

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 317 / 49. KW 2011

Seite 1

Klassische Unternehmensberichterstattung vor dem Aus? Neuorientierung der Wirtschaftskommunikation

Eine Gemeinschaftsstudie der Universität Hohenheim, Stuttgart und der ING-DiBa AG, Frankfurt am Main offenbart eine hohe Betroffenheit der Bürger durch die Verschuldungs- und Eurokrise. Den Entscheidungsträgern in Politik und Wirtschaft, aber auch den Medien wird Misstrauen entgegen gebracht. Auch mit der Medienberichterstattung über die Krise sind die Bürger sehr unzufrieden. Eine Neuorientierung des Wirtschaftsjournalismus steht an – mit Folgen für die gesamte Wirtschafts- und Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die Herrscher im Netz: Endspiel um das Internet

Apple, Google, Facebook und Amazon dringen in die Domänen der Nebenbuhler ein und suchen die Entscheidung um die Herrschaft im Netz. Die Börse wettet auf Amazon und Facebook. Im Durchschnitt halten sich IT-Unternehmen etwa

zehn Jahre an der Spitze. Dann kommt eine neue Technik mit neuen Innovatoren und fegt sie weg. Apple, Google, Facebook und Amazon, die aktuellen Gladiatoren des Internet-Zeitalters, sind auf dem besten Weg, diese Regel zu brechen. Alle vier Unternehmen besitzen die Köpfe, die Strategie und/oder das Geld, sich für lange Zeit an der Spitze zu halten. Auf Augenhöhe nebeneinander in seinem Kerngeschäft - mobile Geräte (Apple), Internetsuche (Google), soziales Netzwerk (Facebook) und Handel (Amazon) - unangefochten Weltmeister zu sein, genügt den Gladiatoren aber nicht mehr. Sie gehen aufeinander los, dringen munter in die bisherigen Domänen der Nebenbuhler ein und suchen die Entscheidung für die Herrschaft im Internet. 2012, nach dem Börsengang von Facebook, haben sie vergleichbare Voraussetzungen für die spannendste „strategische Schlacht“ (so Eric Schmidt von Google) zur Verfügung, die das Netz je erlebt hat. - Die Börse wettet auf Amazon und Facebook als Gewinner - und hat die Rechnung ohne Apple und Google gemacht. *Den Artikel von Holger Schmidt am 9. Dezember in "FAZ.net" [hier online weiterlesen](#).*

Otto-Brenner-Stiftung fordert Marktordnung für Lobbyisten

Der Lobbyismus in Deutschland bedarf zeitgemäßer Regeln. Seine Ordnung ist eine Herausforderung für die Demokratie. Doch die Demokratie in Deutschland hat ihr Verhältnis zu den großen Lobbys und ihren kleinen Lobbyisten bisher weder geklärt noch geordnet. Der Vorschlag der Otto Brenner Stiftung leistet einen Beitrag für die Diskussion. Die Marktordnung für Lobbyisten nimmt Partei für die Demokratie und die demokratische Republik, den Souverän, das Parlament, den Primat der Politik und die legitime Interessenvertretung. Sie setzt sich von



bloßen Forderungen nach noch mehr Transparenz ab und verlangt, fragwürdige Praktiken abzustellen. Im Zentrum der Marktordnung steht das Verhältnis der Lobbyisten zum Parlament. Ziel ist die Stärkung der Interessenvertretung, die Stärkung der Politik und die Stärkung der Demokratie durch eine Revitalisierung des Parlaments. Die Teile A und B der Studie sind online unter lobby-studie.de abrufbar.

Mensch vor Marge: Das Ende der Ego-Agenturen

Im Kampf um die besten Köpfe werden die Agenturen gewinnen, die Mitarbeiter durch Freiheit, Fairness und Vertrauen binden. Dazu müssen Agenturchefs ihre Eitelkeit im Zaum halten. Die Zukunft gehört Kreativunternehmern, die Talente fördern statt auszubeuten. Jahrelang, ja über Jahrzehnte, schien der Kommunikationsbranche der Nachwuchs nicht auszugehen. Werbe- und PR-Agenturen waren attraktive Arbeitgeber, die es sich erlauben konnten, ihre neuen Mitarbeiter schon während des Studiums an Design- und Filmakademien oder an Instituten für Kommunikationswissenschaft und Publizistik auszusieben. Zu verlockend war die Aura des Kreativen, die Aussicht auf eine Karriere bei den großen Namen der Branche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact (25) (49.KW-2011)

AGENTUREN:

01: **Kerstin Schmidt** (26) unterstützt die Agentur Markenreise aus Berlin im Bereich Touristik, ihre Aufgabe wird die Konzeption und Realisation von Incentive-, Sponsoring- und Kampagnen Reisen sein. Sie kommt aus London, wo sie bei Sovereign Tourism als Operations Executive für Gruppen- und Incentive Reisen zuständig war. **Susanne Adam** (31) verantwortet den Bereich Kommunikation/Interactive, sie konzipiert und realisiert ab sofort alle Kommunikationsmedien und verstärkt den Digitalbereich. Die Diplom Betriebswirtin hat die letzten drei Jahre für die Agenturgruppe argonauten in Berlin und London (GB) gearbeitet. **Sebastian Slamka** (28) fängt in der Eventunit von Markenreise – inflame – als Junior Projektmanager an. Er hat zuletzt als freier Projektleiter für insglück gearbeitet. Der internationale Eventmanager (EWS) war davor Projektleiter Incentive und Events bei GPM LiveMarketing – ebenfalls in Berlin.

02: **Marie-Therese Kron** und **Daniel Seegers** steigen bei Laub & Partner in Hamburg zu PR-Senior-Beratern auf und werden in das Management der Agentur berufen. Kron übernimmt Aufgaben in den Bereichen Recruitment und Personalentwicklung. Sie ist studierte Journalistin und Marketingökonomin und war bereits von 2003 bis 2006 als Junior-Beraterin bei Laub & Partner tätig. Seegers verantwortet die Aufstellung und Vermarktung des Leistungsportfolios. Er ist Verlagskaufmann und Diplom-Medienwissenschaftler und kam 2005 zu Laub & Partner.



03: **Barbara Millonig** (30) heuert als Account Manager bei der PR- und Kommunikationsagentur leisure communications in Wien (AT) an. Sie übernimmt die Aufgaben von **Stefan Ratzenberger**, der als Pressesprecher von Bundesminister Nikolaus Berlakovic (V) in das Österreichische Lebensministerium gewechselt ist, und **Sarah Gasser**, die nach zwei Jahren bei leisure communications nun in der Redaktion der Tageszeitung "Österreich" tätig ist. Millonig war zuvor seit 2006 bei verschiedenen Agenturen in Kärnten mit Fokus auf Public Relations und Content Development tätig.

04: **Volker Stürzebecher**, langjähriger Pressesprecher und PR-Manager, hat sich in Ismaning/München als Berater für Unternehmenskommunikation selbständig gemacht. In seinem bisherigen beruflichen Werdegang sammelte er umfangreiche Erfahrungen in der internationalen Nutzfahrzeugindustrie sowie als Management-Trainer, zuletzt seit 1995 als Leiter Public Relations bei Volvo Trucks Region Central Europe in Ismaning.

05: **Bettina Emmenegger** (41) wird ab Januar 2012 Mitglied der Geschäftsleitung von YJOO Communications in Zürich (CH). Die Kommunikationsexpertin verstärkt das Team unter anderem in den Bereichen Bildung, Gesundheitswesen und öffentliche Hand. Vor Ihrer einjährigen Auszeit war sie Mitglied der Geschäftsleitung sowie Leiterin PR und Standortleiterin Chur (CH) bei der Agentur freicom.

06: **Christian Gombert-Proksch** (37) ist neuer Senior Berater in dem Bereich Corporate Communications bei der Kommunikationsagentur CB.e Clausecker | Bingel. Ereignisse in Berlin. Zuvor war der Volljurist und Gründer der Kommunikationsagentur Bergzwo Teamleiter bei wbpr Berlin (GPRA) und verantwortete verschiedene Kundenprojekte.

UNTERNEHMEN:

PMG - Presse-Monitor®

Berliner Morgenpost

Handelsblatt

WELT

FINANCIAL TIMES

DER SPIEGEL

In Kooperation mit GBI-Genios

PMG Research - Pressearchiv und Wirtschaftsinformationen

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

Einfach klicken und kennenlernen.

07: **Beatrix Fontius**, Media Relations Manager und **Dominik Beyer**, Press Officer, sind nun am Standort Mannheim Presse-Ansprechpartner für alle Unternehmensaktivitäten von Alstom in Deutschland und in Zentraleuropa. Fontius ist seit Januar 2009 als External Communications Manager in der Alstom-Unternehmenskommunikation tätig, davor arbeitete sie neun Jahre im Bereich Unternehmens- und Produktkommunikation beim Technologiekonzern Thales. Beyer ist ebenfalls seit Januar 2009 in der Unternehmenskommunikation des Unternehmens tätig, schwerpunktmäßig in den Bereichen Fachpressearbeit und digitale Medien, zuvor arbeitete er in der Unternehmenskommunikation der Heidelberger Stadtwerke.

08: **Martin Jung** (42) wird am 1. Januar 2012 als Senior Vice President Thermoplastics Research neuer Sprecher der BASF-Forschung für die Automobilindustrie in Ludwigshafen. In dieser Funktion koordiniert er alle Forschungsaktivitäten mit dieser Schlüsselbranche innerhalb und außerhalb der BASF. Jung ist derzeit bei BASF als Vice President für das Marketing von Amininen in Europa zuständig. **Volker Warzelhan** (63), der derzeitige Forschungssprecher

für die Automobilindustrie und Leiter der Einheit Thermoplastics Research im BASF-Kompetenzzentrum Polymer Research, tritt am 31. Dezember 2011 in den Ruhestand.

09: **Gregor F. Lüthy** (42) wird am 1. Februar 2012 Leiter der Unternehmenskommunikation der Spitaldirektion des UniversitätsSpitals Zürich (CH). Er verantwortete zuletzt als Leiter die Kommunikation der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Zürich, wo er seit 2006 tätig war. Lüthy tritt die Nachfolge von **Petra Seeburger** an, die das Unternehmen im Sommer 2011 verlassen hat. Unterstützt wird er von den beiden Kommunikationsbeauftragten **Barbara Beccaro** und **Bettina Wildi**.

10: **Manuela Bruck** (43) übernimmt am 1. Januar 2012 die Verantwortung für die Gesamtkommunikation der Österreichischen Post in Wien (AT). Die bisher getrennt geführten Bereiche Konzernkommunikation und Kommunikationsstrategie werden zu einer integrierten Kommunikation zusammengeführt. **Ina Sabitzer**, die seit Dezember 2009 für die Konzernkommunikation zuständig ist, wird das Unternehmen Ende Dezember auf eigenen Wunsch verlassen.

11: **Nicole Simon** (34) ist ab sofort als Head of Online bei Atlantic Multipower Germany in Hamburg, tätig. Ihr Aufgabenbereich umfasst neben der Zuständigkeit für die unternehmenseigenen Websites die Steuerung der internationalen Online-Strategie sowie sämtliche Social Media Aktivitäten. Sie kam im August als Senior Manager E-Commerce zu Atlantic und war vorher E-Commerce/Online Marketing Manager bei den Hurlgruten in Hamburg.

12: **Christine Burger** (38) leitet als Senior Manager ab sofort den neu geschaffenen Bereich Consumer PR bei Loyalty Partner in München und ist damit verantwortlich für die Strategie- und PR-Aktivitäten von Payback auf globaler Ebene. Ausserdem übernimmt sie die Position der



Unternehmenssprecherin. Zuvor war Burger als Leiterin Unternehmenskommunikation bei TripAdvisor in München tätig.

13: **Carina Grendel** (41) übernimmt am 1. Januar 2012 die neu geschaffene Position der Leitung PR & Kommunikation der Mediengruppe Klambt mit Verlagssitz in Speyer. Von Hamburg aus verantwortet sie die übergreifende PR für alle Marken der Mediengruppe sowie die Unternehmenskommunikation. Zuvor war Grendel als freie PR-Beraterin in den Bereichen Lifestyle, Mode und Hotellerie tätig.

14: **Nadja Luise Julich** steigt als Director Marketing & Sales bei Career Partner in München ein. Zu ihren neuen Aufgaben gehört neben der gruppenübergreifenden Leitung des Marketing-Teams die Kommunikation der Career Partner Gruppe, insbesondere über digitale Kanäle. Julich kommt von der Scout24 Holding, wo sie zuletzt die Position Vice President Marketing inne hatte.

15: **Yenia Zaba** (33) übernimmt die neu geschaffene Position des Communication Managers, zuständig für die interne und externe Öffentlichkeitsarbeit, bei

Starbucks Deutschland. Das Unternehmen wechselt Anfang 2012 den Standort von Essen nach München. Zuvor war sie Teamleiterin und Senior Account Manager bei KPRN network in Frankfurt am Main.

16: **Katrin Kupke** (41) ist als neue Marketing- und Sales-Direktorin des Heide-Park Soltau auch verantwortlich für sämtliche Maßnahmen der Kommunikation und Reputation. Zuvor war die Diplomkauffrau seit März 2007 als Leiterin Branding & Reputation Geschäftskunden - B2B bei HanseNet Telekommunikation in Hamburg tätig.

17: **Thomas Wittek** (41) ist neuer Senior Specialist Media Relations bei Accenture in Kronberg im Taunus, zuständig für die Themen aus den Bereichen Management Consulting sowie Resources. Zuvor war er seit 2007 Leiter Kommunikation von UK Trade & Investment im Britischen Generalkonsulat in Düsseldorf.

18: **Bastian Fröhlig** (32) ist für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei JET Computer Products in Hannover-Laatzten zuständig. Der PR-Manager ist seit 2000 in der IT-Branche unterwegs und war seit Dezember 2009 im Technischen Marketing von G.B.T. Technology Trading in Hamburg tätig.

19: **Paloma Martino** (32) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation bei Denner in Zürich (CH) übernommen. Zuvor war sie seit April 2007 als Projektleiterin und Medienverantwortliche bei Lidl Schweiz in Weinfelden (CH) tätig und hat dort die Medienstelle aufgebaut.

MEDIEN:

20: **Walter Roller** ist neuer Chefredakteur der Augsburger Allgemeinen. Er gehört bereits seit 1970 der Redaktion an und leitete seit 1997 als stellvertretender Chefredakteur die Zentralredaktion. Roller löst **Markus Günther** ab,

- Anzeige -



Das scm-Programm 2012 ist online. Die nächsten Termine sind:

- Social Media Praxistage | 14./15. März 2012
- Intensivkurs Interne Kommunikation | 22. März bis 2. Juni 2012
- Intensivkurs Social Media und Onlinekommunikation | 19. April bis 2. Juni 2012
- Schreibtraining für PR-Profis | 26./27. April 2012
- Krisen-PR – Kontroversen, Konflikte, Krisen | 27. April 2012

www.scmonline.de

der seit Juli 2009 Chefredakteur war und zuvor als Korrespondent aus Washington berichtete.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

21: **Jörg Hahn** (50), seit 2004 Sportchef der Frankfurter Allgemeine Zeitung FAZ, wechselt am 1. Juli 2012 als Direktor Kommunikation zu der Stiftung Deutsche Sporthilfe in Frankfurt am Main. Der ehemalige Basketball-Spieler und -Trainer arbeitet nach dem Studium der Germanistik und Soziologie seit 1982 bei der FAZ und gehört zu den führenden Köpfen des deutschen Sport-Journalismus. **Hans-Joachim Elz** (58), der seit 2001 die Öffentlichkeitsarbeit der Sporthilfe als Direktor Kommunikation steuert, wird als Beauftragter des Vorstands im Führungsteam der Stiftung künftig vor allem auf die Bereiche Fundraising, Wirtschafts-Kooperationen und Public Affairs strategischen Einfluss nehmen.

22: **Thomas Zauner** (46) hat die Leitung der Öffentlichkeitsarbeit der Österreichischen Nationalbibliothek (ÖNB) in Wien (AT) übernommen. Zuvor hatte er die Leitung der Presse- und Marketingabteilung der Verlagsgruppe Carl

Ueberreuter in Wien inne und war Programmleiter der Imprints Ueberreuter Sachbuch und tosa. Zauner bleibt weiterhin Gesellschafter der Cartoon-Agentur Komischen Künste im Wiener MuseumsQuartier, die er in den vergangenen eineinhalb Jahren gemeinsam mit **Fritz Panzer** aufgebaut hat.

23: **Denis McGee** (35) ist neuer Pressesprecher des Verbands Zentraler Immobilien Ausschuss (ZIA) in Berlin. Zuvor war er seit Juli 2010 als Berater bei der Agentur ergo Kommunikation (GPRA) in Köln für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Agenturkunden aus der Immobilienbranche verantwortlich. McGee tritt die Nachfolge von **Klaus-Peter Hesse** (44) an, der seit August als Geschäftsführer des ZIA tätig ist.

24: **Vera Richter** leitet ab 2012 die Geschäftsstelle des Comprix. Der Preis für kreative Healthcare-Kommunikation zieht innerhalb von Köln unter das Dach des Deutschen Ärzte-Verlags um. Richter, seit 2004 im Bereich Medienmarketing & Vereinsmanagement selbstständig, tritt die Nachfolge von **Werner Dierker** an, dessen Vertrag im Dezember 2011 endet.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

25: **Monika Göhr** (45) ist neue Sprecherin im Büro für Öffentlichkeitsarbeit des Landratsamtes Haßberge. Sie war zuvor langjährige Mitarbeiterin in der Reaktion der Neuen Presse in Ebern. Göhr folgt auf **Martin Schulze-Röbbeck** (59), der nach 13 Jahren als Sprecher des Landrates in die Freistellungsphase der Altersteilzeit geht.

- 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

Etats

Ausschreibung: BaWü benötigt Beratungsleistungen und Unterstützung bei der Durchführung der Nachhaltigkeitsstrategie

Das Land Baden-Württemberg hat im Jahr 2007 unter dem Motto "Jetzt das Morgen gestalten" eine Nachhaltigkeitsstrategie gestartet. Ziel ist, das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft fest zu verankern. Die Geschäftsstelle der Nachhaltigkeitsstrategie ist im Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft angesiedelt. Die Nachhaltigkeitsstrategie soll weiterentwickelt und neu zugeschnitten werden. Die Geschäftsstelle Nachhaltigkeitsstrategie hat hierzu den Entwurf einer Gesamtkonzeption erstellt. Die bisherigen Planungen sehen vor, einen strategischen Rahmen für die nachhaltige Entwicklung im Land zu erarbeiten, bestehend u.a. aus nachprüfbaren Zielen und

Managementsystemen (z.B. Nachhaltigkeitscheck). Zudem soll Nachhaltigkeit in bestimmten, für die nachhaltige Entwicklung besonders relevanten Bereichen konkret umgesetzt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (11) (49.KW-2011)

01: Vila Vita Hotel & Touristik, Marburg

was: *PR-Arbeit*

an: **Stromberger PR**, München

02: Kleine Wolke, Bremen

was: *Pressearbeit*

an: **Thalau : relations**, Bremen

03: Hotel Kaiserhof, Münster

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **PR Office**, Horn-Bad Meinberg

04: Landratsamt Nordsachsen, Torgau

was: *Organisation und Durchführung einer*

Pressereise in der Region Leipzig

an: **4iMedia**, Leipzig

05: K2 Sports Europe, Penzberg

was: *Marken-Kommunikation für "Line Skis", "Full Tilt Boots" und "Ride Snowboards"*

an: **eastside communications**, München

06: Bundesamt für Familie und zivilgesellschaftliche Aufgaben (BAFzA), Berlin

was: *Öffentlichkeitsarbeit für die beiden*

Demokratieprogramme des

Bundesfamilienministeriums

an: **We Do communication**, Berlin

07: TDS HR Services & Solutions, Neckarsulm

was: *strategische Ausrichtung sowie kommunikative und inhaltliche Themen des im November 2012*

stattfindenden Personalkongresses in Göttingen

an: **pro event live-communication**, Heidelberg

08: VLH (Veranda Leisure & Hospitality) Mapou (MU)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

an: **WeberBenAmmar PR**, Bad Soden am Taunus

09: Mövenpick Hotels & Resorts, Glattbrugg (CH)

was: *PR-Etat für Deutschland und Österreich*

an: **primo PR**, Frankfurt am Main

10: Gameinside, Wien (AT)

was: *Öffentlichkeitsarbeit, Corporate- und Produkt-Kommunikation*

an: **Lightning PR**, Frankfurt am Main

11: Verlagsgruppe Carl Ueberreuter, Wien (AT)

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Sachbuch- sowie das Kinder- und Jugendbuchprogramm in Deutschland, Österreich und der Schweiz*

an: **Kirchner Kommunikation**, Berlin

Branche

Lobbyismus: PR-Agentur brüstet sich mit Manipulation von Wikipedia und Google

Reporter haben Lobbyisten der Agentur Bell Pottinger heimlich gefilmt, als die erklärten, wie sie Wikipedia-Einträge und Google im Sinne ihrer Kunden beeinflussen. Dunkle Künste sind nur so lange Künste, wie sie im Dunklen bleiben. Diese Erfahrung macht gerade die englische PR- und Lobby-Agentur Bell Pottinger. Leitende Angestellte wurden heimlich gefilmt, als sie damit prahlten, Politiker, darunter auch Ministerpräsidenten, zu beeinflussen und Google-Suchergebnisse sowie Wikipedia-Einträge für ihre Kunden zu manipulieren. Geschäftsführer Tim Collins sagte, seine Agentur beherrsche "alle möglichen dunklen Künste". Nun wurden diese Künste ans Licht gezerrt und der Imageschaden für Bell Pottinger dürfte immens sein.

Zehn Accounts bei Wikipedia sind gesperrt, weil sie möglicherweise von Bell Pottinger benutzt wurden, um die Einträge über Kunden der Agentur zu schönen. Der Wikipedia-Eintrag über die Agentur selbst erwähnt den Vorfall gleich im zweiten Absatz. *Den Artikel von Patrick Beuth am 8. Dezember in "Zeit.Online" [hier weiterlesen](#).*
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (11) (49.KW-2011)

01: In Wiesbaden wurde mit HBBV ein Kommunikationsnetzwerk für Design, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit neu gegründet. HBBV steht für Clemens Hilger und Matthias Boie, Jochen Beithan und Marc Cyrus Vogel. Hilger führt zusammen mit Boie seit 1995 in Wiesbaden die Design-Agentur Hilger & Boie für Finanzkommunikation und Corporate Design. Jochen Beithan Corporate Communication (JBCC) in Weilburg ist 2003 aus einer Werbeagentur hervorgegangen. Das Leistungsangebot ist fokussiert auf die Beratung, Konzeption und Kreation von Unternehmenswerbung in klassischen Medien (Wirtschaftspresse, TZ, Zeitschriften, TV und Funk). Vogel verfügt über 25 Jahre Erfahrung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, er leitete die Unternehmenskommunikation verschiedener Unternehmen. Im Oktober 2011 gründete er, nach dreieinhalb Jahren Mitglied der Geschäftsführung und Partner bei ergo Kommunikation, in Schöneck die inhabergeführte Agentur Marc Cyrus Vogel Kommunikationsberatung.

02: Zu den drei besten Forschungspressesprechern des Jahres 2011 zählt Peter Strunk, Bereichsleiter Kommunikation von Wista-Management in Berlin. Strunk erhielt die Auszeichnung in der Kategorie "Industrie/Unternehmen". Die Forschungs-Pressesprecher werden jährlich in einer Umfrage unter rund 800 Medizin- und Wissenschaftsjournalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz im Auftrag der Zeitschrift "Medizin- und Wissenschaftsjournalist"

ermittelt. Zwei weitere Preise gingen 2011 an Caroline Wichmann, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina (Kategorie Forschungsorganisationen/Stiftungen) sowie an Andreas Schütz, Leiter Presse, Pressesprecher Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Kategorie Forschungsinstitute/Universitäten). → [idw-online.de](#)

03: Chandler Chicco Companies (CCC), ein Unternehmen der inVentiv Health hat bekannt gegeben, dass inVentiv Health die deutschen Agenturen für Healthcare PR, **Haas & Health Partner Public Relations** (Haas & Health Partner) in und **SanCom Creative Communication Solutions** (SanCom CCS), beide in Eltville, jetzt **vollständig integriert** hat. Mit dem Schritt nach Deutschland weitet CCC das Angebot seiner Kommunikationsleistungen auch auf den größten Healthcare-Markt Europas aus. Damit bietet die Agenturgruppe ihren Kunden direkten Zugriff auf Kompetenzen und Erfahrungen von mehr als 380 Healthcare Kommunikationsexperten weltweit. Darüber hinaus werden beide deutschen Agenturen eng verbunden sein mit dem inVentiv Health Communications/Europe "Super-Agentur" Netzwerk, einer pan-europäischen Unternehmensstruktur, die verschiedene Disziplinen und Units von inVentiv Health unter einem Dach zusammenführt. → [chandlerchicco.companies.com](#)

04: Die Kerl und Cie Gesellschaft für Kommunikationsberatung nimmt ab sofort ihre Geschäftstätigkeit auf. Am Finanzstandort Frankfurt am Main berät die Agentur Finanzunternehmen in allen Belangen der Kommunikation. Kerl und Cie bündelt dabei die Disziplinen Öffentlichkeitsarbeit, Werbung und Mediaplanung. Die Agentur ist von David Kerl (32) und Jan Karpinski (29) gegründet worden. Kerl berät seit mehreren Jahren Unternehmen aus der Bankenbranche, darunter vor allem Anbieter von Investmentfonds und Zertifikaten. Er war zuletzt am Standort Frankfurt für fischerAppelt (GPRA) im Bereich Neugeschäft tätig. Karpinski kommt ebenfalls von fischerAppelt und ist seit einigen Jahren in der

Kommunikationsberatung von Finanzunternehmen tätig.

05: A&B One (GPRA) in Berlin gewinnt den iF communication design award 2012 des Internationalen Forum Design. Die

Designspezialisten der Kommunikationsagentur überzeugten die international besetzte Jury mit ihrem neuen Corporate Design für das Bundesgesundheitsministerium. Das neue Erscheinungsbild des Bundesgesundheitsministeriums folgt einer mit den Themenschwerpunkten des Bundesministeriums verknüpften Farbkodierung. Dabei nähme das Bundesgesundheitsministerium mit dem neuen Corporate Design in Deutschland fast so etwas wie eine Vorreiterrolle ein. Seit 1953 würdigt das Internationale Forum Design mit den jährlich verliehenen iF design awards herausragende Designleistungen. → a-b-one.de

06: Die Düsseldorfer Agentur Brandzeichen eröffnet ab Januar 2012 eine Dependence in Hamburg. Der Fokus des zweiten Standorts der

Agentur für Markenberatung und Kommunikation liegt auf dem Bereich Food & Beverage. So wird unter anderem die Produkt-PR des Neukunden Kellogg (Deutschland), die Brandzeichen seit diesem Herbst verantwortet, ab Januar aus Hamburg gesteuert. Der Standort in der Hansestadt ist aber auch für andere Branchen offen. In Düsseldorf betreut Brandzeichen seit 2004 Kunden aus den Branchen Food & Beverage, Beauty & Lifestyle, Automotive & Technics, Homecare, Healthcare und Consultancies.

07: Carola Purtscher hat in Wien (AT) ihre eigene PR-Agentur mit dem Namen Purtscher Relations PR eröffnet. Seit mehr als 20 Jahren

befasst sie sich mit Kommunikation in all ihren Facetten, von interner bis externer Kommunikation bis Markenbildung und Eventmanagement. Mit diesem Know-how, besten Kontakten in die Politik, Wirtschaft und Medien und viel Leidenschaft für den Beruf erweitert Purtscher nun das PR-Angebot in Österreich. Die Expertise von Purtscher

RelationsPR reicht von strategischer Kommunikationsberatung bis zu klassischer Medienarbeit und Event-Management.

08: Wer die PR-Arbeit von mittelständischen IT-Unternehmen genau beobachtet, erkennt die wiederkehrenden Fehler in der Kommunikation.

Zum Beispiel nutzen viele Systemhäuser in ihren Pressemitteilungen häufig die Worte "innovativ" oder "kundenorientiert" zur Selbstbeschreibung. Es fällt auf, dass derartige Worthülsen insbesondere dort genutzt werden, wo ein Bauchladen an verschiedenen Lösungen existiert. Diese Begriffe sind phrasenhaft und zeugen davon, dass es an Bewusstsein für die Stärken der eigenen Dienstleistungen mangelt. → computerwoche.de

09: Die Agentur für Digitale Medien comwrap bezieht größere Agentur-Räumlichkeiten am Standort in Frankfurt am Main. Die zentrale Lage

am Frankfurter Hauptbahnhof und die Nähe zum Flughafen, bleiben der Agentur erhalten. Auch alle anderen Kontaktdaten sowie das Büro in Wiesbaden bleiben in der bisherigen Form bestehen. Die 2004 gegründete und inhabergeführte Agentur comwrap ist auf Kundengewinnung und Umsatzsteigerung im Internet und in der mobilen Kommunikation spezialisiert, das Team besteht aus über 20 Mitarbeitern.

10: primo PR heißt eine neue Agentur für Öffentlichkeitsarbeit in Frankfurt Main, die

Agenturgründerinnen sind Anne Heußner und Nuray Güler. Beide haben zusammen über 30 Jahre Erfahrung im Bereich Tourismus-PR, insbesondere in der Kommunikationsarbeit von Hotelgruppen, Reiseveranstaltern, Fluggesellschaften und Fremdenverkehrsämtern. Zu den aktuellen Kunden zählen unter anderem das Mövenpick Hotel Berlin am Anhalter Bahnhof, das IFM Institut für den Mittelstand aus Düsseldorf sowie der Radreiseveranstalter "Die Landpartie" aus Oldenburg.

11: Was halten Politiker von den Bürgern ihres Landes? Um dies herauszufinden, haben das Seminar Medienwissenschaft der Universität in

Koblenz und der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) in einer gemeinsamen Studie Reden von Bundespolitikern analysiert und sind dabei zu einem ernüchternden Ergebnis gekommen. Das Bürgerbild der Politiker ist diffus bis widersprüchlich und der Klang an sich wohlfeiner Politiker-Sätze bei genauem Hinschauen nicht immer schmeichelhaft. → vrds.de

Reputation Management + CSR

Corporate Reputation: Drei Trends für 2012

(cw) Social Media hat in 2011 endgültig seinen festen Platz in der Abteilung Corporate Communication gefunden. Kein Unternehmen kann es sich leisten auf Social Media als überall präsente Kommunikationsplattform zu verzichten. Und keine Abteilung war in den vergangenen Jahren so betroffen von der Entwicklung und den Auswirkungen der Internet-Kommunikation. Ob verärgerte Kunden oder Blogger, Rankings oder Umfragen – der ‚Öffentlichkeitsarbeiter‘ – der Begriff erfährt geradezu ein Revival – die Kommunikatoren im Unternehmen sind gefragt. Dabei teilen sich in der Praxis häufig die PR und das Marketing die Verantwortung für die Social Media Kommunikation mit ihren Stakeholdern. In 2011 haben sich drei wesentliche Entwicklungen abgezeichnet, die wiederum für die wesentlichen Trends für 2012 stehen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Polen: PR-Agentur Ciszewski ist jetzt Teil der MSLGroup

Die Publicis Groupe hat die Zugehörigkeit von Polens größter unabhängiger PR-Agentur Ciszewski zum Netzwerk verkündet. Schwerpunkte der polnischen Agentur sind PR, Finanzkommunikation sowie Verbraucher- und Sportmarketing. Die drei Agenturmarken – Ciszewski Public Relations, Ciszewski Marketing Spotowy und Ciszewski Financial Communications – werden in die MSLGroup integriert. Als neue Leadagentur der MSLGroup wird sie in Polen unter dem Namen Ciszewski MSL arbeiten, an der Seite von MSL Warsaw, deren Fokus auf Healthcare, Corporate und Consumer PR liegt. (Quelle: Pressemitteilung der Agentur MSL vom Dezember 2011 → mslgroup.de)

USA: Die Qualität der Beziehungen prägt den Unternehmenserfolg

Katie Paine, die Queen of Measurement im Gespräch mit dem "PR Journal"



Wer mit dem internationalen PR-Geschäft und noch dazu mit dem Thema Measurement vertraut ist, kennt den Namen Katie Paine. Von ihren Kollegen in aller Welt wird sie auch liebevoll als "Queen of Measurement"

bezeichnet. Immer wieder hat sie sich mit Betriebswirten angelegt, wenn sie sagt, dass Umsatz und Gewinn weniger wichtig für den Erfolg eines Unternehmens sind, als die Qualität der Beziehungen. Deshalb müssen diese Beziehungen immer wieder gemessen werden, gerade auch was die ständig wachsenden Social Media angeht. PRJ-Redaktionsmitglied Dana Jumanca, Managing Partner von Achelis&Partner Bukarest und Leiterin des Forum for International Communication hatte Gelegenheit, Katie Paine einige Fragen zu stellen. Fragen und

Antworten sind im englischen Original-Text belassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media + Web 2.0

Social Media: Netzwerke bringen Geld

Die Experten sind sich einig: Soziale Netzwerke wird für Unternehmen immer wichtiger. Über Mittelständler wie Konzerne gleichermaßen rollt zurzeit eine Welle: Social Media. Experten sind sich einig, dass das „Mitmach-Internet“ im Stile von Facebook oder Twitter die Kuh ist, die gemolken werden sollte.

Das Credo: Keine Firma dürfe sich ihr entziehen. Es gelte, die Chancen zu nutzen. Das jedenfalls wurde auf der zweitägigen „Social Media Conference“ in Hamburg deutlich. Kernaussage: Traten Händler oder Produzenten früher allein per Telefon, dann per E-Mail mit Kunden in Kontakt, so wird in sehr naher Zukunft des Web 2.0 diese Rolle übernehmen.

Den Artikel von Jürgen Haug-Peichl am 8. Dezember in "MainPost.de" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommunikation: Die richtige Social-Media-Strategie

Viele Unternehmen wollen von einer stärkeren Vernetzung von Mitarbeitern, Kunden und externen Partnern profitieren. Eine neue Studie zeigt vier Wege hierzu auf. Finden Sie heraus, welcher am besten zu Ihnen passt. Ein Manager einer weltweit tätigen Bank beschrieb uns vor kurzem ein typisches Problem unserer Zeit. Es stellte sich heraus, dass einem Kunden der Bank, der normalerweise für den niedrigsten Servicelevel vorgesehen wäre, 100.000 Menschen bei Twitter

folgen. Die Bank nutzt bislang keine sozialen Medien und hat auch keine spezielle Methode, diese auf besondere Kunden anzuwenden. Trotzdem fragte sich der Manager, ob der besagte Kunde aufgrund seines "Einflusses" nicht doch eine Sonderbehandlung verdiene.

Den Artikel von H. James Wilson, P. J. Guinan, Salvatore Parise und Bruce D. Weinberg vom 12. Dezember in "Harvard.Business.manager" (Heft 10/2011) [hier online weiterlesen](#).

Umfrage: Was wollen Facebook-Fans

Facebook-Fans lieben es exklusiv: Gefragt sind topaktuelle Produktinformationen, Unternehmensinsights und Rabatte. Wenn es um Lebensmittel, Beauty und Gesundheit geht, wünschen sich Fans ansprechende Themen und exklusive Informationen auf der Facebook-Seite ihrer Marke. Gängige Angebote wie Rabattaktionen und Gewinnspiele sind erwünscht, sollten aber wohl dosiert sein. So das Ergebnis einer Umfrage unter Facebook-Usern im Auftrag von fischerAppelt, relations (GPRA), Hamburg.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (7) (49.KW-2011)

01: Wird Google+ eine ernste Bedrohung für Facebook? W3B befragte 3.200 Internet-Nutzer, die es wissen müssen. Personen, die sowohl Facebook als auch Google+ mindestens einmal pro Woche nutzen, verglichen die beiden Netzwerke miteinander und gaben Auskunft über ihr Nutzungsverhalten. (18 % der Social Networker zählen zu dieser Gruppe der »Doppelnutzer«.) Während Google+ heute von jedem vierten deutschsprachigen Onliner mindestens einmal pro Woche genutzt wird, zählen zum wöchentlichen Nutzerkreis von Facebook mehr als 45 %. Beachtlich ist dabei: Fast jeder dritte der wöchentlichen Facebook-Netzwerker (31 %) gibt an, auch Google+ zu nutzen – und das ebenfalls mindestens einmal pro Woche! Insgesamt besucht fast die Hälfte der

wöchentlichen Facebook-Nutzer (44 %) das Konkurrenz-Netzwerk. → w3b.org

02: Bayern-Trainer Jupp Heynckes ist weiterhin in Meisterschaftsform. Obwohl sein Verein in den letzten Wochen einige Rückschläge einstecken musste, ist Heynckes der meistgenannte Übungsleiter in News-Portalen, Blogs und Sozialen Netzwerken. Auf den Plätzen zwei und drei folgen Jürgen Klopp (Borussia Dortmund) und Felix Magath (VfL Wolfsburg). Meistgenannter Verein ist Borussia Dortmund. Zu diesem Ergebnis kommt der jüngste **Bundesliga-Sonar von news aktuell**.

Ebenfalls ganz oben mit dabei ist Mönchengladbachs Trainer Lucien Favre. Ihm ist es gelungen, aus einem Abstiegskandidaten einen ernst zu nehmenden Meisterschaftsaspiranten zu formen. → presseportal.de

03: 24 Stunden am Tag werden neue Informationen in Medien, Blogs und Social Networks veröffentlicht, sodass es schwierig ist, den vielen News zu folgen. Besonders in der Social Media Welt ist es schwer, ständig einigermaßen den Überblick zu behalten. Damit es dennoch etwas leichter fällt, **startet Klaus Eck am 12. Dezember eine neue Rubrik im PR-Blogger**: den "NewsFlash International". Darin werden zunächst für einige Monate jeden Montagmorgen internationale Social Media Themen und Trends auf Englisch zusammengefasst und zahlreiche Link-Tipps gegeben. (...) → pr-blogger.de

04: **Der Oops! Award für den größten Social Media-Fehltritt geht in diesem Jahr an den Geflügelhersteller Wiesenhof**. Das Unternehmen hatte Social Media-Kanäle genutzt, um sich gegen kritische Berichterstattung zur Wehr zu setzen. Stein des Anstoßes war für die Web 2.0-Community in erster Linie ein Video-Clip auf Youtube. Hiermit versuchte das Unternehmen die Recherche-Methoden der Macher des ARD-Berichts „Das System Wiesenhof“ zu diskreditieren. Mit 81 Prozent der Userstimmen zog Wiesenhof an den sieben weiteren Nominierten vorbei. Erst mit deutlichem Abstand folgten das

Kommunikationsdesaster von Schlecker (7 Prozent) und der Schnüffelsoftware-Skandal „Bundestrojaner“ (5 Prozent) auf den Plätzen zwei und drei. → netzpiloten.de

05: **Mehrere Gerichtsverfahren beschäftigen sich bereits mit der Frage, wie ein Impressum in den Social Media dargestellt und eingebunden sein soll**. Fakt ist: laut § 5 des Telemediengesetzes (TMG) besteht auch für die Profile von beispielsweise Facebook, Google+ oder Twitter eine Impressumspflicht, sofern eine gewerbliche Nutzung vorliegt. Die Einbindung des Impressums geschah zum Beispiel auf Facebook bisher als Link unter dem Reiter ‚Info‘. Der Link führte die Facebook-Nutzer über mehrere Klicks zu den Impressumsangaben auf einer anderen Website. Nach neueren Gerichtsurteilen ist diese Art der Einbindung jedoch nicht mehr zulässig. → visavis.de

06: **Ein verantwortungsvoller und bedachter Umgang mit den sozialen Diensten wird für jeden Einzelnen immer bedeutender**. Das Internet vergisst nichts: Veröffentlichungen im Netz bleiben jederzeit abrufbar und bilden nachhaltige Eindrücke der betreffenden Person. Die Spuren, die jeder Nutzer im Internet hinterlässt, sind und bleiben für die ganze Welt sichtbar. Online-Reputations-Spezialist Reputeer zeigt auf, wie sowohl Personen der Öffentlichkeit als auch Privatpersonen sich der nachhaltigen Rufschädigung ihres Namens im Netz oft nicht bewusst sind. → reputeer.de

07: Hintergrundinfos zur DB Bahn Facebook-Seite: **Warum eröffnet der Personenverkehr der Deutsche Bahn eine Präsenz auf Facebook?** Mit Facebook machen wir den nächsten Schritt, um unsere Vision vom kompletten „Servicezentrum im Internet“ zu verwirklichen: Auf bahn.de und über eine Reihe weiterer Anwendungen bieten wir schon lange den „Fahrscheinautomaten im Netz“ und viele aktuelle Informationen - auch mobil. Und seit sechs Monaten stellen wir im persönlichen Dialog über Twitter vor allem für Menschen unterwegs schnell Hilfe bereit. Facebook erweitert nun dieses Angebot: Als „One-Stop-Shop“ für Dialog, Informationen, Service, Hilfe

zur Selbsthilfe oder spezielle Angebote - und das alles im persönlichen Kontakt, schnell, direkt und unkompliziert. Wir haben die Zeit seit dem Start von @DB_Bahn auf Twitter genutzt, um die Bedürfnisse unserer Kunden im Social Web kennenzulernen und um uns gewissenhaft vorzubereiten. Was wir genau getan haben und warum, erfahren Sie hier in einer Reihe interessanter Interviews. Wir hoffen, Sie haben Freude an den Informationen, wir sehen uns auf Facebook!

Svea Raßmus, Teamleiterin Social Media Management, DB Vertrieb GmbH, Berlin. Weitere Informationen der DB hier auf der Website: www.bahn.de/dbbahn/view/hintergrundinfos-facebook.shtml

Medien

Die besten Geschäftsberichte: Mehr Schein als Sein

manager magazin hat die Geschäftsberichte der 159 wichtigsten deutschen Aktiengesellschaften unter die Lupe nehmen lassen. Ergebnis: Die Qualität hat sich verbessert, doch die Transparenz lässt immer noch zu wünschen übrig. Der Überblick zeigt, welchen Konzernen Anleger dennoch vertrauen können.

Den Artikel von Dietmar Palan am 8. Dezember in "manager-magazin.de" [hier online weiterlesen](#).

Presserat spricht insgesamt zwei Rügen aus

Insgesamt 49 Beschwerden lagen dem Presserat in Berlin zur Berichterstattung über den gewaltsamen Tod Muammar Al-Gaddafi in Libyen vor. Der Presserat hatte sich mit der Frage zu beschäftigen, ob ein getöteter Diktator in Fotos und Bewegtbildern gezeigt werden darf und wenn ja, in welcher Form. Grundsätzlich ist der Presserat der Auffassung, dass der Tod von Diktatoren auch in Bildern

festgehalten werden darf. Eine Tabuisierung des Todes sollte es in den Medien nicht geben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (49.KW-2011)

01: **Die Organisation Lobbycontrol hat die Lobbykratie-Medaille verliehen.** 44 Prozent der über 5.500 abgegebenen Stimmen gingen an die Deutsche Bank und Josef Ackermann, die ersten Gewinner der Lobbykratie-Medaille. Nominiert waren sie, weil sie über einen privilegierten Zugang die günstigen Konditionen für die Finanzbranche bei der Griechenland-Rettung prägten und sich zugleich nach außen irreführend als hart getroffen darstellten. Die Preisverleihung fand vor dem Berliner Büro der Deutschen Bank statt. Der zweite Platz ging mit 21 Prozent an die Deutsche Vermögensberatung und der dritte Platz mit knapp 15 Prozent an RWE zusammen mit der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe (BGR). → lobbycontrol.de

02: Er galt als Auflagengarant, dann als Auslaufmodell und erlebt in diesem Jahr ein erstaunliches Comeback bei Spiegel, stern und Focus: **der Nutzwert**. Weil Cover zum Thema Burnout zu Topverkäufern wurden, legten die Blattmacher der großen Magazine nach. So brachte der Spiegel im Herbst Titelgeschichten über Rückenschmerzen und Schlaflosigkeit, der stern widmete sich besonders häufig Seele und Gesundheit, und auch der Focus entdeckte den zwischenzeitlich ausgemusterten Nutzwert neu. → meedia.de

Services + Tipps

Neuerungen beim globalen Medienbeobachtungsservice Meltwater News

Für die Online-Medienbeobachtung erweitert die Meltwater Group mit Deutschlandsitz in Berlin ihren globalen Medienbeobachtungsservice "Meltwater

News" jetzt systematisch in den Bereichen Social Media und Statistik. Der Relaunch der Lösung für die weltweite Medienbeobachtung bedeutet für die Kunden vor allem gesteigerten Nutzen und vereinfachte Handhabung, um zukünftig die maßgeblichen Suchergebnisse und Unternehmensinformationen noch besser analysieren zu können. Mit Meltwater News verfolgen aktuell weltweit über 20.000 Kunden unterschiedliche Themen in mehr als 162.000 Online-Nachrichtenquellen aus über 190 Ländern und in 100 Sprachen, die rund um die Uhr und kontinuierlich beobachtet werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presseinformationen exklusiv für Journalisten? Das war einmal, zeigt eine Studie

Pressemitteilungen sind für „die Presse“. Das war einmal. Schon seit längerem wird diskutiert, dass Presseinfos eben nicht nur für Journalisten sind, sondern auch von Bloggern oder anderen Zielgruppen genutzt werden können. In der aktuellen Ausgabe der wissenschaftlichen Zeitschrift „Publizistik“ ist jetzt eine Studie veröffentlicht, die unter anderem zeigt, dass publizierende Privatpersonen einen guten Teil zur Verbreitung von Presseinfos im Web beitragen.

Den Artikel von Thomas Pleil, Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt am 11. Dezember in seinem Blog "Das Textdepot" [hier online weiterlesen](#).

Termine + Tagungen

Termine compact (3) (49.KW-2011)

01: Die **Social Media Akademie** (SMA) startet am 14. Dezember von 17:00 bis 18:00 Uhr ein neues interaktives Online Video Format in Echtzeit. Zum

Auftakt der neuen Reihe informiert der Social Media Rechtsexperte Carsten Ulbricht der Kanzlei Diem & Partner über **die drei derzeit aktuellsten juristischen Internetthemen wie Impressumspflicht auf Facebook, die datenschutzrechtliche Bewertung des Like-Buttons oder rechtliche Konsequenzen bei gekauften oder gefälschten Nutzermeinungen**. Unter Moderation des SMA Gründers und Geschäftsführers Ralph Scheurer-Lee beantwortet der Social Media Rechtsexperte und Autor des renommierten Fachblogs rechtzweinnull auch Nutzerfragen, die via Twitter, Facebook oder im begleitenden Chat gestellt werden können. Die Teilnahme an der Auftaktveranstaltung ist kostenfrei. → socialmediaakademie.de

02: **Wie IT-Unternehmen durch professionelle Pressearbeit Sogwirkung auf ihre Zielgruppe entfalten**, vermittelt Walter Visuelle PR in kostenlosen Webinaren im Dezember und Januar. Walter Visuelle PR zeigt dabei, in welchen Themenbereichen Softwareanbieter, Systemhäuser und Beratungsunternehmen kommunizieren müssen, um von einer erhöhten Wahrnehmung zu profitieren. Diese Wahrnehmung wird in Zeiten vielfältiger Medienkanäle zum Vorteil gegenüber Wettbewerbern. Mit gezielter Pressearbeit sind IT-Unternehmen bei ihrer Zielgruppe sowohl über Print- als auch Online-Medien und Social Media präsent. Interessenten aus der IT-Branche finden hier nähere Informationen und alle Termine: pressearbeit.de

03: **Das Deutsche CSR-Forum findet am 17. und 18. April 2012 in Stuttgart statt**. Bei allen Anmeldung bis zum 24. Dezember 2011 kostet das "Premium-Ticket" 700 Euro. Bereits zugesagt haben folgende Referenten: Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung, Robert Bosch; Jochen Flasbarth, Präsident, Umwelt-Bundesamt; Winfried Kretschmann, Ministerpräsident, Baden-Württemberg; Petra Roth, Oberbürgermeisterin, Stadt Frankfurt am Main; Hans-Otto Schrader, Vorstandsvorsitzender, Otto-Gruppe; Fritz Vahrenholt, Vorsitzender der Geschäftsführung, RWE Innogy. Anmeldung unter → csrforum.eu

Ausbildung + Seminare

depak: E-Learning-Studiengang Social Media & Community Management

Social Communities sind unverzichtbare PR-Instrumente. Sie ermöglichen direkte Kommunikation und integrieren Zielgruppen in Kommunikationsprozesse. Aufgrund der rasanten Entwicklungen der Web 2.0 Communities bietet die Deutsche Presseakademie (depak) in Berlin den E-Learning-Studiengang Social Media & Community Management ab 25. Januar 2012 mit einem Modul zum Thema Google+ an. Der interaktive Online-Studiengang vermittelt die Grundlagen des Community Managements und erklärt die ersten Schritte im neuen Network Google+.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... die unbezahlbare Rettung der Euro-Krisenländer



Guten Tag! Es ist wahrlich eine schlechte Nachricht, doch ich finde sie positiv: Die Ratingagentur Standard & Poor's hat eine Warnung auf eine niedrigere Einstufung Deutschlands und weiterer EULänder als möglich angekündigt. Am Donnerstag sah sich die Europäische Zentralbank genötigt, den Leitzins um 0,25 Prozentpunkte auf 1 Prozent und den Mindestreservesatz zu senken sowie Regeln für Sicherheiten bei Bankkrediten zu lockern. Das hat hoffentlich Politikern und der Bevölkerung klar gemacht, dass die Regierung unter Angela Merkel uns durch die versuchte Rettung der Eurozone in noch größere finanzielle Probleme bringt; als wir sie

schon haben. Nicht Europa spricht Deutsch, wie Merkels Mitstreiter, der Vorsitzende der Unions-Bundestagsfraktion Volker Kauder glaubt, sondern unsere Politiker haben die Sprache der EU-Krisenländer übernommen, deren Politiker weiter mehr Geld ausgeben als sie einnehmen. Zweieinhalb Jahre versuchte Euro-Rettung hat die Probleme nur vergrößert und sie nicht gelöst.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Manchmal muss es Kaviar sein

Ein festliches Weihnachtsmenu sollte mit einem guten Champagner starten. Warum feiern wir denn? Ursprünglich war der kürzeste Tag und die längste Nacht des Jahres dem unbesiegbaren Gott des Lichts geweiht, dem „Sol invictus“: Die antiken Römer feierten den Triumph der Sonne über die Finsternis, die nun Tag um Tag wieder weichen würde. Später legte ein Konzil den Geburtstag Christi in diese Nacht, okkupierte sozusagen den hohen Feiertag für die neue Religion und ließ die Geburt des Retters feiern, der die Sünden von den Menschen nimmt. Nicht der schlechteste Grund, um mit dem Feiern fortzufahren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen + Buchtipps

Die Top 10 der PR-Bücher bei Amazon

Social Media ist das Schlagwort für PR und Öffentlichkeitsarbeit zum Jahresende. Bücher über PR im Social Web liegen dieses Jahr in der Gunst der Leser ganz weit vorne und führen die Verkaufsränge des Internetbuchhändlers Amazon an. Allein über 640.000 Titel ergibt die Suche mit dem Schlagwort „PR“ auf Amazon.de.

Wir haben wieder einmal die Bestsellerliste des Internet-Buchhändlers genauer unter die Lupe genommen und präsentieren hier die beliebtesten PR-Bücher, die schon bald nett verpackt unter dem Weihnachtsbaum liegen könnten. Neben Verkaufszahlen und Klickrate sind die Bekanntheit des Schriftstellers oder des Verlages für die Rangliste auf Amazon.de ausschlaggebend.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Grupe: Public Relations - Ein Wegweiser für die PR-Praxis

Stephanie Grupe: "Public Relations: Ein Wegweiser für die PR-Praxis". Verlag: Springer Verlag, Berlin. 1. Auflage März 2011, 434 Seiten. Preis: 59,95

Euro. ISBN: 978-3642178269.



Rezension von *Katrin Schwarz*, F.A.Z. Institut Seminare, Kooperationspartner von PR Plus, Heidelberg (www.prplus.de)

Das Buch verspricht sich an PR-Einsteiger zu richten, einen einfachen und schnellen Zugang für die praktische Arbeit und appelliert, sich ständig weiterzubilden und das Wissen in den einzelnen Teilgebieten zu spezialisieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Themen der Zeit (Autoren-Beiträge)

Glaubwürdige Kommunikation erfordert Mut! Zum Grundprinzip erfolgreicher PR jenseits der Komfortzone

Mut ist auch ein wichtiges Detail im Koordinatensystem erfolgreicher PR. Aber was genau ist eigentlich mutige Kommunikation und worin liegt die Herausforderung? Mut hat viele Gesichter. Der Ehrbare Kaufmann zeichnet sich –

neben anderem – durch Mut aus und auch der Kanon des Glaubwürdigkeitsprinzips enthält Mut als eine wesentliche Facette von erfolgreicher, Vertrauen schaffender Kommunikation. Im Praxisalltag der PR kann Mut in den unterschiedlichsten Situationen den entscheidenden Impuls geben, um richtig – sprich: verantwortungsbewusst – zu handeln. Mal ist der Mut zur Ehrlichkeit gefragt, beispielsweise zum ehrlichen Eingeständnis von Fehlern, mal der Mut zur größeren Offenheit und Transparenz, mal der Mut, neue und anfangs vielleicht unbequeme Themenfelder zu erschließen oder innovative Wege in der Kommunikation zu beschreiten. Alle diese Situationen haben eines gemeinsam: Sie bedeuten eine gewisse Unbequemlichkeit für den Kommunikationsmanager.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal + Jobbörse jetzt auch bei Google+

Bei Twitter und Facebook waren wir mit unseren Internetseiten bereits registriert - das Angebot wird rege genutzt. Besonders die Jobbörse erfreut sich auf diesen Seiten stetig wachsender Nachfrage. Bei Facebook wird auch sehr stark unser direktes Angebot des jeweils neuesten Newsletters genutzt. Seit kurzem haben wir das **Facebook-Angebot um die Präsentation des PR-Rankings und unseres PR-Nachrichtentickers erweitert**: einfach in der linken Spalte auf "Newsletter..." klicken. Der Newsticker kann übrigens kostenfrei von allen PR-Schaffenden auf ihrer Homepage eingebunden werden...

Und seit dem 12. Dezember sind das PR-Journal und die PR-Jobbörse **auch auf dem Firmenseitenangebot von Google+ vertreten**. Mit folgenden Links:

PR-Journal:

<https://plus.google.com/101079146308658776473>

PR-Jobbörse:

<https://plus.google.com/114272728529044425944>

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (57)

Volontariat/Trainee

Die 14 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

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 (Elville) 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)

Junior PR-Consultants Lifestyle (m/w), München

PR-Berater (w/m) für das nationale und internationale Healthcare Team, Frankfurt am Main

PR-Junior-Berater und PR-Trainee (m/w), Bad Homburg

PR-Berater Medizin/Gesundheitswesen, Stuttgart/Berlin

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

Community Manager (m/w), Hamburg

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

Senior-PR-Berater/-in, Hamburg

Senior PR-Berater/in, München

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

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

Projektmanager/in Public Relations, Mainz

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

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

Behörden (Öffentl.Dienst)

Online-Redakteur/in TU Darmstadt

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

Unternehmen

Referent Unternehmenskommunikation (m/w), Wiesbaden

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

Online Redakteur/in, Zug (Schweiz)

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

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

Verbände (Non-Profit)

Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit auf Minijobbasis bei Träger Sozialpsychiatrie in Württemberg

2 Stellen Presse und Kommunikation, Münster/Berlin

Freelancer

Professionelle Lösungen für Ihre Kommunikationsaufgaben

Kölner PR-Agentur unterstützt Sie kompetent und schnell

Flexible Unterstützung PR und Marketing

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 28. Februar 2011 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **14.615 Empfänger** versandt.

Impressum:.....

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg



Herausgeber:

Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag:

Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion:

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

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

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

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

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

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

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

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

E-Mail: redaktion@pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-
journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info;
www.pr-journal.net; www.pr-jobs-und-karriere.de;
www.pr-datenbanken.de; www.agenturcafe.de;
www.neues-prportal.de; www.przentrum.de; www.pr-
barometer.de; http://karrierebarometer.pr-journal.de;
www.prranking.de; www.pr-bistro.de; www.pr-
komjuniti.de; www.pr-lokalreporter.de;
www.pepperia.de.