)

01: **Roth & Lorenz in Stuttgart ist "Sustainable Company powered by FAMAB"**. Der Verband Direkte Wirtschaftskommunikation (FAMAB) in Rheda-Wiedenbrück zeichnete die Agentur für Erlebniskommunikation mit dem Nachhaltigkeits-Zertifikat aus. Mit dem Siegel erfüllt die Agentur die FAMAB-Qualitätskriterien: Nachhaltigkeit gegenüber der Umwelt, nachfolgenden Generationen, dem Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten sowie gegenüber seinen Mitarbeitern. Roth & Lorenz hatte sich zuvor einer Prüfung durch VIABONO unterzogen. → rothundlorenz.de

02: Wer eine werbende Pressemitteilung übernimmt, muss die entsprechende **Pressemitteilung als Werbung kennzeichnen**. Das Landgericht Düsseldorf hat entschieden, dass ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vorliegt, wenn eine entsprechende Kennzeichnung unterbleibt (Az. 12 O 329/11). Im Rahmen von Veröffentlichungen muss deutlich zwischen redaktionellen und werblichen Inhalten getrennt werden und Werbung muss eindeutig als solche gekennzeichnet werden. Ein neutraler Leser misst einem redaktionellen Beitrag regelmäßig eine größere Bedeutung und Beachtung, als ein eindeutig als Werbung gekennzeichnete Beitrag. → presserecht-aktuell.de

03: **Kreative Healthcare-Kommunikation steht auch im 20. Jahr des "Comprix" im Mittelpunkt dieses Pharma-Kommunikations-Preises**. Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater sind aufgerufen, sich mit ihren besten Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und anderen Kommunikationsmaßnahmen in den vier Bereichen "Rx", "OTC", "Non-Rx – Non-OTC" und "Digitale Medien" zu bewerben. Die Bewerbungsfrist für die Gold-Awards in 44 Kategorien läuft bis 17. Februar. Dann haben drei Juries die Aufgabe, aus den eingereichten Arbeiten die Besten der Besten herauszufiltern und die Comprix-Gold-Awards auf der Gala zur Preisverleihung am 4. Mai in Köln zu vergeben. → comprix.com

04: Die Hamburger Agentur **JOM Jäschke Operational Media, Hamburg prognostiziert für den Deutschen Werbemarkt in 2012 ein Minus von rund einem Prozent**. Dies entspricht einer Reduktion des Gesamtwerbevolumens von 220 Millionen Euro gegenüber dem Vorjahr. Bereinigt um Preissteigerungen und Rabatte belaufen sich die Werbeumsätze der Medien

dann auf insgesamt 21,7 Mrd. Euro. Im abgelaufenen Jahr 2011 sah die Situation noch deutlich positiver aus. Unter dem Strich dürfte der Zuwachs hier bei ca. 3,5% liegen und der Gesamtmarkt ein Volumen von knapp 22 Mrd. Euro erreicht haben. → presseportal.ch

05: **Dass ein Autobauer eine neue PR-Agentur engagiert ist eigentlich nichts Besonderes - im Fall von Suzuki aber schon**: Auf der Kundenliste der britischen Agentur "Bell Pottinger" stehen neben Suzuki auch die repressiven Regime aus dem Iran, Weißrussland oder Syrien. (...) Deutsche Journalisten und Kenner der PR-Branche wundern sich nun über den Auftrag für Bell Pottinger, die hierzulande bislang kaum in Erscheinung getreten sind: Soll die Agentur im "Rosenkrieg" der Autobauer die Drecksarbeit für Suzuki erledigen? Und verspielen die Asiaten damit ihr Renommee? → fr-online.de

06: **News aktuell in Hamburg lagert media workshops unter eigene Regie aus**. 2012 wird sich die dpa-Tochtergesellschaft news aktuell auf die Kerngeschäftsbereiche Verbreitungsleistungen, Adressen und Monitoring sowie Finanzmarktkommunikation konzentrieren. Mit der Erfahrung aus zehn Jahren im Seminargeschäft werden die drei Mitarbeiterinnen des Teams, Nicole Hirt, Berit Siewert und Stephanie Piehl, das bisherige Angebot der media workshops selbstständig in Eigenregie fortführen und die Marke "media workshop" übernehmen. → media-workshop.de

07: **Öffentlichkeitsarbeit als Pflichtaufgabe eines jeden Wissenschaftlers**. Wissenschaftsbloggerin Wenke Bönisch äußert sich zum digitalen Wandel. Bönisch ist eine Wissenschaftsbloggerin der ersten Stunde. Die Historikerin führt seit Jahren einen eigenen Blog und nutzt zusätzlich zahlreiche Soziale Netzwerke, um mit Wissenschaftlern und anderen Interessierten ins Gespräch zu kommen -

über Wissenschaft und Publizieren. → lisa.gerdahenkel-stiftung.de

08: Wer einen Flow erleben oder einfach nur mal in Ruhe etwas arbeiten möchte, darf sich nicht unterbrechen lassen. Eine Auszeit von Anrufen und Besuchen kann eine „stille Stunde“ schaffen, die nach außen hin klar kommuniziert wird. Aber geht das überhaupt? Stephan Fink, Vorstandsvorsitzender und Pressesprecher der Fink & Fuchs Public Relations, gibt Tipps, die Ruhezeiten für konzentriertes Arbeiten im Alltag schaffen. → arbeit-und-gesundheit.de

Internationale PR

Südkorea: Hankook Tire hat neue Vizepräsidentin für Public Relations

Der koreanische Reifenhersteller Hankook Tire Co. hat erstmals einen weiblichen Vice-President. Danach hat das Unternehmen Kim Hyun-Kyung zur neuen Chefin der PR-Abteilung in der Unternehmenszentrale in Seoul berufen. Kim hatte sich unter anderem um die internationale PR und das Sportmarketing der Samsung Group gekümmert und blickt auf mittlerweile 18 Jahre Berufserfahrung zurück. Kim berichtet in ihrer neuen Funktion an President Cho Hyun-Bum als Chef der "Management Planning Division" des Herstellers. → reifenpresse.de

Schweiz: Wechsel i. d. Geschäftsleitung v. Burson-Marsteller

Burson-Marsteller in Zürich (CH) gibt einen Wechsel in der Geschäftsleitung bekannt: Martin Hofer, bisher Leiter Corporate Communications,

übernimmt Public Affairs. Ute Dehn Christen, bisher Leiterin Corporate Financial Communications, ist neu für den gesamten Corporate & Financial Communications-Bereich verantwortlich. Chris Cartwright wird neuer Leiter des Genfer Büros [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SocialMedia + Web 2.0

Studie: Nutzerverhalten der Deutschen im Social Web ausbaufähig

Wie nehmen Verbraucher die Märkte in Europa wahr? Welche Kanäle werden in welcher Frequenz vom Konsumenten genutzt? Welche Einstellung haben die User zu Marken im Social Media? Dies ist nur ein Auszug aus dem Fragenkomplex, den die aktuelle Porter Novelli-Studie "Social Consumers in Europe" behandelt. Die jährliche Studie basiert auf einer Befragung von mehr als 10.000 europäischen Verbrauchern aus Großbritannien, Frankreich, Spanien, Belgien, den Niederlanden und Deutschland, die im Juli dieses Jahres durchgeführt wurde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

w&v: Social Media im Rückblick 2011: Die Aufreger-Thesen des Jahres

Einst waren es die Klowände der Republik, heute ist Social Media das wichtigste Thema der Branche. Deswegen wird immer noch mit harten Bandagen und steilen Thesen um die inhaltliche Vorherrschaft gestritten. W&V Online hat die Aufreger-Zitate im Rückblick gesammelt.

Diese Übersicht der w&v-Redaktion vom 27.

Dezember [hier online weiterlesen.](#)

Bild und SpOn sind Social-Media-Leitmedien

Oft werden sie bei Twitter und Facebook verspottet, doch wenn es um das tägliche Nachrichtengeschäft geht, sind sie doch die beiden Quellen, die von den Social-Media-Nutzern am häufigsten empfohlen werden: "Bild.de" und "Spiegel Online". Wie eine neue Analyse der 100 deutschsprachigen publizistischen Beiträge zeigt, die im Jahr 2011 die meisten Likes, Shares, Tweets und +1s bekommen haben, waren Bild.de und SpOn mit großem Abstand die Leitmedien der Nutzer. Den Artikel von Jens Schröder am 4. Januar in "Meedia" [hier online weiterlesen](#).

B2B Kommunikation: Mehr Social Media in 2012

Zum Beginn des neuen Jahres habe ich mir mal angeschaut, was in 2012 im B2B-Bereich zum Thema Social Media so auf uns zukommt und Michael Frank, der bei RTS Rieger unter anderem für Social Media Beratung zuständig ist, dazu befragt. Die Mitarbeiter des PR-Blog wünschen sich mehr Strategie, weniger blinden Aktionismus und mehr Persönlichkeit. Sie sehen ein gutes Jahr für Social Media voraus, das sich durch einen Wachstum des Bereiches und mehr Story Telling und Kampagnen auszeichnen wird. Den Artikel von Jenny Otto am 7. Januar im Blog "PR-Fundsachen" der PR-Studenten der Hochschule Darmstadt [hier online weiterlesen](#).

Web2.0: Neue Spielregeln

Das Internet verändert die Spielregeln, und zwar grundlegend. Nicht nur, dass sich die Geschwindigkeit erhöht, mit der sich Informationen verbreiten. Das Netz rüttelt an den

Grundfesten von Parteizentralen und Redaktionen, auf die sich beide Seiten bislang verlassen konnten. Absprachen, gegenseitige Abhängigkeiten, sanfte oder auch mal weniger sanfte Erpressung, das alles funktioniert in einer vernetzten Welt so nicht mehr. Blogger haben keinen Verleger, den man unter Druck setzen könnte. Eine über Twitter ausgeplauderte Indiskretion lässt sich nicht wieder einfangen. Die fein austarierte Machtbalance zwischen Politikern und Journalisten gerät aus den Fugen. → [gutjahr.biz](#)

Social Media compact (5) (52.KW-1011.+01.KW-2012)

01: Es gibt einige markante Beispiele, die verdeutlichen, **wie Facebook die Automotive-Marketing-Szene derzeit aufwühlt**. Als Renault am 1. April 2011 pompös verkündete: „Renault.de ist Geschichte“, und auf Renault Deutschland bei Facebook verwies, war das eine durchaus unterhaltsame Mischung aus Wortspiel („Geschichte“ für den Renault 4, der an diesem Tag seinen 50. feierte) und Aprilscherz. Die Mitteilung sorgte für mediales Rauschen, war aber nur der Versuch des Importeurs, über ein Gewinnspiel möglichst viele „Likes“ für seinen brandneuen Facebook-Auftritt abzustauben. Interessanterweise war die Zahl entsetzter Pressemeldungen und Forenkommentare fast höher als die Zahl der gewonnenen Follower. → [automotiveit.eu](#)

02: Annehmen oder ablehnen? Das ist die Frage für viele **Arbeitnehmer, die in einem sozialen Netzwerk eine Freundschaftsanfrage von ihrem Chef bekommen**. Die Mehrheit von 56 Prozent würde eine solche Freundschaftsanfrage laut einer Umfrage im Auftrag des BITKOM ablehnen. Nur 19 Prozent der berufstätigen Mitglieder einer Online-Community würden sie mit Sicherheit annehmen, weitere 19 Prozent würden sie wahrscheinlich annehmen. 36 Prozent aber würden ihren Chef auf

keinen Fall als Freund hinzufügen, 20 Prozent eher nicht. → bitkom.org

03: Nie zuvor gab es einen Dezember, in dem die deutschen Online-Nachrichtenangebote so erfolgreich waren: Mehr als 641 Millionen redaktionelle Visits aus dem Inland verzeichneten sie nach "Meedia"-Berechnungen auf Basis der neuesten IVW-Zahlen. Erst einmal wurde dieser Wert übertroffen: Im März, als das Erdbeben-Tsunami-Atom-Drama in Japan die Welt bewegte. Einer der Klickbringer im Dezember dürfte die Affäre Wulff gewesen sein. Größter Gewinner war Spiegel Online, verloren haben u.a. n-tv.de und stern.de. → meedia.de

04: Soziale Netzwerke sind nur etwas für die Jugend? Von wegen. Auch mittlere Jahrgänge und ältere Herrschaften mischen kräftig bei Facebook und Co mit. Bei den Über-50-Jährigen sind es sogar fast zwei Drittel! Die Social-Media-Nutzung unter Senioren wächst beständig. Mittlerweile sind 40 Prozent der Internetnutzer zwischen 65 und 69 Jahren in einer Online-Community angemeldet, ergibt eine Studie des Bitkom. Für die Nutzergruppe zwischen 50 und 69 Jahren sind es sogar 60 Prozent. → onlinepc.ch

05: Das Social Media Jahr 2012 – medienmilch.de fragt, Experten antworten. medienmilch.de hat fünf Social Media Profis gefragt, was sie vom neuen Jahr erwarten. Welche Schlagwörter verbinden sie mit 2012? Facebook kommt an die Börse, was wird sich verändern? Droht gar ein Platzen der Social Media Blase? Hier die Antworten: medienmilch.de

Medien

TV-Marktanteile 2011: RTL deklassiert die Konkurrenz

RTL ist der große Gewinner des TV-Jahres 2011. Die Kölner liegen sowohl im Gesamtpublikum als auch in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen Zuschauer klar in Führung. Die Verlierer sind ARD und ZDF. Ohne große Sportevents müssen die öffentlich-rechtlichen Sender herbe Verluste im Zuschauermarkt einstecken. RTL hat das schier Unmögliche geschafft und nach dem ohnehin starken Jahr 2010 sogar noch zugelegt. Nach den vorläufig gewichteten Zahlen bis einschließlich 29. Dezember erzielten die Kölner 2011 bei den Zuschauern ab 3 Jahren einen durchschnittlichen Marktanteil von 14,1 Prozent. → horizont.net

PMG Zitate-Ranking: Spiegel meistzitiertes Medium 2011

Das Hamburger Nachrichtenmagazin "Der Spiegel" ist das meistzitierte Medium im Jahr 2011. Das ergibt die aktuelle Auswertung des Zitate-Rankings von PMG Presse-Monitor in Berlin. Auf dem zweiten und dritten Platz folgen im nationalen Ranking "Bild" und "Süddeutsche Zeitung". [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (52.KW-2011+01.KW-2012)

01: Um die Stimmung ist es bei Spiegel TV derzeit offensichtlich nicht zum Besten bestellt. Nachdem durch das Ende des Magazins "Kerner" schon rund 35 Mitarbeiter bei Spiegel TV Infotainment ihre Job verloren haben, kündigte die Unternehmensführung im vergangenen Monat auch

bei der Spiegel TV GmbH einen weiteren Stellenabbau an. "Der Markt wird enger, die Budgets knapper, die Geschäftsfelder immer kleinteiliger. Diesen Veränderungen müssen wir uns anpassen; wir brauchen schlankere und flexible Strukturen", begründete Spiegel TV-Geschäftsführer Matthias Scholz die derzeitige Restrukturierung. Nun hat sich intern der Betriebsrat mit Kritik an der Führung der Spiegel-Gruppe mit Verlags-Chef Ove Saffe an der Spitze zu Wort gemeldet. → dwdl.de

02: Jeder dritte (34 Prozent)

Fernsehzuschauer zwischen 14 und 49 Jahren surft zumindest gelegentlich parallel zum Fernsehen im Internet. Jedoch nur 16 Prozent der TV-Zuschauer machen dies oft oder sehr häufig. Überrepräsentiert sind dabei jüngere TV-Zuschauer und Männer. Insgesamt betrachtet, sind zwei Drittel der 14- bis 49-jährigen Zuschauer also gar nicht oder allenfalls selten beim Fernsehen online. Es wird nach wie vor überwiegend exklusiv ferngesehen. Diese Ergebnisse liefert das aktuelle DigitalBarometer, eine Kooperation zwischen IP Deutschland, TNS Emnid und der Fachzeitschrift W&V. Sie zeigen, wie die Internetnutzung beim Fernsehen Interaktivität ermöglicht und wie das Fernsehen vielfach Impulse liefert, die im Internet intensiviert werden. → tns-ernid.com

03: NGOs (Non-Governmental Organization) bieten fertige Beiträge, wissenschaftliche Studien, organisierte Recherche-Reisen – und sie gelten als die Stimme der Zivilgesellschaft. Das macht sie für Journalisten zu einer nützlichen Quelle – aber auch zu einer gefährlichen, denn in Zeiten sparsamer Verlegerentscheidungen scheint Nachrecherche überflüssig und Distanz ein Luxus. Über Rollenkonflikte bei der Recherche. (...) "NGOs bekommen von Journalisten einen gewaltigen Vertrauensbonus", sagt Jeffrey Wimmer,

Professor für Kommunikationswissenschaften an der TU Ilmenau. → evangelisch.de

04: Urs Paul Engeler ist "Journalist des Jahres 2011" in der Schweiz. Wie schon in den Vorjahren hat das Branchenmagazin "Schweizer Journalist" unter Journalisten erhoben, wer im Schweizer Journalismus 2011 Herausragendes geleistet hat. 1.542 Journalistinnen und Journalisten haben Anfang Dezember dazu an der Internet-Umfrage teilgenommen und dabei den "Weltwoche"-Bundeshauskorrespondent auf Platz 1 gesetzt. Auf den zweiten Platz wurden Ursula Gabathuler und Roger Müller (SF/Kassensturz) für ihre Recherchen zum Coop Fleischskandal gewählt. Auf den dritten Platz kam der freie Journalist Hanspeter Guggenbühl für seine Berichterstattung zu Atomausstieg und Energiethemen. → schweizerjournalist.ch

Stamm Medien-Newsletter Januar 2012

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Dezember 2011 wurden 4.663 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 14.795 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Services + Tipps

Zum Schluss des Jahres gute Nachrichten aus der Wirtschaft

Der Nürnberger **GfK-Konsumklima-Index** verbessert sich nach fünf negativen Monaten auf nunmehr 5,6 Punkte. Dies unterstreicht die wichtige Rolle der Verbraucher und des privaten Konsums. Der Münchener **Ifo-Geschäftsklima-Index** bleibt ebenfalls auf dem Weg nach oben: er stieg von 106,6 auf 107,2 Punkte. Auch die deutsche **Autobranche freut sich auf gute Aussichten**, die Käufer sind bereit, tiefer in die Taschen zu greifen, insbesondere im Premium-Segment. Ebenso **optimistisch geht die Messewirtschaft in das neue Jahr**, 30% der Unternehmen erhöhen die Messe- und Ausstellungs-Budgets. Das **Institut für Demoskopie (IfD) Allensbach** hat herausgefunden, dass 49 Prozent der Bevölkerung dem neuen Jahr mit Hoffnungen entgegen blicken. Also keine Eintrübung der Geschäftsaussichten in Deutschland. Infolge der guten Zahlen stiegen am 20. Dezember auch die Börsenkurse an - sowohl Dax und Euro verbesserten sich, wenn auch nur minimal.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Warum PR oft besser ist als Werbung

Vor lauter Werbung in Zeitungen, Flyern und sozialen Netzwerken wird eines oft vergessen: die gute alte Öffentlichkeitsarbeit. Warum PR nicht wieder nutzen!? Ohne Werbung geht es nicht, ob in Printmedien, über klassische Werbemittel oder in sozialen Netzwerken. Natürlich kann man behaupten, dass gerade Social-Media-Marketing, also ein Blog, eine Facebook-Fanpage, ein YouTube-Kanal oder ein Twitter-Konto, im weitesten Sinne auch PR-Arbeit

bedeutet. Doch warum PR letzten Endes etwas anderes ist als Social-Media-Marketing, ist schnell erklärt.

Den Artikel vom 23. Dezember in "marketingfish.de" [hier online weiterlesen](#).

Kürzungen beim Gründungszuschuss sind in Kraft getreten

Das Gesetz mit den Änderungen – oder besser formuliert: Kürzungen – beim Gründungszuschuss sollte ursprünglich am 1. November 2011 in Kraft treten. Dann scheiterte der Gesetzesentwurf im Bundesrat und ging in den Vermittlungsausschuss. Erst als dieser auch keine Lösung fand, war klar: Das Gesetz kommt, und die geplanten Kürzungen werden umgesetzt. Vor kurzem hat Bundespräsident Christian Wulff das Gesetz unterschrieben, es ist am 28. Dezember in Kraft getreten. Dadurch ändert sich für Gründer einiges: *Den Artikel von Christian Müller am 28. Dezember im Blog von Jochen Mai "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).*

Werte-Index 2012: "Freiheit" bleibt höchstes Gut

Der Werte-Index 2012 zeigt, wie häufig und in welchen Kontexten zwölf grundlegende Werte im deutschsprachigen Web besprochen werden. 52,7 Millionen Bundesbürger ab 14 Jahre waren im Untersuchungszeitraum 2011 aktive Internet-Nutzer (74,7 Prozent). Damit sind die Ergebnisse des Werte-Index aussagekräftig für den Wertewandel in Deutschland. Basierend auf der ersten Erhebung des Werte-Index im Jahr 2009 zeigt die aktuelle Erhebung die Veränderungen im Leben und Mind-Set deutscher Internet-User.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Agentur-Blog: Zehn gute PR-Vorsätze für 2012

Die meisten Menschen starten mit guten Vorsätzen ins neue Jahr. Eine schöne Sache – wenn man sie durchhalten kann. Wir geben Ihnen zehn Tipps für gute PR-Vorsätze in 2012, die umsetzbar sind – und Sie und Ihr Unternehmen weiterbringen werden. Garantiert.

1. Medienwandel in die eigene PR-Strategie übersetzen.

Der Medienwandel setzt sich fort: Es werden mehr Print-Titel eingestellt als neue gegründet, die Auflagenzahlen sinken weiterhin kontinuierlich, die Heftumfänge nehmen ab und die Redaktionen werden ausgedünnt. War es früher schon schwierig, den Relevanzfilter der Redaktionen zu passieren, liegt diese Hürde nun noch deutlich höher. Den meisten Unternehmen ist es kaum mehr möglich, echte unbezahlte redaktionelle Berichterstattung als Output ihrer Medienarbeit zu erhalten. Und dieser Trend setzt sich ungebrochen fort.

Den Artikel von Ulf-Hendrik Schrader am 4. Januar in seinem Agentur-Blog [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine + Tagungen

Termine compact (2) (52..KW-2011 + 01.KW-2012)

01: **Am 2. und 3. Februar dreht sich beim DJV Deutscher Journalisten-Verband alles um den Wert des Journalismus.** Welche Bedeutung haben die oft als vierte Gewalt bezeichneten Medien tatsächlich? Wie sieht der Arbeitsalltag von Journalistinnen und Journalisten aus? Können Medienschaffende noch ihren

Informationsauftrag erfüllen? Was tut sich im Online-Journalismus? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt des Kongresses "Wert des Journalismus", den der DJV gemeinsam mit der Bayerischen Landesvertretung in Berlin veranstaltet. → [djv.de](#)

02: Anlässlich des **Neujahrsempfangs am 20. Januar** sind der **DPRG**-Bundesvorstand und der DPRG-Landesvorstand Berlin-Brandenburg bei der dapd Nachrichtenagentur und deren Schwesterunternehmen ddp direct zu Gast. Eine exklusive Führung bietet Einblicke in das Redaktionsgeschehen. Anschliessend findet ein Stehempfang in der White Lounge statt. Interessierte Teilnehmer melden sich bitte bis zum 16. Januar verbindlich und ausschließlich über das Registrierungstool an: [otseinladung.de](#)

Ausbildung + Seminare

Der Einstieg in Lohn- und Broterwerb fiel leicht

Um die 1.500 meist junge Frauen und Männer studieren am Campus Dieburg der Hochschule Darmstadt (HDA). Vor allem der Fachbereich Media prägt dabei das Bild. Die wenigsten der Studenten kommen aus Dieburg selbst, einige aus anderen Bundesländern, das Gros aus ganz Hessen. Was aber wird aus den Menschen, wenn sie nicht mehr studieren, sondern in die Ehemaligen-Statistik der HDA aufgenommen worden sind? Der DA hat drei Studenten nach ihrem Weg seit der Exmatrikulation gefragt. Sie alle kommen aus Hessen, sie alle beendeten 2008 ihr Studium des Online-Journalismus' mit dem Diplom, sie alle wählten im Hauptstudium den Schwerpunkt (Online-)PR und -Öffentlichkeitsarbeit.

Den Artikel von Jens Dörr am 27. Dezember auf der

(Online-)Lokalseite der Regionalzeitung
"Darmstädter Allgemeine" [hier online weiterlesen](#).

depak: E-Learning-Studiengang Social Social Media & Kommunikationsmanagement

Ab dem 1. Februar bietet die Deutsche Presseakademie (depak) erneut den E-Learning-Studiengang Social Media & Kommunikationsmanagement an. Der interaktive Kurs vermittelt Ihnen die wichtigsten Aspekte im Umgang mit Social Media. Lassen Sie sich alle Möglichkeiten einer umfassenden Social Media Strategie aufzeigen und erklären, welche Online Tools Sie effektiv für Ihr Unternehmen nutzen können. Dieser Kurs bietet Ihnen kompaktes Wissen für den professionellen Einsatz von Kommunikationsinstrumenten im Web 2.0, denn für Unternehmen gilt: immer aktiv sein. Bis zum 20. Januar gibt es einen Frühbucherrabatt von 740 Euro (zzgl. gesetzlicher MwSt.).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (6) (52.KW-2011 + 01.KW-2012)

01: **Die Grundlagen des journalistischen Schreibens** können PR-Fachleute bei **AFK** vom 30. Januar bis 3. Februar in dem "S1 - Journalistisches Schreibtraining" erwerben. Veranstaltungsort ist Oberursel bei Frankfurt/Main. Fünf Trainingstage bieten eine sichere Basis für Texte mit hoher Abdruckchance. Laut AFK ein echtes Trainingslager, das Teilnehmerinnen und Teilnehmer sicher macht für die unterschiedlichen journalistischen Textaufgaben. Hier lernen sie alles Wichtige zur Nachrichtensprache, zum Textaufbau und den

journalistischen Darstellungsformen. → [afk-online.com](#)

02: Der **Workshop "Fotografie, PR und Marketing"** der Regensburger Fotoschule ist ein neues Angebot für mittelständische Unternehmer, Existenzgründer, Marketing-Assistenten und PR-Fachkräfte. Die Foto-Designer Michaela Hanke und Johannes Paffrath bringen das fotografische Können der Teilnehmer auf ein professionelles Niveau. Sie leisten Hilfe zur Selbsthilfe bei der Produktion und Veröffentlichung von Event-, Porträt- und Imagefotografie. Der Workshop findet am 09. und 10. März sowie am 16. und 17. März in den Räumen der Akademie Regensburg statt. Der Kurs ist auf acht Teilnehmer begrenzt. → [fotografie-workshops.de](#)

03: **Welche besonderen Anforderungen Texte für die Online-Kommunikation erfüllen müssen**, zeigt das Training "S5 - Texten für die Online-Kommunikation". Es findet am 7. Februar bei der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** in Oberursel/Ts. statt. Interaktiv, plakativ und kompakt trainieren die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, Kreativität, Content und technische Textanforderungen webgerecht zu verbinden. Das Ziel: Texte, die sich im Informationsdickicht des Webs durchsetzen und ihre Leser finden. → [afk-online.com](#)

04: Am 12. Januar, dem Tag der Hochschulen in Sachsen, **lädt auch die Leipzig School of Media (LSoM) Interessierte ein, die Schule kennenzulernen**. An diesem Tag besteht die Möglichkeit, an dem Seminar "Strukturen des CP-Marktes" bei Tobias Liebert teilzunehmen und den Mediacampus kennenzulernen. Zudem beraten die Mitarbeiter der School zu den Weiterbildungsmöglichkeiten und zur Finanzierung. Im Anschluss an den Tag der offenen Tür findet erstmals der LSoM-Stammtisch statt. Ab 19 Uhr wird in lockerer Runde rund um das Thema Medien

und ihre Entwicklungen diskutiert. → leipzigschoolofmedia.de

05: Der neue **Kurs "PR-Manager/-in" des Düsseldorfer Studieninstituts für Kommunikation** startet Ende Februar in Düsseldorf und Ende Mai 2012 in München. Vermittelt werden im Rahmen einer dreimonatigen berufsbegleitenden Weiterbildung die Grundlagen für jeden, der in Sachen Öffentlichkeitsarbeit aktiv ist. Neben den Wochenend-Seminaren zu Themenkomplexen wie Text, Konzeption und Präsentation liegt ein theoretischer Schwerpunkt auf dem Thema "Methoden und Instrumenten der PR". → studieninstitut.de

06: Social Media Marketing hat sich in den letzten Monaten von einer Modeerscheinung zur tragenden Säule des Online-Marketings gewandelt. Damit ist die Zeit des Experimentierens vorbei. Der **Intensiv-Lehrgang "Social Media Marketing"** für Marketing und Kommunikationsverantwortliche des Euroforum Schweiz findet am 9. und 10. sowie am 30. und 31. Mai in Zürich statt. → euroforum.com

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... viel Lärm um Wulff, wenig um d. Geldverschwender + Abzocker der Politik



Guten Tag! "Jeder Erfolgreiche hat mindestens eine Leiche im Keller," sagt nicht nur der Volksmund, sondern sagen meist diejenigen, die es nicht ganz geschafft haben, ganz nach oben zu kommen. Wenn man diese Erkenntnis im Hinterkopf hat, dann sind die

Vorwürfe gegen Bundespräsident Christian Wulff eher harmlos. Er ist ein Aufsteiger in der Welt der Machthabenden, eher Spielball als Handelnder. Einen Kredit von 500.000 Euro für den Kauf einer Immobilie und gemeinsame Urlaube von dem älteren Ehepaar Geerkens anzunehmen, das keinen Wulff brauchte, um Karriere zu machen, sondern deren Reichtum groß war, ist zum großen Thema geworden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gerücht: Die Fabel vom falschen Wulff



(nsb) Es war einmal ein Dackel, der ein Wolf sein wollte. Im schläfrigen Osnabrück, wo er laufen gelernt hatte, gründete er die Union der lernenden Dackel und machte schon in jungen Jahren durch beständiges Kläffen auf sich aufmerksam. Das hörte man bis in die Landeshauptstadt, und so holte ihn der große Remmers-Hund nach Hannover. Dort führte der noch größere Basta-Wolf das Rudel und zeigte gern sein Raubtierlächeln. Da riet der Remmers-Hund dem Dackel, er solle sich doch als Wolf verkleiden, damit das Rudel ihn ernst nähme. Zwei mal trat der Dackel gegen den Basta-Wolf an, doch das Rudel wählte ihn nicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen + Buch-Tipps

Werner: Communication2Win

Mit Kommunikation auf Basis von Social Networking für nachhaltigen Unternehmenserfolg sorgen – das ist Ziel des Buchs

"Communication2Win" von Angélique Werner. Die Kommunikationsexpertin gibt Tipps für Marketing- und Kommunikationsverantwortliche in Unternehmen aller Größen und Branchen. Denn gerade im B2B-Umfeld liegt das Potenzial der möglichen Kommunikationskanäle im Zeitalter von Google, XING, LinkedIn, Facebook, Youtube, Twitter oder Slideshare vielfach noch brach. Das Buch soll ein umfassender und praktischer Überblick über alle Facetten der Marketingkommunikation sein. Lesern will es nützliches Best-Practice-Wissen liefern und sie motivieren, den Kommunikationsprozess mit modernen Mitteln zu gestalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer "Kürschner" informiert über die Abgeordneten d. Dt. Bundestages

620 Abgeordnete sitzen im Deutschen Bundestag, in Kürschners Volkshandbuch werden sie alle mit Bild und Biografie vorgestellt. Am 10. Januar erscheint eine neue Ausgabe des rot-weißen Taschenbuches, es ist die fünfte der laufenden 17. Wahlperiode. Durchschnittlich 400 Änderungsmeldungen werden zu jeder neuen Ausgabe des Buches berücksichtigt. Neben Mandatsveränderungen und Wechsel bei der Besetzung von Gremien, Ämtern und Funktionen, sind es auch Änderungen bei den persönlichen und biografischen Angaben der Abgeordneten, die Eingang in den "Kürschner" finden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Public Relations: Nichts als teures Blendwerk?

Menschen lassen sich nicht für dumm verkaufen: Wenn Presse- und Öffentlichkeitsarbeit selbst in die Schlagzeilen gerät

Für den Hamburger Senat war 2011 in Sachen Öffentlichkeitsarbeit kein besonders glückliches Jahr: Gleich drei PR-Aktivitäten wurden 2011 von den lokalen Medien an den Pranger gestellt – wenngleich aus ganz unterschiedlichen Gründen. Zurück blieb der Eindruck, dass PR-Agenturen viel Geld für dilettantische Arbeit kassieren und/oder die Auftraggeber keine Ahnung haben, wie PR wirkt und was PR in welchen Situationen überhaupt leisten kann. Für alle Beteiligten ein höchst unbefriedigender Zustand.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lünenbürger-Reidenbach vs. Lange vs. Liller - quo vadis Social Media?

Sechs Thesen und drei Meinungen zu Social Media und Web 2.0 Kommunikation zum Jahresende. Die Polemik der Antagonisten, oder: quo vadis moderne Kommunikationswelt? Drei anerkannte Spezialisten zu dem Thema, Wolfgang Lünenbürger-Reidenbach ("Achtung!"), Mirko Lange ("Talkabout") und Tapio Liller ("Oseon") vertreten weitestgehend völlig konträre Ansichten. So kommen zu den Thesen die Antithesen. Wer hier der Ketzer und wer der Inquisitor ist, mag der Leser selber entscheiden. Vorhang auf zum Possen-Stück in (bisher) drei Akten:[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Datenschutz ist nicht tot - er riecht nur komisch

Wie lang ist es her, dass der Staatstrojaner das Top-Thema in den Medien war? Sechs Wochen? Oder schon acht? Sie wissen schon, das war die Geschichte mit den Münchner Staatsschützern, die nach bayrischer Art ohne Grundgesetz unter dem Arm spionierten. Und zwar mit verwanzten Computern, sprich mit Trojanern. Dass den Staatsschützern danach vor Schreck der Laptop in die Lederhose rutschte, ist dem Chaos Computer Club gedankt und dem Medienhype, der darauf folgte.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

PR-Digest (Lesehinweise)

Merkels Politik: Zerstörerische Macht des Misstrauens

Wie innen, so außen: Angela Merkel setzt auf Macht und Kontrolle, zu wenig auf ein Vertrauen, das doch für demokratische Gemeinwesen die Grundlage sein müsste. Misstrauen untergräbt zurzeit unsere Demokratie und die Europäische Union gleich mit. Nach neuesten Umfragen trauen weniger als zehn Prozent der Deutschen der Politik zu, dass sie unsere Probleme lösen kann, drei Viertel misstrauen ihr. 85 Prozent misstrauen auch den „Experten“. Können wir achselzuckend darüber hinweggehen? Die Ursachen sind vielfältig. Angesichts der Bedeutung von Regierungshandeln in der Krise und ihrer Aufgabe, begründete Ziele und Wege dahin zu entwickeln, scheint mir aber ein Aspekt zentral, der nicht sofort auf der Hand liegt, aber zurzeit ausschlaggebend ist: das tiefsitzende Misstrauen der Kanzlerin gegenüber den Bürgern in Deutschland und gegenüber den europäischen

Nachbarn. Bei allem Realismus in Bezug auf die menschliche Natur braucht Demokratie ein kleines Übergewicht an Vertrauen in die Verantwortungs- und Kooperationsfähigkeit der Bürger.

Den Artikel von Gesine Schwan am 20. Dezember in "FAZ.Net/Feuilleton" [hier online weiterlesen](#).

Gesine Schwan ist Präsidentin der Humboldt-Viadrina School of Governance in Berlin. 2004 und 2009 war sie Kandidatin von SPD/Bündnis90DieGrünen für das Amt der Bundespräsidentin gegen Horst Köhler (Kandidat von CDU/CSU/FDP).

Kommunikationsirrsinn: Wer bin ich - und wenn ja, wo?

Der moderne Mensch ist verkabelt wie auf der Intensivstation. Aber ist die Vollvernetzung via Facebook, Twitter und Co. wirklich ein Segen? Tatsächlich verlieren wir jede Beziehung zu Raum und Zeit. Unsere Hirne sind vom Herzen entkoppelt. *Den Artikel von Stefan Berg am 25. Dezember in "Spegel.Online.Kultur" [hier weiterlesen](#).*

Internes - aus der Redaktion

1,3 Millionen PageImpressions, 15.700 Newsletter-Leser - PR-Journal zieht positive Bilanz 2011

Das älteste und meistgenutzte PR-Portal für die Kommunikationsbranche feiert ein Jahr IVW-Prüfung und behauptet sich mit stabilen Ergebnissen. 1,3 Millionen PageImpressions und 481.000 Visits zählt das PR-Journal von Januar bis Dezember 2011. Daraus errechnet sich ein Tagesdurchschnitt von 1.318 Besuchern. Gemäß GoogleAnalytics verweilen die Leser durchschnittlich fast eine Viertelstunde auf dem

Portal und rufen drei Seiten auf. Mit 93 Prozent hat das Portal seine Hauptleserschaft in Deutschland, fast ein Viertel aller Nutzer besucht die Site bis zu fünfzigmal. Alexa.com attestiert der Site: „Verglichen mit der gesamten Internet-Bevölkerung nutzen die Besucher das ‚PR-Journal‘ besonders stark am Arbeitsplatz. Dabei ist der Anteil kinderloser Frauen im Alter zwischen 35 und 45 Jahren, mit einer postgradualen Ausbildung und einem Einkommen zwischen 30.000 und 100.000 US-Dollar überdurchschnittlich hoch.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Jobbörse 2011: neuer Rekord mit 566 Jobangeboten

690 Stellenanzeigen und davon 566 Angebote in sieben Kategorien für qualifizierte PR-Stellen, so lauten die wichtigsten Bilanzzahlen der größten Internet-Stellenbörse für die Kommunikationsbranche zum Jahresabschluss 2011. 171 (30%) Anbieteranzeigen suchten nach Volontären oder Praktikanten. Das erste vollständige Kalenderjahr mit IVW-Prüfung belegt der PR-Jobbörse des PR-Journals 221.300 Visits bei einem Tagesdurchschnitt von 606 Visits. Die Social Media-Bilanz dokumentiert aktuell 1.143 Follower und 240 Jobangebote auf Twitter sowie 311 Freunde bei Facebook.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie hier:

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

ANGEBOTE (55)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:

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

Agenturen

[Senior-Berater Markenkommunikation \(m/w\), Hamburg](#)

[PR-Spezialisten/in Schwerpunkt Industrie, Dresden](#)

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

[Senior-PR-Berater/-in, Hamburg](#)

[Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

[zeron sucht PR Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)

[Projektmanager/in Public Relations, Mainz](#)

[Projektleiter/-in "Redaktion" Schwerpunkt TV, Köln](#)

[Trainee PR Account Executive \(m/w\), München](#)

[PR-Juniorberater \(m/w\), Düsseldorf](#)

[Einstieg mit unternehmerischer Perspektive, Hamburg](#)

[Senior Berater/in für comessen](#)

Berliner Agentur sucht Berater (m/w) für Internationale PR

Schwartz Public Relations sucht PR-Berater/in, München

Junior-PR-Berater/-in, Hamburg

PR-Berater/-in, Hamburg

PR-Leiter(in) für Kölner Werbeagentur gesucht

Healthcare-PR Agentur (Eltville) sucht ab sofort PR-Trainee / Juniorberater

Senior PR-Manager (m/w), Berlin

PR Junior-Berater/in + Volontär/in gesucht, Raum Düsseldorf

Gesucht: Berater (m/w) für Münchner Kommunikationsagentur

Brand Assignment & Social Media Manager (m/w), München

Corporate Communications Manager (w/m), Düsseldorf

PR Redakteur (w/m), Köln

Cohn & Wolfe sucht Junior PR Consultants, Frankfurt

PR-Redakteur Wissenschaftskommunikation (m/w), Heroldsberg bei Nürnberg

PR-Berater internationale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Heroldsberg bei Nürnberg

Flutlicht sucht PR-Berater (m/w), Nürnberg

neues handeln Köln sucht PR-Berater/in mit dem Schwerpunkt Konzept/Akquise

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

Unternehmen

PR-Manager (m/w), Bad Camberg

Pressereferent Unternehmenskommunikation

PR-Referent/in für Handelsunternehmen gesucht

Senior PR Manager (m/w), Berlin

Verbände (Non-Profit)

Sekretär/in Pressestelle, Vereinigung Cockpit, Frankfurt

Freelancer

Professionelle Lösungen für Ihre Kommunikationsaufgaben

Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell

Flexible Unterstützung PR und Marketing

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 09. Januar 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.732 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).

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.

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

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Prof. Michael Bürker, ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation, München (michael.buerker[at]commendo.de).

Redaktionsrubrik "Karrierebarometer": Thomas Lüdeke + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (holger.strubberg[at]gmx.de)

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten: siehe im [Impressum der Homepage](#).

Marketing - MediaService - Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61