

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 332 / 14. + 15. KW 2012

Es ist Dienstag, unser Newsletter ist fertig und enthält die Zusammenstellung der Meldungen der letzten Woche. Wie Sie es von uns gewohnt sind, ist es ein bunter Strauss an Themen, professionell aufbereitet und fürs Internet präsentiert.

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 332. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 122 Einzelmeldungen):

INHALTSVERZEICHNIS

1. karrierebibel: Schreibstube – Alles, was Sie für ein erfolgreiches Corporate Blog wissen müssen
2. Marketing: Warum Werbung so oft nervt
3. Gerücht: Wenn die Meinungspolizei ausrückt
4. PR-Journal nun für mobile Endgeräte optimiert
5. Executive Search für Top-Jobs in der Unternehmenskommunikation
6. Bettina Müller verlässt die GEMA
7. Personalien compact (41) (14.+15.KW-2012)
8. Ausschreibung: AOK Bayern braucht Unterstützung beim Marketing und Lobbying
9. Infosys entscheidet sich für Lewis PR
10. McCain kommuniziert mit achtung!
11. Etats compact (37) (14.+15.KW-2012)
12. Geleakte Unterlagen: So woll(t)en Lobbyisten Gesetze ändern
13. Branche compact (10) (14.+15.KW-2012)
14. Warum sich Blogger kaum für Pressemitteilungen interessieren
15. PMG Zitate-Ranking: Spiegel bleibt auch im ersten Quartal 2012 meistzitiertes Medium
16. Medien compact (5) (14.+15.KW-2012)
17. Kontrollverluste, Kontrollphantasien - die Bundeswehr und das Social Web
18. Abmahnung für Fanseitenbetreiber – Wann Sie für Ihre Nutzer (nicht) haften müssen
19. Studie "Social Media in der Unternehmenskommunikation"
20. Social Networks immer wichtiger für die Jobsuche
21. PR-Doktor: Social Media - Wo nehmen wir die Zeit bloß her?
22. Social Media compact (10) (14.+15.KW-2012)
23. Der gute Ruf als nachhaltiger Erfolgsfaktor
24. PR-Interview Nr. 73 – Sebastian Manhart: „Webseiten für Auszubildende müssen nicht knallbunt sein.“
25. Ergebnisse Karrierebarometer: Was erwarten Young Professionals von ihrem Arbeitgeber?
26. heutigentags: It's the fucking Agentur-Irrsinn, stupid!
27. Kerlikowskys Kommentar über...deutsche Politiker und die Straftaten in der Schweiz
28. Minimalinvasives Change Management
29. Auf dem visuellen Auge blind: Wieso PRler und Journalisten den Facebook-Instagram-Deal unterschätzen
30. FAZ. Wirtschaft als Fiktion: Der Erzähler
31. Wie Facebook, Twitter und Co. kommunizieren
32. Studienberatung – Alles, was Sie für Bachelor und Master wissen müssen
33. Die 40. DAPR-Grundausbildung beginnt im Oktober



34. Mediendienstleister mit neuer Seminarreihe – Infopaq öffnet WissensWerkstatt
35. Bildung compact (9) (14.+15.KW-2012)
36. Studie: Facebook-Fans fremdeln mit Facebook-Chronik
37. Termine compact (5) (14.+15.KW-2012)
38. Lohnsteuerhilfe Bayern informiert: Häusliches Arbeitszimmer richtig von der Steuer absetzen
39. Tipps compact (3) (14.+15.KW-2012)
40. Dörfel / Schulz: Social Media in der Internen Kommunikation
41. Literatur compact (1) (14.+15.KW-2012)
42. Neues auch beim PRJ-Newsletter-Versand
43. PRJ-Jobbörse (Gesuche + Angebote)
44. Impressum

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- Und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)

- PR-Datenbank [PR-Termine](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site

Ihr Gerhard A. Pfeffer
und das Team vom PR-Journal

Seite 1

karrierebibel: Schreibstube – Alles, was Sie für ein erfolgreiches Corporate Blog wissen müssen

Bevor Sie loslegen: Die Idee, ein Corporate Blog zu starten, sollten Sie gleich wieder vergessen, wenn Sie vorhaben daraus ein reines PR-Sprachrohr zu machen. Ein Blog braucht nicht nur Hirn, sondern auch Herz und Persönlichkeiten dahinter, die persönlich ansprechbar sind. Vergessen sollten Sie das Unternehmen ebenfalls, wenn Social Media für sie nur ein billiger Vertriebskanal ist. Bloggen heißt kommunizieren. Versuchen Sie also nicht zu verkaufen, sondern mit Ihren Kunden und Lesern ins Gespräch zu kommen.

Den Artikel von Jochen Mai am 12. April in seinem Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Marketing: Warum Werbung so oft nervt

Wir werden laufend mit Werbebotschaften bombardiert. Doch nur selten überzeugt eine Marketingkampagne. Dabei könnte Werbung den



Kunden sogar helfen, wenn die Unternehmen nur überlegter vorgingen. "Und jetzt ein bisschen Verbraucherinformation", höre ich Fernsehmoderatoren bisweilen sagen - sie kündigen damit die Werbepause an. Das ist natürlich ironisch gemeint: "Information" als Euphemismus für etwas, was jedem halbwegs vernünftigen Zuschauer mächtig auf den Keks geht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gerücht: Wenn die Meinungspolizei ausrückt



(nsb) Er hat es geahnt und die Provokation dennoch gewagt: Günter Grass sprach aus, „was gesagt werden muss“. Seither schwollen der Chorgesang der politisch Korrekten,

ebenso die Zornesadern der Selbstgerechten und Bescheidwisser in den Redaktionen und Lobbys. Und dann auch noch „Draußen bleiben!“ So dürfen Metzgereibetriebe Hunde fernhalten, ein demokratischer Staat sollte auf Einreiseverbote verzichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal nun für mobile Endgeräte optimiert

Nach der Neuprogrammierung des PR-Journals mit HTML 5 kann das PR-Journal nun mit Smartphones und Tablets optimiert empfangen werden. Für die Nutzung braucht man keine App. Es genügt, die Adresse www.pr-journal.de in den Browser einzugeben und schon öffnet sich die neue Mobil-Startseite. Mit dem zuschaltbaren Menu kann man dann im redaktionellen Inhalt des PR-Journals blättern und lesen (Nachrichten/Meinungen/Service).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

FRÜHBUCHERRABATT
BIS 23. MÄRZ 2012

7. FACHTAGUNG
INTERNE KOMMUNIKATION
19. / 20. APRIL 2012, BERLIN

Inhalte der Tagung:

- Modul I: Mitarbeitermotivation & Corporate Identity
- Modul II: Knowledge Management & Ressourcenoptimierung
- Modul III: Veränderungs- und Führungskommunikation

Referenten von:

Roche Diagnostics, Bundesagentur für Arbeit
Vorwerk, OBI, DIHK, CLAAS,
Institut für Kommunikation im Mittelstand

WWW.TAGUNG-INTERNE-KOMMUNIKATION.DE

DEUTSCHE
PRESSEAKADEMIE
STUDIUM • BERATUNG • TRAINING

Personalien

Executive Search für Top-Jobs in der Unternehmenskommunikation

Die Personalberatung SRN Schlehenkamp Reichwald Networks in Essen hat ihr Leistungsprogramm um den Bereich der Unternehmenskommunikation erweitert. Dazu wurde der langjährige Journalist, Pressesprecher und Kommunikationsberater Mathias Scheben in das Team der Senior-Berater aufgenommen. Er wird künftig Unternehmen bei der Suche und Auswahl von Fach- und Führungskräften in den Arbeitsfeldern der professionellen Kommunikation in Unternehmen, Medien und Verlagen unterstützen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bettina Müller verlässt die GEMA

Bettina Müller, Leiterin der Direktion Marketing & Kommunikation, verlässt die GEMA Mitte April 2012 auf eigenen Wunsch. Bis zur Benennung eines Nachfolgers wird die Kommunikation übergangsweise von Julia Heymann, Bereichsleiterin der Agentur F&H München, geleitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (41) (14.+15.KW-2012)

AGENTUREN:

01: **Vanessa de Silva**, **Nicole Mertens** und **Danuta Plonka** verstärken die Agentur für Markenberatung und Kommunikation brandzeichen am neuen Standort in Düsseldorf. De Silva (26) unterstützt die Homecare Unit als Account Director. Die studierte Medienkulturanalysikerin betreute zuvor als PR-Beraterin Luxusmarken eines Großkonzerns. Mertens (25) kommt als Social Media Manager in das Homecare Team. Die studierte Medienmanagerin betreute zuvor verschiedener Kunden auf Agenturseite als Projektmanagerin für Marketing und Social Media. Danuta Plonka (33) ist PR-Beraterin und Grafikdesignerin im Bereich Business Development. Die gelernte Grafikerin war zuvor mehrere Jahre als Projektmanagerin und Beraterin in der Medien- und Werbebranche tätig.

02: **Markus Hilse** ergänzt als Geschäftsführer die Geschäftsleitung von navos Public Dialogue Consultants in Berlin (alleinige Geschäftsführerin war bisher **Anja Schlicht**). navos ist Spezialist für Public Relations, Stakeholder-Dialog, Unternehmens- und Krisenkommunikation sowie Public Affairs betreut mit 30 Beraterinnen und

K2 Fachtagung **INTERNE KOMMUNIKATION**

Weg von der Werkbank, hin zum Kommunikationsmanagement

9. - 10. Mai 2012 Köln

Auswahl der Referenten

- Martina Faßbender (Gothaer Finanzholding)
- Michael Janßen (BMW Group)
- Sean MacNiven (SAP)
- Dr. Eric Marzo-Wilhelm (Voith)
- Edith Meissner (Daimler)
- Dr. Jan-Paul Ritscher (HSH Nordbank)
- Philipp Schindera (Deutsche Telekom)
- Anne Schwindling (Fraport)
- Klemens Steiner (ERGO Versicherungsgruppe)
- Joachim Tillessen (Coop Presse)

Beratern in den Büros in Berlin und Düsseldorf namhafte Unternehmen aus dem Energie-, Umwelt-, Telekommunikations- und Finanzsektor. Die Agentur Jung von Matt steigt als weiterer Gesellschafter ein.

03: **Volker Pulskamp-Böcking** (42) wird neuer Geschäftsführer von waterworks Public Relations, er wechselt zur KD Group mit Sitz in Reutlingen / Stuttgart und wird dort als Gesellschafter auch die Funktion des Pressesprechers wahrnehmen. Der Spezialist für Corporate und Brand Communications sowie internationale Kommunikation baute von 2009 bis 2012 als Leiter PR und Managing Partner bei Roth & Lorenz in Stuttgart den PR-Bereich aus und leitete zudem die Unit Konzeption & Kreation

04: **Udo Sonnenberg** (40) ist alleiniger Inhaber und Geschäftsführer der elfnullleif Unternehmensberatung für Strategie und politische Kommunikation in Berlin. **Uwe Alschner** (46), Gründer des Unternehmens und bisherige Inhaber

wird zukünftig ein neues Projekt im Bereich Coaching und Training entwickeln. Alschner wird elfnullelf weiterhin als Beirat und freier Berater zur Verfügung stehen.

05: **Andrea Vossen** steigt bei Roth & Lorenz in Stuttgart in die Führungsebene und Geschäftsleitung der Agentur ein und führt zusätzlich eine Agentur-Unit. Zudem steuert sie den gesamten Kreativprozess der Agentur. Die promovierte Sportwissenschaftlerin kommt von Uniplan in Köln, wo sie seit Januar 2005 tätig war, zuletzt verantwortete sie in der Position als Chief Marketing Officer das Account Management in Deutschland.

06: **Jerome de Haan** (53) ist neuer Direktor Public Relations bei Mazda Motor Europe (MME) in Leverkusen. Der studierte Chemiker arbeitet seit Januar 2003 bei Mazda, in den letzten drei Jahren verantwortete er als Direktor die Region Zentral- und Südeuropa. Er folgt auf **Franz Danner**, der das Unternehmen Mitte März *im Zuge einer Betrugs- und Steueraffäre verlassen* musste und inzwischen in Untersuchungshaft sitzt.

07: **Stefan Roth** (43) verstärkt als Senior Consultant das Hamburger PR-Team von Kienbaum Communications. Der PR-Fachmann verantwortet die Betreuung von Agenturkunden u.a. aus den Branchen Automotive, öffentliche Verwaltung und Maschinenbau. Zuvor war er zwölf Jahre bei den Hamburger PR-Agenturen Menyesch Public Relations und ipr, idee public relations als PR-Manager und PR-Berater tätig.

08: **Barbara Senn** (26) und **Bernadette Thalmann** (53) sind neue Mediensprecherinnen der Schweizerischen Unfallversicherungsanstalt Suva in Luzern (CH). Senn war zuvor als Junior Project Managerin bei der PR-Agentur Ferris Bühler Communications in Baden (CH) tätig.



Thalmann war zuvor bei der Allianz Suisse in Zürich (CH) als stellvertretende Leiterin Unternehmenskommunikation tätig.

09: **Adrian Bühler** (34) verstärkt als Projektleiter den Bereich Public Affairs des Kommunikations- und Politikberatungsunternehmens Dr. Schenker Kommunikation in Bern (CH). Er war er von 2005 bis 2012 als Parteisekretär und Geschäftsführer der Christlichdemokratische Volkspartei (CVP) Kanton Luzern (CH) verantwortlich für die interne und externe Kommunikation der Partei.

10: **Daniela Zdunek** verstärkt als Kommunikationsberaterin das Corporate Communications-Team der Agentur für Marketing-Kommunikation markenzeichen in Frankfurt am Main. Dort berät sie künftig Unternehmen aus der Finanz- und Logistikbranche. Zdunek war zuvor seit Juni 2008 als Junior-Beraterin für die Agenturen Cohn und Wolfe sowie Firefly Communications tätig.

11: **Isabel Hamann** (39) verstärkt das Kreativteam von köckritzdörrich in Reutlingen / Stuttgart. Sie wechselt nach 15-jähriger internationaler Freelance-Tätigkeit in die Position des Creative Director Art und wird gemeinsam mit **Kerrin Nausch** (47), Creative Director Text, zukünftig den Kreativbereich der KD Group Tochterfirma verantworten

12: **Adrian Rosenthal** (35) führt als Head of Digital and Social Media die standortübergreifende Digital-Practice von MSL Germany (GPRA) in Berlin, er soll Themen wie E-Reputation, Digital Collaboration sowie Digital Public Affairs vorantreiben. Rosenthal arbeitete zuletzt fünf Jahre als Account Director bei Ketchum Pleon (GPRA).

13: **Lena Wanders** (23) ist als PR-Projektassistentin mit den Schwerpunkten Fashion, Immobilien und Tourismus bei der PR + Presseagentur textschwester in Neuss tätig. Sie war vorher in den Presseabteilungen des Fußball-Bundesligisten SV Blau-Weiss Recklinghausen und dem ZDF in Mainz tätig.

14: **Marc Schüling** (42) ist neuer Geschäftsführer bei dem Hamburger Trendbüro, einem Tochterunternehmen der Münchener Kommunikationsagentur Avantgarde. Der erfahrene Agenturmann war zuvor seit April 2009 als freier Strategie- und Kommunikationsberater für verschiedene Unternehmen tätig.

15: **Lutz Eckardt** ist neuer geschäftsführender Gesellschafter bei heller & partner communication in München. Er ist seit 2003 in der Agentur tätig. **Rudolf Gröger** ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Agenturgruppe. Er folgt auf **Lutz Mellinger**, der aus dem Aufsichtsrat verabschiedet wurde.

Können Sie Ihrem Management den Wertschöpfungsbeitrag Ihrer Kommunikationsarbeit dokumentieren?

Lautet Ihre Antwort:
Nein, zu komplex und zu teuer?

Falsch!

Unsere Tools sind skalierbar,
die Kosten überschaubar.
Wir zeigen Ihnen, wie einfach das ist!

Einfach hier klicken!

BRANDCONTROL
INSTITUT FÜR MARKENCONTROLLING

16: **Matthias Thamling** (29) ist neuer Junior PR-Berater bei public:news in Hamburg. Der studierte Politikwissenschaftler kommt von der Berliner Agentur Zum Goldenen Hirschen, wo er seit Februar 2011 im Bereich Public Relations/Campaigning tätig war.

17: **Thomas Stahlschmidt** hat in München die PR-Agentur Fiftyfifty Public Relations gegründet. Der Diplom-Betriebswirt war zuvor seit November 1988 für wbpr Public Relations in Unterföhring tätig, in den vergangenen Jahren als Geschäftsführer.

UNTERNEHMEN:

18: **Raphaella Sabel** (31) übernimmt als Presse-Referentin die Pressearbeit beim MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels in Frankfurt am Main. Sie vertritt ab April die MVB-Pressesprecherin **Andrea Gerster** (36) während der Elternzeit. Sabel war zuletzt als Redakteurin Online und Print beim "Börsenblatt –

Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel" tätig.

19: **Nathalie Salamin** kommt als Leiterin Kommunikation und Public Affairs zu Groupe E in Granges-Paccot (CH). Sie war zuvor vier Jahre bei der Medienstelle der Schweizerischen Post als Unternehmenssprecherin tätig. Salamin folgt auf **Laurent Widmer**, der den Energieversorger im letzten Dezember verlassen hat. **Christophe Kaempf**, Mitarbeiter der Einheit Kommunikation und Public Affairs, bleibt Mediensprecher von Groupe E.

20: **Kester Grondey** (43) leitet die externe Kommunikation bei Pirelli Deutschland in Breuberg. Er war zuvor seit Januar 2010 Inhaber von Hochgrat - Agentur für Kommunikation in Herrsching. Grondey übernimmt die Aufgabe von **Melina Evangelisti**, die seit 1999 für Pirelli Deutschland tätig ist und zukünftig als Managerin für strategische Projekte und Produktkommunikation Maßnahmen für den Dialog mit dem Reifenhandel entwickelt.

21: **Katrin Wolfspurger** (35) ist als Marketing Advisor für Deutschland und Österreich bei BRP Germany in Leverkusen für die Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und PR-Maßnahmen im Rahmen der europäischen Unternehmensstrategie verantwortlich. Zuvor war sie seit Juli 2005 bei Mazda Motors (Deutschland) in Leverkusen in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Brand Entertainment tätig.

22: **Nikolaus von der Decken**, langjähriger und verdienter Konzern-Kommunikationschef (verantwortlich für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit) der Hubert Burda Medien in München scheidet aus und wird zum 1. Juni neuer Leiter der Burda Journalistenschule. Dort löst er **Jens Schröter** ab, der im Mai als



3. DEUTSCHER MEDIENBEOBACHTERKONGRESS
26. APRIL 2012 | DÜSSELDORF

Unsere Themenschwerpunkte

1. Social Media Monitoring
2. Online Markt- und Meinungsforschung
3. Kommunikationscontrolling

KEYNOTE: Wertschöpfung durch Social Media – Wie Monitoring und Controlling erfolgreiche Strategien ermöglicht.
Prof. Dr. Ansgar Zerfuß - Universität Leipzig

Weitere Informationen und Anmeldung unter:
www.medienbeobachterkongress.de

Congress Center Düsseldorf / Messe
Kongressgebühr: 249,- Euro zzgl. MwSt.



Kommunikationschef zur Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG wechselt.

23: **Petra Hunger** (33) verstärkt als Leiterin der Standortkommunikation Schongau die Unternehmenskommunikation der Hoerbiger Deutschland Holding mit Hauptsitz in Zug (CH). Sie ist für die interne und externe Kommunikation der Hoerbiger -Gesellschaften im Landkreis Weilheim-Schongau zuständig. Zuvor war sie seit Februar 2006 Pressereferentin bei dem Logistikunternehmen Dachser in Kempten.

24: **Simone Bellingröhr** (30) wurde zur kommissarischen Leiterin der Kommunikationsabteilung und Pressesprecherin der WAZ Mediengruppe in Essen berufen. Sie löst den bisherigen Sprecher **Paul Binder** (41) ab, der seit 2007 die neue Kommunikationsabteilung aufgebaut hat. Bellingröhr arbeitet seit 2008 in der Abteilung.

25: **Rolf Lange** (40) ist seit dem 1. April Leiter des Geschäftsbereichs

Unternehmenskommunikation/Public Affairs bei Edeka in Hamburg. Er folgt auf **Michaela Fischer-Zernin**, die das Unternehmen verlassen hat. Zeitgleich hat **Nico Schiller** (33) die Position des Leiters Interne Kommunikation/Edeka Verlag übernommen.

26: **Heidi Hauer** (30) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation von Kraft Foods Österreich in Wien (AT) übernommen. Zuvor war sie in der Europazentrale des Unternehmens in Brüssel (BE) tätig. Hauer folgt auf Barbara Blohberger, die an den Bremer Standort des Lebensmittelkonzerns gewechselt ist.

27: **Thorsten Krimphove** (35) ist in der neu geschaffenen Position des Pressesprechers bei Weicon in Münster verantwortlich für die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Zuvor war er seit 2007 Leiter Public Relations und Marketing bei L.B. Bohle Maschinen + Verfahren in Ennigerloh

28: **Nadine Lüer** (30) verstärkt das PR-Team von MeridianSpa Deutschland in Hamburg. Die Kommunikationswirtin ist seit acht Jahren in unterschiedlichen Positionen auf Agentur- und Unternehmensseite tätig, zuletzt seit April 2005 als Account Managerin bei ad publica in Hamburg.

29: **Malte Dringenberg** hat die Leitung für das Presse-Team von Mercedes-Benz Classic in Stuttgart übernommen. Zuvor war er bei der Fiat Group Automobiles Germany in Frankfurt am Main als Pressesprecher für die Marken Alfa Romeo und Lancia zuständig.

30: **Carsten Titt** verantwortet bei Research in Motion/BlackBerry in Düsseldorf den Bereich Public Relations für Deutschland, Österreich und Schweiz. Zuvor war er seit November 2008 Leiter



Unternehmenskommunikation bei The Phone House, in Münster.

31: **Wolfgang Buschfort** (51) ist seit dem 1. April Pressesprecher der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See (KBS) in Bochum. Er folgt auf **Susanne Heinrich**, die bei der KBS künftig den Bereich Neue Soziale Medien betreuen wird.

32: **Christian Engelland** ist neuer Manager Social Media bei der Reederei Aida Cruises in Rostock. Er war zuvor seit Mai 2010 als Leiter Unternehmenskommunikation zuständig für Marketing und PR bei Ausschnitt Medienbeobachtung in Berlin.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

33: **Detlef Schulz-Kuhnt** (57) ist neuer Leiter Public Relations und Pressesprecher der IHK Heilbronn-Franken. Er verantwortete bisher in verschiedenen mittelständischen Unternehmen die Bereiche Marketing und Öffentlichkeitsarbeit und blickt auf eine mehrjährige Tätigkeit als selbständiger Unternehmer zurück. Schulz-Kuhnt folgt auf **Achim Ühlin**, der die IHK Heilbronn-

Franken im März nach elfjähriger Tätigkeit verlassen hat.

34: **Andreas Jöhrens** (48) ist neuer Pressesprecher und Leiter Unternehmenskommunikation/PR bei Berlin Partner. In dieser Position ist er Ansprechpartner für die Themen Wirtschaftsförderung und Hauptstadtmarketing. Zuvor war er seit Juli 1993 als freiberuflicher Reporter für den Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) tätig. Jöhrens folgt auf **Christoph Lang**, der sich selbstständig gemacht hat.

35: **Matthias Barner** ist neuer Pressesprecher der Konrad-Adenauer-Stiftung in Berlin. Der Politikwissenschaftler und Altstipendiat der Konrad-Adenauer-Stiftung leitete seit 2010 von Sofia aus das Medienprogramm Südosteuropa der Stiftung. Zuvor war er seit 2006 Sprecher der CDU Deutschlands.

36: **Dirk Förger** ist Pressesprecher sowie Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei dem Deutschen Zentrum für Neurodegenerative Erkrankungen (DZNE) in Bonn. Der Diplombiologe war vorher seit Juni 2011 bei dem VGE-Verlag in Essen Leitender Redakteur des Fachmagazins "Glückauf".

37: **Annette Kaiser** (43) übernimmt die Leitung der externen Kommunikation bei der Johanniter Unfallhilfe in Berlin. Bisher war sie seit April 2006 Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP) in Berlin.

38: **Axel Wallrabenstein**, Deutschland-Chef der MSLGroup Germany (GPRA) in Berlin ist neuer Akademischer Leiter der PZOK. Er folgt damit auf die Berliner PR-Beraterin **Astrid Drabant-Schwabach**.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

39: **Henning Lipski** (34) ist neuer Pressesprecher im Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Mecklenburg-Vorpommern in Schwerin. Der Journalist kommt vom Norddeutschen Rundfunk in Schwerin, wo er seit 2006 tätig war, zuletzt bei NDR 1 Radio MV als Reporter für Landespolitik. Lipski ist Nachfolger von **Johanna Hermann**, die in der Schulabteilung des Ministeriums die Kommunikation mit den Schulen übernimmt.

40: **Tobias Lindner** (30) ist neuer Sprecher für Wirtschaftspolitik der Bundestagsfraktion von Bündnis 90/Die Grünen in Berlin. Der Technische Diplom-Volkswirt ist seit Juni 2011 Mitglied des Deutschen Bundestages. Seine Vorgängerin **Kerstin Andreae** ist seit Ende Februar stellvertretende Fraktionsvorsitzende der Grünen im Bundestag.

41: **Joachim Gross** (57) muss seinen Posten als Kommunikationschef des Schweizerischen Bundesamt für Migration (BFM) in Bern (CH) räumen, der Deutsche Chef ist [nach Medienberichten](#) nicht mehr erwünscht.

Etats

Ausschreibung: AOK Bayern braucht Unterstützung beim Marketing und Lobbying

Gegenstand der Ausschreibung ist die Vergabe einer Rahmenvereinbarung durch die AOK Bayern an ein externes Beratungsunternehmen mit Schwerpunkt Marketing/ Lobbying zur Beratung und Unterstützung bei der Entwicklung von internen und externen Kommunikationsstrategien inkl. der

Modellierung von Serviceprozessen und der medialen Aufbereitung im gesamten Kommunikationsmix (medienübergreifende/ medienneutrale Produktion) und deren Umsetzung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Infosys entscheidet sich für Lewis PR

Die globale PR-Agentur Lewis Communications, mit 50 Mitarbeitern an den drei deutschen Standorten München, Düsseldorf und Frankfurt am Main, unterstützt seit kurzem das weltweit tätige IT-Unternehmen Infosys bei der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Die Kommunikationsexperten sind für die gesamte Pressearbeit des Anbieters von IT- und Consulting-Dienstleistungen verantwortlich. Ziel der Kampagne ist es das Profil von Infosys als Experte für IT-Consulting auch in Deutschland zu stärken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

McCain kommuniziert mit achtung!

McCain, Hersteller von Tiefkühlprodukten, hat den PR- und Social-Media-Etat für Deutschland nach einem Agenturscreening an achtung! (GPRA) in Hamburg vergeben. Nach Prüfung mehrerer Agenturen fiel bei McCain die Entscheidung auf achtung! und dafür, die beiden Etats PR und Social Media in eine Hand zu geben. Erstes großes Projekt für achtung! ist die Kommunikation zur Einführung der neuen 1.2.3 Frites Deluxe. Zu der Kommunikationskampagne gehören über PR- und Social-Media-Aktivitäten hinaus ein TV-Spot sowie Couponing-, Cross-Selling- und POS-Aktionen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (37) (14.+15.KW-2012)

01: Sorel footwaer, Atlanta, GA (USA)

was: *PR-Betreuung*

an: **Articus & Stewens public relations**, München

02: Deutsche Erdgas Fernleitungsnetzbetreiber (FNB), Berlin

was: *Fachpresse- und Medienarbeit*

an: **Neuland PR**, Leipzig

03: Arbeitsgemeinschaft LA-MED, Saulheim b. Mainz

was: *Intensivierung der Kommunikation*

an: **eickhoff kommunikation**, Köln

04: Blusenhersteller Jacques Britt (Seidensticker-Gruppe), Bielefeld

was: *gesamte Kommunikationsberatung*

an: **Orca im Hafen**, Hamburg

05: Animas, Heidelberg

was: *Fach- und Publikumsmedienarbeit*

an: **circlecomm**, Mühlthal

06: Feiyue Shoes Germany, keine Ortsangabe

was: *Kommunikations- und Eventplanung*

an: **CLY communication**, Berlin

07: 25hours Hotels, Hamburg

was: *Corporate-, Produkt- und Personality-PR*

an: **häberlein & mauerer**, München

08: Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit, Potsdam

was: *Realisation des politischen Magazins "liberal"*

an: **corps. Corporate Publishing Services**, Düsseldorf

09: Bundesverband Mergers & Acquisitions (BM&A), München

was: *Ausbau der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **MärzheuserGutzy**
Kommunikationsberatung, München

10: Büromöbelhersteller Humanscale, London
(GB)

was: *PR-Etat für Deutschland, Österreich und Schweiz*

an: **Integra Communication**, Hamburg

11: Amadeus Germany, Bad Homburg

was: *Betreuung des Kundenmagazins und – newsletters*

an: **wdv-Gruppe**, Bad Homburg

12: companion Strategie und Coaching, Berlin

was: *PR-Arbeit für das Web Excellence Forum (WebXF)*

an: **Bond PR-Agenten**, Berlin

13: Bauwerk Capital, München

was: *Neukonzeption des Bereichs Produktkommunikation*

an: **KMS Team**, München

14: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV)

was: *Fachkonferenz für die Kampagne "Zu gut für die Tonne"*

an: **MediaCompany – Agentur für Kommunikation**, Berlin

15: Burg Watchphone, Kaiserslautern

was: *klassische Kommunikation, Social Media und Cross-Promotion*

an: **Convensis Group**, Stuttgart

16: Lohmann & Rauscher, Neuwied

was: *PR-Projekte für die Produkt- und Unternehmenskommunikation*

an: **Isgro-Gesundheitskommunikation**, Mannheim

17: i-save energy, Berlin

was: *Pressearbeit, Medienarbeit, Öffentlichkeitsarbeit sowie Online-PR*

an: **PR4you**, Berlin

18: Telefunken Licenses, Frankfurt am Main

was: *Unternehmens- und Produkt-Kommunikation sowie externe Pressestelle*

an: **Hartmut Schultz Kommunikation**, München

19: ZF Friedrichshafen

was: *Entwicklung und Umsetzung eines Kommunikationskonzepts für das Thema Motorsport*

an: **MSL Germany** (GPRA), München

20: KHS, Dortmund

was: *Kommunikationsmaßnahmen, Markenkampagne sowie Maßnahmen im Below-the-line-Bereich*

an: **Butter**, Düsseldorf

21: Ritter Energie- und Umwelttechnik, Dettenhausen

was: *klassischen PR-Arbeit, Entwicklung von Kampagnen und Publikationen sowie Betreuung von Messeauftritten*

an: **public:news**, Hamburg

22: Denner, Zürich (CH)

was: *Medienarbeit, strategische Beratung, Projekte im Bereich Corporate Publishing und Unternehmenskommunikation*

an: **C-Factor**, Zürich (CH)

23: Germany Trade and Invest (GTAI), Berlin

was: *Redaktionelle und grafische Neuausrichtung der Printmagazine, sowie Entwicklung eines ein Dachmarkenkonzepts*

an: **muehlhausmoers corporate communications**,(GPRA) Berlin

24: Adfonic, München
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
25: Nojob, Göttingen
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Helmut Weissenbach Public Relations**,
München

26: nic | Spiel + Art, Laupheim
was: *Einführung von Produktneuheiten*
27: Lingoplay, Köln
was: *Erweiterung der direkten Kommunikation*
an: **Uhlmann PR**, Augsburg

28: Brauerei Carlsberg Deutschland, Hamburg
was: *projektbezogene PR zur Fußball-EM in
Polen + Ukraine*
29: Brauerei Duckstein, Hamburg
was: *Kommunikation zu Themen
Spitzengastronomie und Kulinaristik (u.a.)*
an: **häberlein & mauerer**, München

30: Johnson & Johnson Family of Companies in
Switzerland, Zug (CH)
was: *strategischen Beratung zur Kommunikation
des Change-Projekts "One J&J"*
31: Spital Limmattal, Schlieren (CH)
was: *Entwicklung der Markenstrategie sowie die
Umsetzung der Kommunikationsmittel*
an: **Crafft**, Zürich (CH)

32: Festo, Esslingen
was: *globales Kundenmagazin "Trends in
Automation"*
33: H. Stoll, Reutlingen
was: *gesamte Kommunikation inklusive Public
Relations*
34: Daimler, Stuttgart
was: *Baureihenkommunikation der Mercedes-
Benz G-Klasse*

35: Nissan Center Europe, Brühl
was: *Beileger "World of Nissan" (WoN) zum Tag
der offenen Tür bei Nissan Händlern*
36: Alpirsbacher Klosterbräu Glauner, Alpirsbach

was: *strategischen Repositionierung der Marke und
komplette Marken-Kommunikation*
37: Daimler, Stuttgart
was: *Kommunikationsmaßnahmen für gepanzerte
Mercedes-Benz Fahrzeuge unter der Marke MB
Guard*
an: **KD Group**, Reutlingen / Stuttgart

Branche

Geleakte Unterlagen: So woll(t)en Lobbyisten Gesetze ändern

Teile der Baubranche befürchten, durch eine Gesetzesreform Einbußen zu erleiden. Sie schalten daher eine Agentur ein, die auf 19 Seiten erklärt, wie die Politik beeinflusst werden soll. Aus Versehen wurde das Papier an den falschen Empfänger verschickt - und zeigt, wie die PR-Industrie arbeitet. Ein kurzer unbedachter Klick, und schon war es geschehen. Eigentlich war das Dokument nur für eine interne Präsentation gedacht, doch aus Versehen wurde es an den falschen Empfänger verschickt. Der allerdings dachte nicht daran, die Sache vertraulich zu behandeln. Und so ist das Papier über Umwegen nun bei der Presse gelandet - mit dem Ergebnis, dass die Öffentlichkeit einen hübschen Einblick bekommt, wie das so laufen kann, wenn PR-Strategen für Firmen Einfluss auf die Politik nehmen wollen.

Den Artikel von Daniela Kuhr am 3. April in "sueddeutsche.de" [hier online weiterlesen](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (10) (14.+15.KW-2012)

01: Mit gezielten **Image-Maßnahmen schärft die GEMA ab Mitte April das Bewusstsein für**

musikalische Kreativität in Deutschland. Durch Image-Maßnahmen unter dem Motto "Musik ist uns was wert" macht die GEMA auf die Leistungen von Komponisten und Textdichtern aufmerksam. Die Maßnahmen umfassen zum einen eine Plakatserie, zum anderen Online-Aktionen, bei denen die Teilnehmer ein Privatkonzert ihres Lieblingsmusikers gewinnen können. Mit dem Online-Wettbewerb "Das Konzert Deines Lebens" weitet die GEMA die Image-Maßnahmen auch auf das Internet aus. → gema.de

02: **Publik, Agentur für Kommunikation** in Ludwigshafen, und **Mussler Communication** in Frankfurt am Main bieten künftig unter dem **gemeinsamen Namen Publik** Kommunikationsdienstleistungen an den zwei Standorten an. Neben der klassischen Medien- und Öffentlichkeitsarbeit, strategischen Beratung, Corporate Publishing sowie Internet und Social Media Beratung gehören zukünftig auch die Leistungen Markenentwicklung, Sponsoring und Events dazu. Das Führungsteam besteht aus den vier geschäftsführenden Gesellschaftern Kirstin Baumann, Lutz Hildebrandt, Antje Louis und Timo Mussler. Die Agentur beschäftigt mehr als 30 feste Mitarbeiter in Beratung, Redaktion, Kreation und Office. → agentur-publik.de

03: Die dpa-Tochter **news aktuell richtet ihre Palette an PR-Dienstleistungen neu aus**, die Produkte finden sich in drei neuen Geschäftsbereichen wieder: Geschäftsbereich Verbreitung: Textverbreitung, Bildverbreitung, Videoverbreitung, Audioverbreitung, Internationale Verbreitungen, Verteilerservice, AdressTool. Geschäftsbereich Software: PR-Software und Journalistendaten, Social Media Monitoring. Geschäftsbereich Produktion: Videoproduktion, Streaming, Multimedia News Releases, Eventbild-Service, Audioproduktion, Infografiken, Finanzkommunikation. Für die neu

geschaffenen Geschäftsbereiche zeichnen Marcus Heumann, Klaus-Peter Frahm und Lars Müller verantwortlich. → presseportal.de

04: Die Rolle der Medien - und somit auch der **PR - ist in China noch immer von ganz eigener Art**. Die Medien in China unterliegen nach wie vor einem großen Einfluss der Partei. Die Menschen sind sich dessen bewusst. CCTV, der größte staatliche TV-Sender, sendet über 19 Kanäle und wird von rund 95 % der Bevölkerung zur Informationsbeschaffung genutzt. Chinas Medienmarkt hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt. Mehr als 2.200 Zeitungen und 7.000 Magazine sind existent. → pressemitteilung.ws

05: **Hering Schuppener Consulting ist erfolgreich ins Jahr 2012 gestartet** und belegt in Deutschland erneut Platz 1 des M&A-Rankings des Informationsdienstleisters mergermarket. Insgesamt betreute die Strategieberatung für Kommunikation im ersten Quartal des laufenden Jahres sieben Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen. Der Gesamtwert der Transaktionen lag bei 5,8 Milliarden Euro (rund 7,6 Milliarden US-Dollar). Mit diesem Ergebnis setzt Hering Schuppener seine Marktführerschaft nach acht Jahren in Folge an der Spitze des mergermarket M&A-Rankings konsequent fort. → heringschuppener.com

06: Media Lotse, Agentur für PR, Konzeption und Planung von Gründerin und Inhaberin Sigrid Schwarze (seit 2003), hat **mallorca-pr gestartet** und eröffnet am 1. Mai ein neues Büro in Cala Major (ES). Damit ist die Agentur neben Hamburg und Bornheim nun mit einem Standort auf der Balearen-Insel präsent. Als PR Profi bringt Schwarze mit ihrem Team eine umfangreiche Erfahrung von rund fünfzehn Jahren mit. Der Focus liegt auf Produkt PR, Lifestyle PR, Personality PR, Event PR und der Tätigkeit als externe Pressestelle für Unternehmen. → medialotse.com

07: Antoine Augustin Parmentier (1737-1813) landete **einen der erfolgreichsten PR-Coups der Geschichte**: Er entwickelte eine Kampagne zur Einführung der Kartoffel als gesundes Nahrungsmittel und zur Bekämpfung der Hungersnöte in seinem Heimatland Frankreich. Parmentier geriet im Siebenjährigen Krieg in preußische Kriegsgefangenschaft und lernte dort die Kartoffel kennen. Preußenkönig Friedrich der Große versorgte seine Armee und Kriegsgefangenen mit der Knollenfrucht, die bis dato im Volk als ungesund galt. → pr-agentur-blog.de

08: Die Frankfurter Agentur **KPRN network eröffnet eine Repräsentanz in München**. Simone Roemheld und Nina Samadan arbeiten jetzt in dem neuen Büro in der bayerischen Landeshauptstadt. Roemheld unterstützt das Team von KPRN network bereits seit fünf Jahren in Frankfurt und soll ab jetzt die Kontakte zu Journalisten und Netzwerkpartnern in München intensivieren. Samadan arbeitet seit rund zwei Jahren für KPRN network in Frankfurt und wird ab Mitte April das Münchener Team verstärken. → kprn.de

09: Das **Thema PR für HR** (oder anders herum) wabert ja nun schon seit gut zwei Jahren auch durch die Employer Branding Szene. In letzter Zeit wurde ich gleich mehrfach nach Dienstleistern in diesem Umfeld gefragt. Da ist es durchaus passend, einmal bei Bodo Kirf, einem erfahrenen Kommunikationsprofi und Chef der Düsseldorfer PR Agentur DJM Communication, die sich dem Thema Personal verschrieben hat, nachzufragen. Auf geht's: → saatkorn.wordpress.com

10: Pünktlich zum Start des Nokia Lumia 900 hat sich das finnische Unternehmen **eine aufsehenerregende PR-Kampagne** einfallen lassen: Auf einer Webseite werden Probleme der

Konkurrenz-Produkte, allen voran des schärfsten Mitbewerbers Apple, durch den Kakao gezogen. Namen werden keine genannt. Kampagnen, die nicht das eigene Produkt, sondern Probleme der Konkurrenten in den Fokus stellen, haben in den USA lange Tradition. → beyond-print.de

Medien

Warum sich Blogger kaum für Pressemitteilungen interessieren

Interview mit Thomas Pleil, Online-PR-Professor an der Hochschule Darmstadt, auf dem Zimpel Blog. Pleil bloggt selbst regelmäßig auf seinen vier eigenen Blogs und hat so auch die leidvolle Erfahrung gemacht, dass er mit unpassenden Pressemitteilungen bombardiert wurde. In diesem Interview finden Sie wertvolle Tipps, wie man am besten Blogger Relations aufbaut und in welcher Form PR-Arbeit mit Bloggern sinnvoll möglich ist. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PMG Zitate-Ranking: Spiegel bleibt auch im ersten Quartal 2012 meistzitiertes Medium

"Der Spiegel" ist das meistzitierte Medium im ersten Quartal 2012. Die im Vorjahresquartal erstplatzierte "Bild"-Zeitung folgt aktuell auf dem zweiten Rang vor der "Süddeutschen Zeitung". Das ergibt die aktuelle Auswertung des Zitate-Rankings von PMG Presse-Monitor in Berlin. Im ersten Quartal 2012 zitierten die ausgewerteten Meinungsführermedien das Hamburger Nachrichtenmagazin insgesamt 943-mal. Die "Bild"-Zeitung bleibt mit 704 gemessenen Zitaten die am häufigsten zitierte Tageszeitung vor der

"Süddeutschen Zeitung" mit 507 Zitaten.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (5) (14.+15.KW-2012)

01: Die "**WirtschaftsWoche**" sucht wieder die **innovativsten und kreativsten Gründer Deutschlands**. Gemeinsam mit fünf Partnern schreibt Deutschlands führendes Wirtschaftsmagazin zum sechsten Mal seinen Gründerwettbewerb aus. Den Siegern winkt ein Starthilfe-Paket mit Beratungsleistungen, Trainings und medialer Unterstützung im Wert von rund 300.000 Euro. Es können alle Entrepreneure teilnehmen, die seit Jahresbeginn 2010 an den Start gegangen sind oder sich noch in der Startphase befinden. Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2012. Alle Einzelheiten zum Wettbewerb im Internet unter:
wiwo.de/gruenderwettbewerb

02: **Kritisch und hartnäckig: Zehn Jahre "Zapp"**. Also auf so eine Idee muss man erst mal kommen. Stellen Sie sich bitte mal vor, man richtet als Unternehmen eine Abteilung ein, die alles kritisch durchleuchten soll. Und das, was diese Abteilung herausfindet, wird nicht etwa nur intern besprochen. Nein, es wird groß in alle Welt hinausposaunt. Absurd! Welches Unternehmen würde sowas schon machen? Der NDR hat es getan - vor zehn Jahren - da wurde nämlich ZAPP gegründet. Und seitdem begleiten wir kritisch alles, was in den Medien so schief läuft. Auch im eigenen Haus. Und darauf sind wir stolz. Der NDR auch. Freunde allerdings, macht man sich damit nicht immer. → ndr.de

03: Die Georg von Holtzbrinck-Schule für Wirtschaftsjournalisten in Düsseldorf wird mit Unterstützung des Verbandes der PSD Banken in Bonn in diesem Jahr zum ersten Mal für junge Journalisten den **Ferdinand Simoneit-**

Nachwuchspreis für Wirtschafts- und Finanzjournalismus

ausloben. Der Nachwuchspreis richtet sich an Volontäre aus Print- und Online-Medien und junge Journalisten, die nicht älter als 33 Jahre sind. Namensgeber des mit 10.000 Euro dotierten Förderpreises ist der im Jahr 2010 verstorbene Mitbegründer der Georg von Holtzbrinck-Schule, Journalistikprofessor Ferdinand Simoneit. → holtzbrinck-schule.de

04: Das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie hat den **Deutschen Wirtschaftsfilmpreis 2012** ausgeschrieben. Er wird auch in diesem Jahr für eindrucksvolle filmische Darstellungen in vier Kategorien vergeben: 1. Filme aus der Wirtschaft (Kurz- und Langfassungen), 2. Filme über die Wirtschaft, 3. Filme in neuen Medien, 4. Nachwuchsfilme. Die Anmeldung für den Wettbewerb wird in diesem Jahr erstmalig online erfolgen, Anmeldeschluss ist der 6. Juni. → bmwi.de

05: Nachdem der **TV-Konsum in den vergangenen Jahren** stetig anstieg, gab es im ersten Quartal 2012 eine deutlich rückläufige Entwicklung. Sechs Minuten pro Tag sahen die im GfK-Panel erfassten Deutschen und EU-Bürger innerhalb Deutschlands weniger fern - 242 statt 248 Minuten. Besonders in den Altersgruppen von 14 bis 39 geht es dabei stark nach unten. → meedia.de

Social Media

Kontrollverluste, Kontrollphantasien - die Bundeswehr und das Social Web



Folgt man der aktuellen Berichterstattung, hat ein Soldat der Bundeswehr den Schauspieler und Boulevardmedienbewohner Wilson Gonzales Ochsenknecht via Facebook bedroht. Abgesehen

davon, dass Prominente und Politiker regelmäßig wirre Drohungen erhalten, die nicht zuerst bei der Bild-Redaktion sondern der Polizei landen, legen sowohl die Wahl des Mediums als auch der Worte nahe, dass es dem Soldaten sowohl an der Medien- als auch der Planungskompetenz fehlt, die geäußerte Absicht auch in die Tat umzusetzen. Und was macht ein moderner Arbeitgeber wie die Bundeswehr, die feststellen muss, dass es ihren Mitarbeitern an Kompetenzen fehlt?

Den Artikel von Sascha Stoltenow am 16. April in seinem "Bendler Blog" [hier online weiterlesen](#).

Abmahnung für Fanseitenbetreiber – Wann Sie für Ihre Nutzer (nicht) haften müssen

Nachdem eine Kölner Rechtsanwaltskanzlei von der Abmahnung eines Facebook-Fanseitenbetreibers berichtet hat, ist die Verunsicherung im Netz groß. Das liegt daran, dass die Abmahnung wegen eines Bildes erfolgte, das **ein Nutzer gepostet** hat. Würde diese Abmahnung Erfolg haben, müssten alle Fanseiten Nutzerbeiträge einzeln freigeben. Das klingt nicht nur radikal, sondern widerspräche dem Gesetz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie "Social Media in der Unternehmenskommunikation"

Wer kümmert sich um Social Media in den Unternehmen? Soziale Netze wie Facebook, Google+ und XING haben die Kommunikation gerade der unter 30-Jährigen gravierend verändert. Menschen verbreiten Interessantes aus ihrem Leben, ihren Internet-Funden und ihrer Gedankenwelt und verknüpfen sich über diese kurzen Meldungen wieder mit anderen Nutzern. Die Informationen (und Gerüchte) fließen im virtuellen Netzwerk schneller und werden mit anderen Informationen angereichert. Themen werden dadurch pointierter gesetzt, die digitale Reichweite wird deutlich gesteigert. Daher setzen viele Unternehmen auf Facebook-Fanseiten, Google+-Unternehmensseiten oder ein aktives Netzwerken ihrer Mitarbeiter auf XING. Doch die hier bewährten Mechanismen werden zunehmend auch für die interne Kommunikation zwischen den eigenen Mitarbeitern interessant.

(Quelle: Pressemeldung [hier weiterlesen](#): [presstext](#), Stier Communications AG, Zürich/Weiningen am 12. April)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Networks immer wichtiger für die Jobsuche

Können Social Media dabei helfen, einen passenden Job zu finden? Dieser Frage ist die Karriereplattform TheDegree360 nachgegangen und zu einer klaren Antwort gekommen. Ja! Nach jüngsten Erkenntnissen fahnden immer mehr Personaler in sozialen Netzwerken nach geeigneten Angestellten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Doktor: Social Media - Wo nehmen wir die Zeit bloß her?

Es gibt Sätze, die mich immer wieder aufs Neue erstaunen. Dazu gehört die häufig von Unternehmern und selbst von PR-Leuten (in Unternehmen und Agenturen!) geäußerte Frage: "Präsenz im Social Web, schön und gut. Aber wo sollen wir denn die Zeit hernehmen?" Gerade letztens hat mich das wieder jemand gefragt, und zwar im Zusammenhang mit meinem zweiteiligen Beitrag zu sinnvollen Inhalten im Social Web. Aber, bitteschön, ist es denn immer noch nicht Konsens, dass Online-Kommunikation zur Gesamtkommunikation dazugehört? Dass sie mithin schlicht und einfach in Konzeption, Strategie und Budget mit eingerechnet werden muss?

Den Artikel von Kerstin Hoffmann am 10. April in ihrem Blog "PR-Doktor" [hier online weiterlesen](#).

Social Media compact (10) (14.+15.KW-2012)

01: **Facebook kauft Coupon-Spezialist Tagtile**, das ein Kundenbindungsprogramm für Smartphones entwickelt hat. → [Handelsblatt.com](#)

02: **Pinterest-Erfolg lässt sich messen**, z. B. mit Pinreach. Die Website ist seit Februar 2012 am Netz und misst die Reichweite des eigenen Pinterest-Auftritts. → [Pinreach.com](#)

03: **Project Glass: Google präsentiert Computerbrille**. Das Project Glass soll eine Datenbrille hervorbringen, die mit dem Internet verbunden ist und ihren Träger informiert, welche Termine und Aufgaben noch auf ihn warten, wie das Wetter ist, ob neue E-Mails eingegangen sind. → [Spiegel.de](#)

04: **Sonntags surfen mehr Nutzer auf Markenprofilen** und besonders Telekommunikationsdienstleister und Konsumgüterhersteller haben gute Chancen, dass ihre Markenprofile bei Facebook und Twitter angeschaut werden. → [Lead-digital.de](#)

05: **In Großbritannien und den USA nimmt jetzt Skype die Wettbewerber Twitter und Facebook ins Visier**. Mit provokanten Anzeigen, Bannern und Plakaten will die Microsoft-Tochter neue User für den Voice-over-Ip-Dienst gewinnen. → [Horizont.net](#)

06: **Kirche feiert Facebook-Gottesdienst**. Der TV-Beauftragte der katholischen Kirche in Deutschland feierte in Köln den ersten Facebook-Gottesdienst - und hatte seine Gemeinde online bei sich. → [wdr.de](#)

07: Die **Zahl der Internetnutzer in Deutschland hat erstmals die Schwelle von 75 Prozent der Bevölkerung überschritten**. Das ergibt eine neue repräsentative Erhebung des Hightech-Verbandes BITKOM, Berlin. Aktuell sind 75,8 Prozent der Bundesbürger ab 14 Jahren online. Das sind mehr als 53 Millionen Menschen. „**Einen echten Boom gibt es beim mobilen Internet**“, sagt BITKOM-Präsident Dieter Kempf. Bereits 37 Prozent der Deutschen – 26 Millionen Menschen – nutzen das Web auf ihrem Handy oder einem Tablet-PC. (Quelle: [Bitkom-Pressemeldung vom 3. April 2012](#))

08: **Facebook plant eine Verbesserung der Suchfunktion** und will damit Google Konkurrenz machen. → [t3n.de](#)

09: **Das Google Art Projekt lädt zu Museumsrundgängen ein**: Jüngster Zugang ist das Weiße Haus in Washington, auch der Louvre und die Berliner Museen sind mit ihren wichtigsten Werke beim Google-Projekt im Netz. → [ftd.de](#)

10: Was wäre, wenn "The Facebook" in den Neunzigern erfunden worden wäre? Oder Twitter in den Achtzigern? Ein Zeitreise-Video gibt Auskunft. → mashable.com

Reputation Management

Der gute Ruf als nachhaltiger Erfolgsfaktor

Unternehmen müssen sich aktuell unter einem Wandel in der Wirtschaftswelt behaupten, der aus dem Zusammenrücken der internationalen Märkte, einem Überangebot an Produkten und aus der immer stärkeren funktionalen Produkt- und Dienstleistungshomogenisierung resultiert. Dabei fungiert eine positive Unternehmensreputation als erfolgskritisches Unterscheidungsmerkmal und konstituiert somit eines der bedeutendsten Assets eines Unternehmens, um bestehende Loyalitäten bei den unterschiedlichen Anspruchsgruppen zu stärken und festigen bzw. neue zu schaffen. Der zukünftige wirtschaftliche Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens wird somit nicht nur vom realen, in Bilanzen ausgewiesenen Sachkapital bestimmt, sondern vielmehr auch durch den fragilen, immateriellen Vermögensgegenstand Reputation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 73 – Sebastian Manhart: „Webseiten für Auszubildende müssen nicht knallbunt sein.“

Das Interview wurde geführt von Helge Weinberg, Strategie & Kommunikation, Hamburg.



Interview mit Sebastian Manhart, Feldkirch (AT) über Nachwuchswerbung in Industrie und Handwerk.

PR-Journal: Wo sprechen Sie die potenziellen Auszubildenden an?

Sebastian Manhart: Unsere [Webseite](#) ist der Anlaufpunkt für alle. Hier lenken wir die Jugendlichen hin. Aber auch deren Eltern. Wir schalten Print-Anzeigen und erstellen Beilagen sowie redaktionelle Beiträge, so Journale zu Ausbildung und Weiterbildung. Im ORF und regionalen Kabelkanälen senden wir TV-Spots zu Lehrlingsberufen. Unsere Unternehmen investieren sehr viel in Werbung, vor allem Außenwerbung. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Karrierebarometer

Ergebnisse Karrierebarometer: Was erwarten Young Professionals von ihrem Arbeitgeber?

Ein- und Aufsteiger in der Kommunikationsbranche erwarten im Jahr 2012 vor allem mehr Freizeit, Wertschätzung und Weiterbildung. Um die entsprechenden Rahmenbedingungen zu schaffen, ist jeder Zweite bereit, den Arbeitgeber zu

wechseln. Das sind die zentralen Ergebnisse des aktuellen Karrierebarometers, dafür hat das PR Career Center in Kooperation mit dem PR Journal rund 60 Young Professionals befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

heutigentags: It's the fucking Agentur-Irrsinn, stupid!



Ein Kommentar von **Dennis Sulzmann**, Berater und Journalist aus Hamburg.

Der Chef einer großen Werbeagentur *hat Dampf abgelassen*. Deichmann hatte

mehrere Agenturen angefragt, um für wenig Geld an ein tolles Konzept fürs Firmenjubiläum zu kommen. Ohne Briefing, Budgetvorgaben oder Zielsetzung. Deichmann möchte die Idee dann intern umsetzen, die Agenturen sollen für ein paar tausend Euro alle Rechte abtreten. Ogilvy-CEO Strerath will darüber jetzt „eine Diskussion eröffnen“. Und die Kreativbranche, in der Kannibalisierung State of the Art ist, diskutiert schön mit, sollte sich aber auch mal an die eigene Nase fassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kerlikowskys Kommentar über... deutsche Politiker und die Straftaten in der Schweiz



Guten Tag! Für die meisten deutschen Politiker ist es ein Skandal. Ein Schweizer Staatsanwalt will strafrechtlich gegen deutsche Finanzbeamte vorgehen, die bei der

Suche nach schwarzen Konten in der Schweiz

Straftaten begangen haben sollen. Er begründete es in einem Fernsehinterview der ARD. Den Bundesanwalt der Schweiz, Michael C. Lauber, kenne ich zufällig. Ihn hatte ich 2006 zu einem Gespräch in den Club Berliner Wirtschaftsjournalisten eingeladen. Damals war er noch Geschäftsführer des Liechtensteiner Bankenverbandes. Dass prominente deutsche Politiker, Manager und Unternehmer das Fürstentum als Geldwaschmaschine benutzt hatten, war ein Thema unserer Diskussion.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Minimalinvasives Change Management

Ein Autorenbeitrag von **Dimitrij Naumov**, Partner von **Jordan & Partner**, Unternehmens- und Kommunikationsberater, München

Die Unsicherheit im unternehmerischen Umfeld nimmt rasant zu. Aus wissenschaftlicher Perspektive bedeutet Unsicherheit eine hohe Komplexität bei gleichzeitig hoher Veränderungsdynamik. Für gewachsene und strukturierte Systeme, wie Unternehmen es sind, stellt Unsicherheit deshalb eine enorme Herausforderung dar. Denn das Zusammenspiel von Organisationsformen, Prozessen, formellen und informellen Kultur- und Interaktionsmustern, Mythen und Technologien, die ein Unternehmen ausmachen, ist immer Ausdruck von Antworten auf die Fragen der Vergangenheit. Doch je schneller die Welt sich ändert und die Vergangenheit „veraltet“, desto schwieriger wird es für Unternehmen, die richtigen Antworten zu finden. „Erfahrung ist das – wohl einzige – Gegenmittel gegen Weltfremdheit. Aber jetzt greift sie nicht mehr“, so beschreibt Odo Marquard diese Entwicklung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auf dem visuellen Auge blind: Wieso PRler und Journalisten den Facebook-Instagram-Deal unterschätzen



Ein Autorenbeitrag von Björn Eichstädt, Geschäftsführer und Mitgesellschafter der PR-Agentur Storymaker in Tübingen.

Ende 2011 habe ich einen Ausblick auf das Jahr 2012 geschrieben. Die Headline: *„Das Bild vom großen Ganzen“*. Meine wichtigste Voraussage für dieses Jahr darin war: der Siegeszug des Bildes im Social Web – und damit immanent auch die Herabwürdigung des Textes als globales Austauschmittel in einer auf Emotion („like“) und Empathie („share“) ausgerichteten Netzwerkwelt. Im Zentrum der Überlegungen: Instagram. Interessanterweise waren die Reaktionen eher verhalten. „Interessant“ fand das der ein oder andere. Aber: „Das ist doch „nur“ ein Fotosharing-Service“. Google+ sei doch viel wichtiger. Und so gingen viele zur Tagesordnung über. Spannend, dass kurz darauf von den selben Protagonisten (in meiner Community und meinen Timelines sind naturgegeben viele PRler und Journalisten) ein großer Hype um Pinterest inszeniert wurde. Den ich zwar kurz mitmachte, mir aber dann doch recht sicher war, dass Instagram auf Dauer die Bedeutungsrose vorn haben würde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Realwirtschaft ist schon lange fiktional. Es gewinnt die beste Story.

Damals, im Frühjahr 2008, hatte Maria-Elisabeth Schaeffler die Idee für den Coup des Jahres. Die „Königin der Kugellager“, wie die Wirtschaftspresse die elegante Wienerin nannte, war auf die Idee verfallen, mit ihrem Unternehmen, einer mittelständisch geprägten Firma aus dem fränkischen Herzogenaurach, den Reifenhersteller Continental aus Hannover zu kaufen: ein Dax-Unternehmen, dreimal größer als Schaeffler. *Den Artikel von Rainer Hank vom 15. April in „FAZ.net“ [hier online weiterlesen](#).*

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie Facebook, Twitter und Co. kommunizieren

Die bekannten sozialen Netzwerke gerieren sich gerne als große Kommunikatoren. Haben Journalisten aber Fragen zu den Unternehmen, wird der Kontakt schnell schwieriger. Ein Selbstversuch. Facebook, Twitter, MeinVZ - inzwischen tummeln sich so einige im Web 2.0. Sie haben uns die digitale Freundschaft gebracht, das gruscheln und das „ liken“. Man kann sich nun im Netz „ver-netzen“. Klasse Idee, die viele Menschen ziemlich toll finden. Auch wirtschaftlich bewegen die Konnektoren der Neuzeit einiges. Das zeigt etwa der Hype um den bevorstehenden Börsengang von Facebook eindrucksvoll.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

FAZ. Wirtschaft als Fiktion: Der Erzähler

Alexander Geiser wird von Topmanagern engagiert, damit er ihnen Geschichten erfindet. Ob Continental oder Deutsche Bank - die

Bildung

Studienberatung – Alles, was Sie für Bachelor und Master wissen müssen

Der Eintritt ins Studium markiert den Beginn eines neuen Lebensabschnitts. Für viele angehende

Studenten ist dieser Schritt mit der ersten eigenen Wohnung, einer neuen Umgebung und vielen Herausforderungen verbunden. Doch auch für Arbeitnehmer, die ihr Studium berufsbegleitend absolvieren gibt es viel zu beachten. Als Orientierungshilfe und Leitfaden haben wir unsere besten Artikel zum Thema für Sie zusammengestellt.

Den Artikel von Christian Mueller am 16. April im Blog von Jochen Mai "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Die 40. DAPR-Grundausbildung beginnt im Oktober

Ein Jubiläum: die renommierte Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) findet zum 40. Mal statt. Jetzt hat die DAPR die neuen Termine für die 40.

Grundausbildung bekanntgegeben. Der nächste Kompakt-Lehrgang findet vom 5. Oktober 2012 bis 20. Januar 2013 in der Villa Orange in Frankfurt am Main statt. Das Programm besteht aus vier jeweils dreitägigen Modulen, die von Freitag bis Sonntag dauern:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mediendienstleister mit neuer Seminarreihe – Infopaq öffnet WissensWerkstatt

Der Mediendienstleister Infopaq aus Kornwestheim erweitert sein Angebot im Consulting und bietet mit der "Infopaq WissensWerkstatt" künftig sein breites Spektrum an Wissen im Medien- und Kommunikationsbereich in verschiedenen Workshops an. Bei den Seminaren in Stuttgart und Frankfurt am Main dreht sich 2012 alles rund um die Themen Social Media und Kommunikations-Controlling. In der

WissensWerkstatt bündelt Infopaq über 125 Jahre Erfahrung in der Mediendienstleistung, also der Kommunikation, Medienbeobachtung und Evaluation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (9) (14.+15.KW-2012)

01: Hier ein bisschen twittern, da ein Pinnwandeintrag bei Facebook und schnell noch ein paar Sätze für den Blog zusammenschreiben ist für Mitarbeiter in der Kommunikation heute Arbeitsalltag. Doch oft fehlt neben einem klaren Social Media-Konzept auch der Überblick über die Möglichkeiten der einzelnen Kanäle und ihr crossmediales Zusammenspiel. Wie dieses gelingen kann, vermittelt das **zweitägiges Kompaktseminar: "Social Media: Unternehmenskommunikation im Social Web"** am 7. und 8. Mai in Hamburg. → [media-workshop.de](#)

02: Die **Georg von Holtzbrinck-Schule bietet neue Seminaren für Pressearbeit und Unternehmenskommunikation** an: Workshop "Die optimale Homepage - die professionelle Präsenz im Internet" - Termin: 7. Mai, "Souveränes Auftreten - Stimme und Körpersprache" - Termin: 8. Mai, "Der Manager als Marke - wie Sie Ihrem Unternehmen ein Gesicht geben" - Termin: 9. Mai, "Unternehmenskommunikation 2.0 - wie Sie Facebook, Twitter und Co. nutzen" - Termin 11. Mai, "Grundkurs Pressearbeit - erfolgreich mit Journalisten zusammenarbeiten" - Termin: 15. Mai, "Presse und Öffentlichkeitsarbeit mit TV und Web-TV - TV und Video in der Unternehmenskommunikation" - Termin 24. und 25. Mai. → [merheimer.com](#)

03: Wie sich Unternehmen und Organisationen mit ihrem Tun und der Kommunikation über CSR positionieren können, zeigt am 19. Juni in Köln das

Seminar von burcom – Institut für

Kommunikation auf. Es richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen sowie gemeinnützigen Einrichtungen, die für das gesellschaftliche Engagement verantwortlich sind oder bei Werbung oder PR damit konfrontiert. Inhalte des Seminars sind: Grundlagen (CSR-Nutzen, Handlungsfelder, Stellschrauben, strategischer Ansatz, Erfolgsfaktoren), Kommunikation und Reporting (Formen und Standards, Instrumente und adressengerechte Medienplanung) sowie Praxisbeispiele erfolgreicher CSR-Maßnahmen. → burcom.de

04: Grundlagen und eine Einführung in die PR bietet das **B1 Basistraining PR, 1. Teil:** Einführung und Grundlagen vom 25. bis 29. Juni. Veranstalter ist die AFK Akademie Führung und Kommunikation in Oberursel bei Frankfurt am Main. Die Übungsintensität des fünftägigen Intensivtrainings sollen für maximalen Inhalt und optimalen Lernerfolg sorgen. Auf dem Seminarprogramm stehen: eine Einführung in die Medienarbeit und das journalistische Schreiben, Konzeptionstechnik, interne Kommunikation und Corporate Communications, Veranstaltungskommunikation, sowie Kommunikationsmodelle, -theorie und -ethik. → afk-online.com

05: Im Rahmen einer Artikelrecherche befragt Chefredakteurin Regine Rachow im Interview mit dem Magazin Kommunikation & Seminar die Kölner Beraterin Birgitt Morrien, die seit 15 Jahren Start-ups berät, zu **möglichen Gründen für den Erfolg von Start-ups**. Morrien, US-diplomierte Medienwissenschaftlerin und Autorin mehrerer Coaching-Bücher, zielt mit ihrer ganzheitlichen Methode auf den Kern des Gelingens, auf das "markante Profil, das Gründer/innen hilft, dem Drama der Beliebigkeit zu entkommen, indem sie es wagen, den

Unterschied zu machen." → coaching-blogger.de

06: Die **Leipzig School of Media öffnet ihre Pforten zum Studieninformationstag:** Am 27. April können Interessierte kostenlos Einblick in laufende Seminare nehmen, sich persönlich beraten lassen, an einer Führung über den Campus teilnehmen und eine Abendveranstaltung besuchen. Das Team der Leipzig School of Media steht für persönliche Beratung zur Verfügung. Zum Abschluss des Studieninformationstags ist Wolfgang Scheida, Ressortleiter Panorama/Reportage/Titelthema der "Welt"-Gruppe, zu Gast, um zum Thema "Crossmedia Storytelling" zu diskutieren. → leipzigschoolofmedia.de

07: Die Social Media Akademie (SMA) startet mit einem aktualisierten **Lehrgang Social Media Manager** in den Bildungsfrühling. Das Curriculum wurde im Dialog mit führenden Social Media Managern aus Agenturen und Unternehmen komplett überarbeitet und enthält neue Themen und Dozenten, einen verstärkten Praxisteil sowie die bewährte „social learn methode®“ und das anerkannte SMA-Zertifikat. Die Registrierung für den neuen Lehrgang mit Start am 16. April ist ab sofort unter www.socialmediaakademie.de möglich.

08: Social Media sind für Verbände das Thema, bei dem der größte Informationsbedarf besteht. Das ist eines der wichtigsten Ergebnisse der Verbändestudie 2012. Deshalb bietet **TBN Public Affairs** speziell für Verbandsmitarbeiter sowie aktive Mitglieder **Seminare in Berlin und Köln an, die Social Media in den Fokus nehmen** und von allen Seiten praxisnah beleuchten - gemeinsam mit dem Social Media Experten Frank Neuhaus. → tbnpa.de

09: Wie man Geschichten in der PR und Unternehmenskommunikation einsetzt und ihre

Wirkungsweise überprüfen kann, ist Thema des zweitägigen, übungsintensiven **Seminars "Storytelling"** am 3. und 4. Mai in München der **scm**. Der erfahrene Trainer und Autor Michael Müller zeigt, wie man spannende und interessante Geschichten verfasst, mit denen man Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit erreicht. Mehr unter: www.scmonline.de

Studien

Studie: Facebook-Fans fremdeln mit Facebook-Chronik

Das Titelbild in der neuen Facebook-Chronik wird von den meisten Fans geflissentlich ignoriert, zeigt eine aktuelle Eye-Tracking-Studie von SimpleUsability. Statt hier sämtliche Kreativität zu verpulvern, sollten Marketer in Facebook ihr Hauptaugenmerk lieber auf Unternehmensinfos und Unternehmensgeschichte legen, denn danach suchen die Facebook-Nutzer der Studie zufolge am stärksten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (5) (14.+15.KW-2012)

01: Aktuelle Debatten um Flugverbote und Stromtrassen zeigen: Für den Dialog mit NGOs und Bürgerinitiativen benötigen Pressesprecher und Kommunikationsmanager neue Strategien. Auf der **Veranstaltung der Deutschen Presseakademie (DEPAK) "Öffentlichkeitsarbeit in der Partizipationsgesellschaft"** debattieren zwei zentrale Protagonisten, wie der Dialog zwischen Bürgern, Firmen und Politikern funktionieren kann. Auf der **6. Fachtagung**

Krisenkommunikation am 24. und 25. Mai in Berlin lernen Teilnehmer an Hand spannender Cases aus der Praxis der Unternehmenskommunikation: Mediationen zu gestalten, Dialogforen zu entwickeln, Reputation zu erneuern, Mitarbeiter zu mobilisieren, Shitstorms zu meistern, Bezugsgruppen zu identifizieren und weitere Kompetenzen & Konzepte der Krisenkommunikation. → tagung-krisenkommunikation.de

02: Propaganda als Problem: Kriegsberichterstattung, Transparenz und Informationspolitik, mit diesem kontroversen Thema startete am Gründonnerstag die neue **Ringvorlesung Journalism Relations am Campus München der MHMK**. Zu Gast waren Andrea Claudia Hoffmann, die für das "Focus" Magazin aus Afghanistan und dem Irak berichtet, Michael Brauns von der Münchner Universität der Bundeswehr sowie der Kölner Journalistikprofessor Andreas Elter, der nicht nur als bundesweiter Studiengangleiter Journalistik an der MHMK bestens bekannt ist, sondern auch als ausgewiesener Experte und Buchautor in Sachen Kriegspropaganda. → macromedia-fachhochschule.de

03: NEXT Berlin: Internationale Trendsetter der digitalen Wirtschaft treffen sich am 8. und 9. Mai bei Europas führender Konferenz der Branche. **Das Programm für die NEXT Berlin 2012 ist ab sofort online** (nextberlin.eu). Digitale Technologien haben Märkte, Medien und Menschen radikal verändert. Auf der NEXT Berlin werden über 100 Top-Referenten aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft diesen Wandel kommentieren, ihre Strategien und Innovationen präsentieren und einen Blick in die Zukunft wagen. Die NEXT Berlin beschließt die "Berlin Web Week" (2. bis 9. Mai) in der "Station-Berlin". Viele Side-Events der "Berlin Web Week" werden die Konferenz begleiten.

04: Am 24. April wird Gerald Braunberger, verantwortlicher Redakteur Finanzmarkt bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, bei Gorkana in Frankfurt am Main zu Gast sein und einen Einblick in eine der bedeutendsten deutschen Tageszeitungen geben. Die **Gorkana Breakfast Briefings** bieten PR-Profis Gelegenheit, führende Journalisten persönlich zu treffen und wichtige Kontakte zu knüpfen. Bei Interesse an der kostenlosen Veranstaltung, schreiben Sie eine Email an: europpevents@gorkana.com

05: Am 21. Mai **verleiht die WAK Westdeutsche Akademie für Kommunikation zum 33. Mal die "Dr. Kurt Neven DuMont-Medaille"** im Börsensaal der IHK an Ford Deutschland. Mit dieser Auszeichnung erkennt die Akademie die Aktivitäten im Bereich Marketing und Werbung an, mit denen das Unternehmen seine Marken, insbesondere den Fiesta, nach vorne gebracht und damit nachhaltig den Standort Köln gesichert hat. → wak.de

Tipps

Lohnsteuerhilfe Bayern informiert: Häusliches Arbeitszimmer richtig von der Steuer absetzen

„Wenn das häusliche Arbeitszimmer den Mittelpunkt des Berufslebens bildet, kann man die Kosten dafür als Werbungskosten von der Steuer absetzen“, so Mark Weidinger, Vorstand des bundesweit tätigen Lohnsteuerhilfevereins. Es sind alle Unterhaltskosten, die in der Wohnung anfallen, abzugsfähig. Dazu zählen zum Beispiel auch Ausgaben für Energie, Wasser, Reinigung, die Hausratversicherung oder die Grundsteuer. Dabei ist es egal, ob es sich um eine Mietwohnung oder ein Eigenheim handelt. Bei Wohneigentum werden statt der

Miete die anteiligen Abschreibungen, die Darlehenszinsen sowie die Betriebskosten anerkannt. Wie hoch der abziehbare Anteil ist, hängt von der Größe des Arbeitszimmers ab. → www.lohi.de

Tipps compact (3) (14.+15.KW-2012)

01: **Über Presseportale erreicht die Online-Pressemeldung nicht nur die klassischen Medienkontakte, sondern auch potentielle Kunden direkt.** Es gibt jedoch eine Vielzahl von kostenlosen und kostenpflichtigen Presseportalen im Internet, die sich in Reichweite und Leistung unterscheiden. Bieten die kostenpflichtigen Portale einen entsprechenden Mehrwert gegenüber kostenfreien Presseportalen, und welche Möglichkeiten gibt es, die Reichweite der PR-Texte im Internet durch Presseportale zu erhöhen? Antworten darauf gibt der **Presseportal Report 2012 mit umfassenden Zahlen und Statistiken** zu über 90 Presseportalen. Den vollständigen Presseportal-Report 2012 können Sie kostenlos unter folgendem Link abrufen: pr-gateway.de

02: **Fast jeder zweite Jugendliche nutzt Smartphone.** Rund 21 Millionen Deutsche nutzen bereits Smartphones. Besonders beliebt sind die kleinen Alleskönner in der Altersgruppe der 20- bis 49-Jährigen. Wie eine aktuelle Studie der Nürnberger GfK zeigt, sind die Geräte auch unter Jugendlichen weit verbreitet. Mobiltelefone gehören hierzulande zur Standardausstattung. Insgesamt 89 Prozent der Deutschen im Alter über zehn Jahren verfügen über ein oder gleich mehrere Mobiltelefone. Steigender Beliebtheit erfreuen sich Smartphones, mit denen man nicht nur telefonieren sondern auch im Internet surfen kann. → gfk.com

03: **Topmanager in deutschen Unternehmen sind häufig der Grund, warum Veränderungsprojekte scheitern:** Denn sie

schätzen ihren Beitrag für das Gelingen solcher Projekte zu optimistisch ein und sind gleichzeitig nur in geringem Maße zu Selbstkritik fähig. Die **Change-Management-Studie** 2011/2012 der Managementberatung Kienbaum hat ergeben, dass sich das Topmanagement in den Augen von mehr als einem Drittel der Befragten im Veränderungsprozess kaum oder kein Feedback einholt und Risiken nicht ausreichend analysiert. Für die Studie hat Kienbaum mehr als 350 Topmanager, Führungskräfte und Projektleiter zu ihren Erfahrungen und Vorstellungen in Change-Vorhaben befragt. → kienbaum.de

Literatur

Dörfel / Schulz: Social Media in der Internen Kommunikation

Wir kommentieren, "liken" und informieren uns von zu Hause, aus dem Bus und im Supermarkt. Social Media gehören längst zum Alltag – zum privaten. Trotz steigender Erwartungen sind Social Media im Berufsalltag jedoch noch keine Selbstverständlichkeit.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Literatur compact (1) (14.+15.KW-2012)

01: Public Relations als Beruf /

Neuerscheinung bei UVK. Das Buch richtet sich an junge Menschen mit dem Berufsziel PR, an Berufseinsteiger und solche, die bereits einige Jahre in den PR arbeiten und nun den nächsten Schritt machen wollen. Und gibt Einblick in ein vielfältiges Berufsfeld.

Rebecca Beerheide, Jonathan Fasel, Stefan Rippler, Steffen Westermann, Branko Woischwill: "Berufsziel PR". UVK Verlagsgesellschaft,

Konstanz. PR Praxis, Band 252012, 182 Seiten.
Preis: 20 Euro. ISBN 978-3-86764-302-3. Erscheint Ende April 2012.

Internes - aus der Redaktion

Neues auch beim PRJ-Newsletter-Versand

Der Relaunch unserer Website ist nun auch beim Newsletter angekommen. Für den Versand und dessen Statistik- und Abo-Management nutzen wir nun den deutschen Serviceanbieter CleverReach in Oldenburg (www.cleverreach.com). Es gibt künftig nur noch eine NL-Version (mit entsprechenden Links). **An alle Empfänger versenden wir die HTML-Version.** Wer wie bisher eine **Text-Version** haben möchte, muss dies entsprechend in seinem Browser/Mailprogramm einstellen (wenn Sie dort "NurText" angegeben haben, sollte das reichen). HTML- und Text-Version können Sie wie bisher am Bildschirm durchscrollen und lesen. Für die Nutzung mit einem Tablet-Computer ist die Formatierung bereits optimiert, für Smartphones folgt dies in Kürze. Auch an der Gesamtgestaltung werden wir noch Feinarbeiten vornehmen.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (64)

Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Junior Community Manager \(m/w\), Frankfurt und Köln](#)
- [European Sales & Business Development Manager](#)
- [THINK INC. COMMUNICATIONS in München sucht PR-Berater \(m/w\) Lifestyle, Beauty und Gesundheit](#)
- [PR-Berater/Beraterin im Bereich Food, Frankfurt](#)
- [PR-Berater/-in Bereich Consumer Electronics, Hamburg](#)
- [PR-Berater/-in Bereich Food, Hamburg](#)
- [Junior-Berater/-in PR & Social Media, Hamburg](#)
- [PR-JuniorberaterIn mit Eventmanagement-Erfahrung, Köln](#)
- [PR-Assistenz/Projektleitung, Hamburg](#)
- [PR-Berater/in mit Berufserfahrung, Frankfurt oder München](#)
- [Berater/in Public Relations und Social Media \(Vollzeit\), Berlin](#)
- [PR-Berater und Junior/Projektmanager \(w/m\), München \(auch in Teilzeit\)](#)
- [PR-Berater \(m/w\) für HBS International, Frankfurt](#)
- [PR Agentur sucht Teamleiter/in für die Social Media Unit , Hamburg](#)
- [Juniorberater/-in bei SEA PR, Frankfurt](#)
- [PR-Berater/in und PR-Redakteur/in, Wiesbaden](#)
- [Senior Consultant \(m/w\) im Bereich Public Relations Healthcare, Frankfurt](#)
- [PR Assistenz \(m/w\), München](#)
- [Juniorberater \(m/w\) bei JP KOM in Düsseldorf](#)
- [PR Assistent /in, Hamburg](#)

- [Seniorberatung/Juniorberatung/Redakteur \(m/w\) Politische Kommunikation, Berlin/Frankfurt](#)
- [Account Manager PR \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Kommunikationsberater Healthcare \(m/w\), Mühlthal bei Darmstadt](#)
- [Projektassistent/in Public Relations, Mainz](#)
- [PR-Redakteur \(m/w\), Bensheim](#)
- [Journalisten mit Architekturaffinität, Filderstadt](#)
- [PR-Juniorberater und PR-Berater mit Healthcare Erfahrung \(m/w\), Eltville](#)
- [PR-Berater \(w/m\) im Bereich Medical Communications national und international, Frankfurt](#)
- [Senior PR-Berater / Teamleiter \(m/w\), Frankfurt](#)

Medien

- [Leiter/in Online-Redaktion Bauportale](#)

Unternehmen

- [Redakteur/Texter \(m/w\), Köln](#)
- [Area Public Relations Manager, Germany & Switzerland \(maternity cover\)](#)
- [Leiter Öffentlichkeitsarbeit \(m/w\), Hannover](#)
- [PR-Mitarbeiter/in, Kempten](#)
- [PR-Berater \(m/w\), München](#)
- [PR-Mitarbeiter für die Abt. Öffentlichkeitsarbeit \(m/w\), Karlsruhe](#)
- [Marketing/PR Manager, Berlin](#)
- [Leiter Unternehmenskommunikation für Verlag, Bonn](#)
- [PR- Manager \(m/w\), Bad Camberg / Berlin / Hürth](#)

Freelancer

- [PR Beraterin - Beauty, Mode, Lifestyle](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 16. April 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **12.067 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-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia"; Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Ursel Reineke, Heidelberg (u.reineke[at]pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Salz&Pfeffer&Senf"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte + Gerichte"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Reputation Management".

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

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (strubberg[at]pr-journal.de).
Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":
Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten

2010/2011/2012: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Die Gesichter + Informationen zu den Namen der **"Mitmacher"** in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer *neuen* [Serviceseite dokumentiert](#).

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[at]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.prranking.de; www.pr-lokalreporter.de; www.pepperia.de.