

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 334 / 17. KW 2012

Artikel-Statistik. Zur Kommunikationsarbeit gehört ja bekanntlich Transparenz. Deshalb dokumentieren wir in unserer [neuen "Artikel-Statistik"](#) die aktuellen 50 Artikel im Redaktionsbereich des PR-Journals (chronologisch gelistet). Jeweils mit der Anzahl der aktuellen Klicks, den Autoren, dem Veröffentlichungsdatum und dem Ressort, in dem der Artikel erschienen ist. So schaffen wir nicht nur für die Autoren, sondern für jeden Interessierten einen Überblick über die Nutzung der Artikel im "PR-Journal".

Es ist Dienstag, unser Newsletter ist fertig - und Sie erhalten die Mail auch am "Tag der Arbeit"! Der NL 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 334. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 70 Einzelmeldungen):

INHALTSVERZEICHNIS

1. [PR-Interview Nr. 74 - Christoph Liedtke: CSR als Feigenblatt und zum reinen Selbstzweck – das kann sich heute kein Unternehmen mehr leisten](#)
2. [PR-Agenturen melden für 2011 ein Honorarplus von 9,4 Prozent](#)

3. [Harald Hamprecht wird neuer Opel-Kommunikationsdirektor](#)
4. [Christian Cordes startet eigene PR-Beratung](#)
5. [Personalien compact \(24\) \(17.KW-2012\)](#)
6. [Watt-Wanderung mit Straub & Linardatos](#)
7. [Ausschreibung: Bundesnetzagentur vergibt Projekte der Öffentlichkeitsarbeit](#)
8. [Etats compact \(18\) \(17.KW-2012\)](#)
9. [Was die PR Report Awards mit dem War of Talents zu tun haben](#)
10. [Branche compact \(9\) \(17.KW-2012\)](#)
11. [Befragung zum Thema "Online-Publikationen"](#)
12. [Medien compact \(1\) \(17.KW-2012\)](#)
13. [Das Berufsbild Social Media Manager](#)
14. [Bis zu 30% der Bewertungen in Online-Shops sind Fakes](#)
15. [Von Social Media zu Social Business](#)
16. [Social Media compact \(5\) \(17.KW-2012\)](#)
17. [Neues Karrierebarometer: Welche Top-10-Agentur hat welches Image?](#)
18. [Gericht: Amerikaner unter uns - Terrine von Forelle und Flusskrebse](#)
19. [Wie die Neuausrichtung der Unternehmenskommunikation gelingt](#)
20. [Content Marketing mit Online-Pressemittellungen](#)
21. [Start des nächsten DEPAK-Fernstudiums](#)
22. [Bildung compact \(3\) \(17.KW-2012\)](#)
23. [LPRS>>Forum: Zwischen Recht und Moral. Wird die Justiz zum Spielball der modernen Mediengesellschaft?](#)
24. [Termine compact \(5\) \(17.KW-2012\)](#)
25. [Pressemittellungen multimedial aufwerten und als Web-App veröffentlichen](#)
26. [Analoges Camp für digitale Individualisten](#)
27. [Tipps compact \(4\) \(17.KW-2012\)](#)
28. [Liebermeister: Effizientes Networking - Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln](#)
29. [Literatur compact \(1\) \(17.KW-2012\)](#)

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



PR-Interview Nr. 74 - Christoph Liedtke: CSR als Feigenblatt und zum reinen Selbstzweck – das kann sich heute kein Unternehmen mehr leisten



Zum Thema Reputation Management und Social Media interviewte unser Redaktionsmitglied Cornelia Wüst Christoph Liedtke, Head Global Media Relations bei SAP, Walldorf

Cornelia Wüst: Herr Liedtke, welchen Stellenwert hat Reputation Management und CSR bei der SAP AG?

Christoph Liedtke: Reputation Management und CSR sind bei SAP eng miteinander verbunden und zwar mit der Kernfrage: Welche gesellschaftliche Relevanz hat SAP mit seinen Produkten und als Unternehmen? Mit dem Vorstandswechsel in 2010 erfolgte nicht nur ein notwendiger Strategiewechsel, sondern auch die Formulierung eines neuen Anspruchs, der sich auch in der SAP Vision widerspiegelt: „Make the World run better. Improving People’s Lives“ – also die Frage, wie können wir mit unseren Softwarelösungen das Leben der Menschen verbessern. Amerikaner würden sagen „What is the Company’s Greater Purpose for Life?“ und wenn dieser Anspruch glaubwürdig sein soll, muss er Top-Down umgesetzt und vorgelebt werden. Das steht bei unseren beiden Co-CEOs ganz oben auf der Agenda.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Agenturen melden für 2011 ein Honorarplus von 9,4 Prozent

Pfeffers PR-Ranking 2011 belegt: 9,4 Prozent mehr Honorar; 6,5 Prozent Nettozuwachs bei Mitarbeitern. Media Consulta auf Rang 1, Ballungsraum Rhein-Main Spitzenreiter unter den acht PR-Zentren
Siegburg, 25. April 2012 – Der Honorarzuwachs der 137 meldenden PR-Agenturen springt nach einem kargen Vorjahresplus deutlich in die Höhe. Wurden 2010 lediglich 1,1 Prozent Zuwachs gemeldet, bewegt sich die Branche nun mit 497,7 Millionen Euro Honorarumsatz und 9,4 Prozent Steigerung in Richtung Zehn-Prozent-Hürde. Erfreulich ist auch die Quote bei der Mitarbeiterzahl: unter den vergleichbaren Agenturen beträgt der Nettozuwachs 285 Mitarbeiter und damit 6,5 Prozent mehr Beschäftigte. Die Agenturen im Rhein-Main-Gebiet vereinen die größte prozentuale Honorarsteigerung im Ranking der acht Ballungsräume. Ein Blick auf die 29 meldenden GPRA-Agenturen zeigt eine Gesamtmitarbeiterzahl von 1.675 und 176,6 Mio. Euro Honorar. Das macht 35,9 Prozent des Gesamthonorarumsatzes von knapp 500 Millionen Euro (und 4.748 Mitarbeitern) aus. Diese und weitere Ergebnisse meldet Pfeffers 16. PR-Ranking, das mit 62 Spezialauswertungen [hier im Internet zum Herunterladen, für Ansicht und Auswertung zur Verfügung steht.](#)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Harald Hamprecht wird neuer Opel-Kommunikationsdirektor

Harald Hamprecht (37), Chefredakteur der Fachzeitschrift Automotive News Europe, wird am 1. Mai General Director Product & Corporate Communications bei Adam Opel in Rüsselsheim. In dieser Position leitet er

--	--	--

die gesamte Produkt- und Unternehmenskommunikation von Opel und berichtet an **Johan Willems**, Opel-Vorstandsmitglied für Kommunikation.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Christian Cordes startet eigene PR-Beratung

Christian Cordes (42) gründet mit CordesConcept in Hamburg eine Beratung für Unternehmenskommunikation. Er will Unternehmen dabei helfen, die Wirkung von Kommunikation zu steigern. Kunden von CordesConcept sollen von seiner Erfahrung rund um die glaubwürdige Aktivierung von Marken- und Unternehmenswerten profitieren. Der Fokus liegt auf Themen aus dem Nachhaltigkeitsbereich als auch dem Management von Reputation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact (24) (17.KW-2012)

AGENTUREN:

01: **Stephan Oehen** leitet als Managing Director Schweiz bei Grayling in Zürich (CH) die Bereiche Corporate Communications, Financial Communications und Government Relations. Gleichzeitig verantwortet er die Gesamtleitung von Grayling in der Schweiz. Zuvor leitete er von Mai 2006 bis Dezember 2011 seine senbstständige Agentur Oehen PR Schweiz, die Anfang 2012 von Grayling übernommen wurde. Oehen folgt auf **Bettina Gebhardt**, die zu [zu Grayling Deutschland gewechselt](#) ist. **Nelli Sanne**, die seit drei Jahren für Grayling als Consultant und zuletzt Senior Consultant tätig ist, tritt als Director Consumer Brands in die Schweizer Grayling-Geschäftsleitung ein.

02: **Karen Schmidt** verstärkt als Volontärin das Hotellerteam von MikullaGoldmann PR in München. Die Kulturwissenschaftlerin sammelte journalistische Kenntnisse bei der Braunschweiger Zeitung, sowie

PR-Erfahrung in der Unternehmenskommunikation von Bayer und in der Hamburger Kommunikationsagentur Molthan van Loon. **Sabine Weisel** unterstützt als Volontärin das MikullaGoldmann-Destinationsteam. Die Diplom-Geographin sammelte Erfahrungen beim jordanischen Tourismusministerium. Ihre Diplomarbeit wurde mit dem ITB Wissenschaftspreis 2012 in der Kategorie "Beste Arbeit International" ausgezeichnet.

03: **Martina Guckeisen** startet als Account Director bei Lewis PR in München und verantwortet die strategische Beratung für Kunden aus der IT- und Telekommunikationsbranche. Zudem unterstützt sie die Agentur im Business Development und wird das Trainingsprogramm weiter ausbauen. Als Senior Consultant bei Ketchum Pleon leitete Guckeisen zuvor innerhalb der Corporate Unit das Technologie Team und verantwortete internationale Netzwerkkunden aus dem Consumer Electronics Bereich.

04: **Marta Stypa** verstärkt als Senior-Beraterin die auf Start-up-Kommunikation spezialisierte Agentur Tonka Performance PR in Berlin. Gemeinsam mit Gründerin und Geschäftsführerin **Sabine Weyel** soll sie die junge Agentur künftig weiter aufbauen. Stypa kommt von

Scholz und Friends Agenda, wo sie seit September 2005 als Beraterin tätig war.

05: **Kristin Westphal** (34) erweitert als Account- und Projektmanagerin das Team von Kontrapunkt Agentur für Kommunikation in Hamburg. Zuvor war sie als Projektmanagerin für die Agenturen Events4Brands, mpb communications, Hill & Ohrt PR Redaktion und M & M Solutions tätig.

UNTERNEHMEN:

06: **Jasmin Bodmer** ist Senior Mediensprecherin und Stellvertreterin der Leiterin Corporate Communication des Flughafen Zürich (CH). Sie kam im September 2008 als Mediensprecherin zum Flughafen Zürich und war ausserdem in der externen Kommunikation verantwortliche Chefredaktorin der Mitarbeiterzeitschrift "Homebase" sowie für die Social Media Plattformen zuständig. Bodmer folgt auf **Marc Rauch**, der nach über sieben Jahren in der Kommunikation von Flughafen Zürich als Head Airport Authority in den Bereich Operations wechselt. **Michael Stief** ist als neuer Mediensprecher Nachfolger von Bodmer. Der Flight Attendant bei Swissair und Swiss studiert zurzeit berufsbegleitend Journalismus und Organisationskommunikation.

07: **Godja Sönnichsen** (38) wird am 1. Juni neuer Director Communications bei TUI Cruises in Hamburg. Damit verantwortet sie die externe und interne Kommunikation des Unternehmens sowie den Bereich Medienkooperationen. Die studierte Sprachwissenschaftlerin war in den vergangenen sechs Jahren bei DMK Deutsches Milchkontor in Bremen tätig. Sönnichsen folgt auf **Alexa Hüner**, die nach ihrem kommissarischen Einsatz im Mai wieder in ihre Funktion als Pressesprecherin zu TUI Deutschland zurückkehrt.

08: **Stefan Zuber** (46), Head of Communications Operations and Germany bei Nokia Siemens Networks in München, verlässt das Unternehmen Ende April. Die Stelle wird nicht neu besetzt. Der frühere Wirtschafts-Redakteur des "Focus" ist seit Juli 2007 für das Unternehmen tätig, unter anderem als Kommunikationsleiter für die Bereiche CMO, West- &

K2 SOCIAL MEDIA & ONLINE-KOMMUNIKATION
Fachtagung

Zwischen Shitstorm und verwaisten Facebook-Pages

14. Juni 2012 Düsseldorf

Auswahl der Referenten

- Jens Appelt, DB Mobility Logistics
- Michael Buck, Dell
- Christian Buggisch, DATEV
- Volker Gaßner, Greenpeace
- Gudrun Herrmann, LinkedIn
- Tom Kedor, MOTORTALK.de
- Jochen Mai, Yello Strom
- Matthias Mehlen, McDonald's
- Prof. Thomas Mickleit, Microsoft
- Ingo Notthoff, T-Systems
- Frank Roth, Ergo Direkt Versicherungen
- Michael Wegscheider, Allianz

South Europe und Global Change Communications. Er wird künftig als selbständiger Kommunikationsberater tätig sein.

09: **Irmgard Jarosch** (46) leitet kommissarisch als Managerin Corporate Communications die Pressestelle des Teleshopping-Senders QVC Deutschland in Düsseldorf. Die frühere Leiterin Unternehmenskommunikation von ProSieben Media betreut QVC seit Juli 2011 als selbstständige Kommunikationsberaterin. Sie vertritt für ein Jahr **Agi Orlewicz** (32), die *seit April 2007* bei QVC im Bereich Corporate Communications tätig ist und jetzt in Elternzeit geht.

10: **Patrick Meschenmoser** (37) ist Head of Media Relations bei Stada Arzneimittel in Bad Vilbel und leitet die Pressearbeit des Pharmakonzerns. *Er kommt von* der Deutschen Lufthansa in Frankfurt am Main, wo er als Chef vom Dienst tagesaktuelle Themen sowie die Issues- und Krisenkommunikation verantwortete, zuvor war er dort als Pressesprecher für Themen im Bereich Corporate & Finance Communications tätig.

11: **Julia Zeisberger** unterstützt Acronis in München als PR-Managerin für die Region Central & Eastern Europe (CEE) und verantwortet die interne und externe Kommunikation sowie die deutschsprachigen Social-Media-Aktivitäten. Sie kommt von der internationalen PR-Agentur Text 100, wo sie als Account Managerin Technologie-Unternehmen im B2B- und B2C-Umfeld betreute.

12: **Astrid Kasper** (41) ist neue Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Schufa Holding in Wiesbaden. Zuvor war sie seit Januar 2006 bei Microsoft in Unterschleißheim tätig, zuletzt als Teamlead Corporate und Public Affairs Communications. Kasper folgt auf **Christian Seidenabel**, der als Direktor Kommunikation zur Kanzlei Hengeler Mueller gewechselt ist.

13: **Christina Rösler** (22) hat die Pressearbeit der Online-Stellenbörse ERP-Stellenmarkt.de in Götting übernommen. Sie hat ihr Wissen in den Bereichen Corporate Communication, Corporate Social Responsibility und Public Relations an der Universität Passau erworben und im Ressort Communications bereits Erfahrung gesammelt.

14: **Stefanie N. Budewig** ist neue Leiterin Kommunikation der Gesellschaft für Telematikanwendungen der Gesundheitskarte (gematik) in Berlin. Sie ist seit Oktober 1999 in der pharmazeutischen Industrie tätig, zuletzt seit Juni 2008 als Account Managerin bei Genzyme (Sanofi) in Neu-Isenburg.

15: **Benjamin Brake** (31) ist ab sofort neuer Director Governmental Programs bei IBM Deutschland. Er verantwortet damit die Lobbyarbeit des IT-Konzerns in der Hauptstadt. Seine Vorgängerin, **Marisa Doppler**, hat die Leitung der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Bank übernommen.

Sie sind gut.
Aber wie
gut sind Sie
wirklich?

Audits bei
Lautenbach Sass.

www.lautenbachsass.de T 0 69) 2 57 82 65 - 0

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

16: **Rebecka Heinz** verantwortet bei dem Bundesverband Musikindustrie (BVMI) als Leiterin Eventmanagement die Planung und Durchführung der verschiedenen "Echo"-Veranstaltungen. Sie ist seit vier Jahren beim BVMI tätig, zuletzt als Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Heinz folgt in der neuen Position auf **Malaika Schroeder**, die den BVMI Ende April verlassen hat.

17: **Hans-Herwig Geyer** (53) wird zum Beginn des Sommersemesters 2012 neuer Pressesprecher und Leiter Kommunikation der Universität Stuttgart. Der frühere Pressesprecher und Kommunikationsdirektor der GEMA war zuvor seit Juli 2011 freiberuflich als Senior Consultant für Arion-Arts music consultants in Dreieich tätig.

18: **Melanie Schacker** (44) ist Senior-Projektmanagerin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in die Frankfurter Geschäftsstelle des Travel Industry Club. Sie ist seit 1987 in der Tourismusbranche tätig, unter anderem als Pressesprecherin von Lufthansa City Center und seit 2001 als selbstständige PR-Beraterin.

19: **Christoph Goldt** (46), Leiter der Pressestelle des Internationalen Katholischen Missionswerks missio in München, ist ab sofort zusätzlich als Pressesprecher tätig. **Barbara Brustlein** (37), Chefredakteurin des "missio magazins", ist die Leiterin der neu geschaffenen Abteilung Kommunikation.

20: **Annette Börger** vertritt in befristeter Stelle am Rudolstädter Theater die bisherige Pressereferentin **Friederike Lüdde**, die in Elternzeit geht. Börger war zuvor als Presseassistentin für das Musikfest in Weimar und im Pressereferat der Musikhochschule in Weimar tätig.

21: **Sebastian Finger** (35) ist Pressesprecher des Katholischen Marienkrankenhauses in Hamburg. Er folgt auf **Petra Perleberg**, die als Leiterin Marketing und Kommunikation zur proDiako in das Diakoniekrankenhaus Rotenburg (Wümme) wechselt.

22: **Irinia Kubadinow** (44) ist Leiterin der Abteilung Kommunikation und Medien des Naturhistorischen Museum Wien (AT). Sie kommt von Kunstmeile Krems, wo sie *seit November 2009* Marketingleiterin und Pressesprecherin war.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

23: **Christian Fronczak** ist stellvertretender Sprecher im Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Verbraucherschutz (BMELV) in Berlin. Der studierte Geograph war zuvor elf Jahre bei dem Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) in Berlin tätig, zuletzt als Leiter des Fachbereichs Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung. Bis ein Nachfolger für Fronczak beim vzbv gefunden ist, wird sein Stellvertreter **Steffen Küßner** die Pressestelle kommissarisch leiten.

24: **Oliver Köhler** (33) wird am 1. Mai Pressesprecher in der Verwaltung des Landkreises Barnim in Brandenburg. Bislang war der studierte Sozialwissenschaftler als Redakteur bei der Märkischen Oderzeitung beschäftigt. Er tritt die Nachfolge von **Marianne Suntrup** an, die das Landratsamt im Herbst aus privaten Gründen verließ.

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

Etats

Watt-Wanderung mit Straub & Linardatos

Die niedersächsische Marketinggesellschaft "*Die Nordsee*" in Schortens ruft gemeinsam mit ihren niederländischen Partnern aus dem TOEKOMST-Förderprojekt, Marketing Groningen und Provinsje Fryslan, ein besonderes Augenzeugen-Projekt ins Leben: das "*WattWik*". Ab dem 8. Mai fangen zwei Watt-Reporter in einer mehrwöchigen Expedition das Lebensgefühl der Menschen am Wattenmeer ein und archivieren es online. Verantwortlich für die Entwicklung und Umsetzung des Projekts ist die Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschreibung: Bundesnetzagentur vergibt Projekte d. Öffentlichkeitsarbeit

Vergeben wird ein Rahmenvertrag über die Konzeption und die Durchführung von Projekten der Öffentlichkeitsarbeit für die Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen in den Bereichen: Planung von Kommunikationsmaßnahmen, Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen, Öffentlichkeitsarbeit, Internetauftritt und Online-Marketing (optional), Klassische Werbung und Druckereileistungen. Die Laufzeit beträgt drei Jahre von (voraussichtlich) 23. Juli 2012 bis 31. Juli 2015 (optional bis 31. Juli 2016). Der geschätzte Gesamtauftragswert über die Gesamtlaufzeit der Rahmenvereinbarung liegt bei 850.000,00 EUR. Der Schlusstermin für den Eingang der Angebote oder Teilnahmeanträge ist am 22. Mai 2012 um 14:00 Uhr. Mehr Informationen und vollständige Beschreibung: ted.europa.eu

Etats compact (18) (17.KW-2012)

01: Nualight, Cork (IR)

was: *B2B-Kommunikation*

an: **MSL Germany** (GPRA), Köln

02: Medice Arzneimittel Pütter, Iserlohn

was: *PR-Etat für die Marke "Soventol"*

an: **Dr. Baumann Kommunikation**, Köln

03: KKH-Allianz, Hannover

was: *interne und externe Kommunikation*

an: **Avance**, Stuttgart

04: Togonal-Werk, München

was: *Produkt-PR für "Togonal" und "efasit"*

an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

05: Kreis Euskirchen

was: *Etat zur Markenbildung und Standortinformation*

an: **Die PR-Berater**, Köln



06: HA Hessen Agentur, Wiesbaden

was: *Kommunikation rund um das touristische Angebot Hessens*

an: **global communication experts** (GCE), Frankfurt am Main

07: N-Ergie Aktiengesellschaft, Nürnberg

was: *Erstellung von Kundenmagazinen und Newslettern der Thüga Gruppe*

an: **Raufeld Medien**, Berlin

08: Service-Reisen Giessen

was: *PR-Etat für die Positionierung des Unternehmens in der touristischen Fachpresse*

an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

09: Forum Corporate Publishing (FCP), München

was: *Planung und Realisation des Best of Corporate Publishing Kongress & Award in Berlin*

an: **Kontrapunkt**, Hamburg

10: Deutscher ReiseVerband (DRV), Berlin

was: *Konzept einer PR-Strategie und deren Umsetzung für den DRV-Ausschuss Business Travel*

an: **Faktenkontor**, Hamburg

11: medi, Bayreuth

was: *internationaler Kommunikations-Etat (B2B und B2C)*

für den Marken-Relaunch von "mediven"
an: **Wächter & Wächter**, München

12: Eyes2market, Rellingen
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Tahiti
Tourisme in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
an: **WeberBenAmmar PR**, Bad Soden/Taunus

13: Fujitsu Semiconductor Europe, Langen
was: *Konzipierung und Umsetzung einer integrierten
PR- und Marketingkampagne in der EMEA-Region*
an: **Hotwire PR**, Frankfurt am Main

14: Gerrit Grassl, München
was: *Personality-PR sowie Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Österreich und
der Schweiz*
an: **media for people**, München

15: Laverana, Wennigsen
was: *Lifestyle-PR für lavera Naturkosmetik zur Fashion
Week in Berlin und rund um das 25-jährige Jubiläum*
an: **agencycall**, Hamburg

16: Vion Food Deutschland, Düsseldorf
was: *nationale Pressearbeit, externe
Unternehmenskommunikation, Beratung in der
strategischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **steinkuehler-com**, Düsseldorf

17: Finnisch-Lapland (onlyinlapland), Rovaniemi (FI)
was: *PR-Arbeit auf Projektbasis*
18: Heli USA Airways, Las Vegas, NV (USA)
was: *PR für das Grand Canyon Ranch Resort*
an: **MikullaGoldmann PR**, München

Branche

Was die PR Report Awards mit dem War of Talents zu tun haben

Gestern Abend habe ich mir nochmals das kurze
Video „Der Krieg um Köpfe eskaliert!“ auf The Third



Club angesehen. Darin beklagt Mirko Kaminski von achtung! den immer stärker eskalierenden „War of Talents“, den Kampf um Köpfe, der bis in die PR-Agenturen hineinreicht. Mitarbeiter würden direkt aus der Agentur abgeworben werden. Viele Projekte ließen sich mangels qualifizierten Personals nicht mehr realisieren. Das Problem sei, so Kaminski, dass es in vielen Agenturen in den letzten Jahren „mehr um Margen denn um Menschen, mehr um Boni für Agenturmanager denn um Bindung von Mitarbeitern, mehr um Akquise neuer Kunden denn um Ausbildung junger Talente“ gegangen war. Dies könnte künftig dazu führen, so seine Prognose, dass Agenturen schließen müssten, weil sie keine Mitarbeiter mehr finden würden.
Den Artikel von Dominik Ruisinger, Berlin vom 24. April in seinem Blog "Gedankenspiele" [hier online weiterlesen](#).

Branche compact (9) (17.KW-2012)

01: "Casual Friday" war gestern - jetzt ist "Learning Friday" angesagt. **Bei der BrandGalaxy Group wird ein neues Konzept zur Mitarbeiterzusammenführung umgesetzt:** Agenturübergreifende Weiterbildungsmaßnahmen sollen in Zukunft den regelmäßigen Austausch zwischen den Mitarbeitern der acht Mitgliedsagenturen sicherstellen. Das erste Modul der "Learning Fridays" für 2012 steht: Um die Themen Brand- und Corporate PR sowie Krisenkommunikation geht es bei agentur05 in Köln. → brandgalaxy.com

02: Die Deutsche Dependence der internationalen Social-Media-Agentur **We Are Social** mit Standorten in London, Paris, Mailand, München, Singapur, Sydney, New York und São Paulo **wird ein Jahr alt**. Inzwischen betreut We Are Social mit 16 Mitarbeitern von München aus große Kunden, darunter global agierende Konzerne, Local Heroes und angesehene B2B-Unternehmen. → wearesocial.de

03: Der **Berner Kommunikationspreis 2012** ist an Bernd Schildger, der für Bern (CH), den Bärenpark und das Dählhölzli eine Symbolfigur geworden ist, verliehen worden. Er kann sich mit Tieren unterhalten. Er weiss, wie er Kindern, Experten oder Medienschaffenden seine Themen vermitteln und sie mit seiner Begeisterung anstecken kann. Die BPRG vergibt jedes Jahr einen Preis für Kommunikation an eine Persönlichkeit, die ohne entsprechende Fachausbildung aussergewöhnliche kommunikative Leistungen erbringt. → bprg.ch

04: **In vielen Unternehmen ist jetzt Berichterstattungszeit.** Nach dem Geschäftsbericht steht jetzt der Nachhaltigkeitsbericht auf der Agenda und damit die bange Frage, ob alle Zahlen und Auskünfte fristgerecht eingegangen sind. Mit Themen ganz anderer Art haben all jene Unternehmen zu kämpfen, die vor der Aufgabe stehen, erstmalig einen Nachhaltigkeits- oder CSR-Bericht auf den Weg zu bringen. Unter dem Titel "Jetzt Nachhaltigkeitslücken schließen" hat die Düsseldorfer Agentur **crossrelations** (GPRA) einmal die wichtigsten Prüfsteine zusammengestellt. → nachhaltigkeitsberichte.crossrelations.de

05: Normalerweise müssen Agenturen zum Wettbewerb antreten, um einen Neukunden zu gewinnen. Der Multi-Kanal-Spezialist Interone zeigt nun, dass auch der umgekehrte Weg erfolgreich sein kann: **Über den YouTube-Channel InteroneTube hatten User die Möglichkeit, ihr eigenes Video-Briefing einzustellen.** Als Preis konnten die Teilnehmer eine eigene Werbekampagne für ihr vorgestelltes Anliegen gewinnen, die dann von Interone umgesetzt wird. Die Gewinner sind fünf Studenten der Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Pforzheim, die ihre Studienheimat durch eine Optimismuskampagne beliebter machen wollen. → interone.de

06: Zum 14. Mal verlieh der Kommunikationsverband führenden Unternehmen und Dienstleistern der Branche den **BoB Best of "Business-to-Business" Communication Award** in Kronberg im Hause von Accenture. Die Jury vergab 2011 insgesamt 36 Auszeichnungen: 10 x Gold, 6 x Silber und 20 x Bronze. Die erfolgreichste Agentur des Wettbewerbs

war BBDO Deutschland (2 x Gold, 2 x Bronze) gefolgt von Scholz & Friends (2 x Gold 1 x Bronze) und Grabarz & Partner (2 x Gold), ggk DialogGroup (1 x Gold, 2 x Silber) und Agentur am Flughafen (Schweiz), circ, Oliver Voss Werbeagentur (je 1 x Gold). → kommunikationsverband.de

07: Die Content-Agentur **KircherBurkhardt** mit Büros in Berlin und Stuttgart **steigt bei** der Schweizer Corporate Communications **Agentur Arnold Inhalt und Form** ein, die in Arnold.KircherBurkhardt umbenannt wird und in Stäfa (CH) sitzt. Die beiden inhabergeführten Agenturen sind in den vergangenen Monaten bereits zwei Mal als Bietergemeinschaft aufgetreten und wollen diese Zusammenarbeit jetzt strategisch ausweiten. Beide versprechen sich von der Partnerschaft mehr Wachstum und eine Festigung ihrer Marktposition. → kircher-burkhardt.com

08: Die Jobbörse **Absolventa hat consense communications das Trainee-Siegel verliehen.** Die Münchner PR-Agentur erhält diese Auszeichnung für ihr faires und karriereförderndes Trainee-Programm. Trainees bei consense erwartet eine umfangreiche PR-Ausbildung mit ausgewogener Vermittlung von Praxis- und Theorie-Wissen. Die faire Vergütung der Trainees orientiert sich an den Richtlinien des DJV. Erfolgreich absolvierte Trainee-Programme münden in einer Festanstellung als PR Account Assistant. → consense-communications.de

09: Eine Studie von Hansen Kommunikation Collier und factx zeigt, dass die **Nachhaltigkeitskommunikation im Urteil der Anleger durchfällt.** Investoren nutzen in erster Linie Presseartikel, Internetrecherchen und Geschäftsberichte, um sich über die Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen zu informieren. Angesichts der wachsenden Bedeutung des Themas bei Investitionsentscheidungen können Unternehmen durch die professionelle Gestaltung Ihrer Nachhaltigkeitskommunikation bei Anlegern punkten. → sichtbar-nachhaltig.de

Medien

Befragung zum Thema "Online-Publikationen"

In Zusammenarbeit mit [Molthan van Loon Communications](#) (GPRA), Hamburg führen Studierende aus dem [Masterstudiengang Kommunikationsmanagement](#) an der Hochschule Hannover derzeit eine Befragung zum Thema "Online-Publikationen" durch. Mit Hilfe dieser Forschungsarbeit soll herausgefunden werden, wie und in welchem Umfang Unternehmen und andere Organisationen heutzutage redaktionelle Online-Publikationen für ihre Kommunikation einsetzen.

Das "PR-Journal" fördert seit Jahren vielfach die Aktivitäten von Studierenden auch an der [Hochschule Hannover](#) und würde sich deshalb über eine rege Unterstützung dieser Befragung besonders freuen. >> [Hier geht es zur Befragung](#)

Medien compact (1) (17.KW-2012)

01: **Online-Medien sind weiterhin die beliebteste Informationsquelle für Führungskräfte** der internationalen Technologiebranche, auch Social Media hat bei der Informationsbeschaffung stark aufgeholt. Aber: Print ist nicht tot! Auch wenn Online-Medien und jüngst Social Media als meist genutzte Informationsquellen für Businessnews dienen, ist die Bedeutung von Printpublikationen unverändert hoch. Zu diesem Ergebnis kommt die jährliche Technologie-Umfrage von Schwartz Public Relations in München zusammen mit dem weltweiten PR Netzwerk Eurocom Worldwide. An der Studie haben über 300 europäische Führungskräfte von Technologieunternehmen im Frühjahr 2012 teilgenommen. → [schwartzpr.de](#)

Social Media

Das Berufsbild Social Media Manager

Social Media Manager sollen Unternehmen helfen, ihre Kundenkommunikation über Facebook, Twitter & Co zu organisieren und für gezielte Werbung zu nutzen. Eine Studie des Verbands für Digitale Wirtschaft (BVWD) von 2011 zeigt, dass bereits knapp drei Viertel aller 186 befragten Firmen Social Media in ihrem Kommunikationsmix nutzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bis zu 30% der Bewertungen in Online-Shops sind Fakes

Die Springer-Zeitschrift "Audio Video Foto Bild" berichtet in seiner aktuellen Ausgabe, dass 20 bis 30% der in Online-Shops und Bewertungsportalen wie Dooyoo, Ciao, Holidaycheck oder Qype abgegebenen Produktbewertungen gefälscht sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Von Social Media zu Social Business



Ein Autorenbeitrag von Horst Pütz, Geschäftsführer von [MCCM Consulting GmbH, Köln](#)

Von Social Media zu Social Business.

Social Media verändert das Kommunikationsverhalten mit einer rasanten Geschwindigkeit. Die schnellen und einfachen Möglichkeiten der Kommunikation und des Austausches revolutionieren die Interaktion und versorgen Menschen mit Wissen und Bildung. Vernetzung, Mobilität und Digitalisierung werden zu zentralen Bausteinen der heutigen Informations- und Wissensgesellschaft. Die Dynamik der mobilen und digitalen Vernetzung, die sich bisher vorrangig im Social Web abspielte, überträgt sich zunehmend auf wirtschaftliche Prozesse und hat weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitswelt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (5) (17.KW-2012)

01: Die **Internetnutzung** von **Mädchen** ist genauso hoch wie die ihrer **männlichen Altersgenossen**: Laut Bitkom-Studie nutzen 99 Prozent der 14- bis 29-Jährigen das Internet, bei sozialen Netzwerken liegen sie mit 92 Prozent knapp vorne. Bei Smartphones und Tablets dominieren männliche Nutzer. → bitkom.org

02: **Online-Medien sind die beliebteste Informationsquelle für Führungskräfte der internationalen Technologiebranche**, aber Social Media hat auch bei der Informationsbeschaffung stark aufgeholt. Dies ergibt eine Studie, an der über 300 europäische Führungskräfte von Technologieunternehmen teilgenommen haben. → markenartikel-magazin.de

03: **Die deutschen Full-Service-Internetagenturen erwirtschaften über 886,33 Millionen Euro Honorarumsatz in 2011**. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies allein unter den Top 150 Agenturen einem Marktwachstum mit einem Plus von über acht Prozent. → bvdw.org

04: **Burson-Marsteller hat die 200 international wichtigsten politischen Stimmen auf Twitter identifiziert**. In der Studie „G20 Influencers“ untersuchte die Agentur die Präsenz von knapp 1.000 Twitter-Nutzern in 26 Ländern. → [Zur Studie bei g20influencers.com](http://zurstudie.bei.g20influencers.com)

05: **Blogger** können sich gegen Schleichwerbung wehren: Nach einem Urteil des Landgerichts Hamburg können Blogger Firmen abmahnen, wenn diese in Kommentaren Werbung posten. In dem konkreten Fall hatte ein Versicherungs-Mitarbeiter eine Rechtsschutzpolice als "beste, die es gibt" gelobt. → wbs-law.de

Karrierebarometer

Neues Karrierebarometer: Welche Top-10-Agentur hat welches Image?

In der aktuellen Befragung des Karrierebarometers von "PR-Journal", Siegburg und PR Career Center, Düsseldorf wird wie schon 2010 gefragt: Welches Image haben Top-Ten-Agenturen in der Kommunikationsbranche? Welche Eigenschaften werden den zehn führenden Agenturen in Deutschland zugeordnet? Die Zusammenstellung der Top-Ten-Liste basiert dabei auf dem kürzlich vom "PR-Journal" veröffentlichten Agentur-Ranking 2011.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Amerikaner unter uns - Terrine von Forelle und Flusskrebse



(nsb) „Amerika, du hast es besser“, meinte der Geheime Rat Goethe. Er dachte an freie Bürger und einklagbare Rechte. Er wusste noch nichts von einer Neuen Welt, die auch robustere Geschöpfe hervor gebracht hat als das alte Europa. Zwei davon sind im Lauf zweier Jahrhunderte fast an die Stelle ihrer sensiblen europäischen Verwandten getreten: Der amerikanische Flusskrebse und die Regenbogenforelle.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Wie die Neuausrichtung der Unternehmenskommunikation gelingt



Die Neuausrichtung der PR und Unternehmenskommunikation ist keine leichte Aufgabe. Sie erfordert ein besonderes Fingerspitzengefühl. Gemeint sind hier nicht die täglichen kleineren Kurskorrekturen oder neue

Projektinitiativen, sondern der grundlegende Wandel in der Strategie und Umsetzung des internen und externen Kommunikationsauftritts. Dies ist ein Prozess, der sich vom normalen PR- und Kommunikationsmanagement unterscheidet, nicht nur weil Strukturen verändert und etabliert werden und weil eine besondere Überzeugungsarbeit für den Richtungswechsel zu leisten ist, sondern weil es in der Regel eine Operation am offenen Herzen bedeutet – mit Chancen und Risiken: Die interne und externe Kommunikation ist eine lebenswichtige Funktion, die sämtliche Unternehmensbereiche und Stakeholder berührt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Content Marketing mit Online-Pressemitteilungen



Ein Autorenbeitrag von *Melanie Tamblé*, Geschäftsführerin der *Adenion GmbH*, Grevembroich

Mit relevanten Inhalten in die Suchmaschinen und zu neuen

Kunden. Content Marketing hat sich für Unternehmen zu einer wichtigen Kerndisziplin entwickelt. Relevante Inhalte (Content) sind die neue Währung im Web 2.0. Nicht mehr die Werbebotschaft, sondern das Informationsbedürfnis des Kunden steht im Vordergrund. Die Online-Pressemitteilung kann dabei eine zentrale Funktion als Content Marketing Instrument übernehmen, denn sie bietet ein ideales Format für eine schnelle, einfache und weitreichende Verbreitung von Inhalten und Informationen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Start des nächsten DEPAK-Fernstudiums

Das berufsbegleitende Fernstudium Public Relations der Deutschen Presseakademie (DEPAK) bietet in 12 Monaten eine umfassende PR-Ausbildung, die sich flexibel an Ihren Arbeitsalltag anpasst. Das staatlich zertifizierte Studium für Berufseinsteiger und PR-Praktiker kombiniert theoretische Wissensvermittlung durch umfangreiche Lehrbriefe mit praxisorientierten Seminaren. Die Drei Präsenzblöcke in Berlin ergänzen das Selbststudium und ermöglichen die Verknüpfung des erworbenen Fachwissens durch Praxistermine bei Unternehmen, Agenturen und Verbänden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (3) (17.KW-2012)

01: Drei Teilnehmer des com+plus-Fernstudiums "Kommunikationsmanagement/PR" haben am 20. April die **Prüfung zum Kommunikationsmanager am Zentrum für Angewandte Kommunikation (ZAK)** in Münster erfolgreich abgelegt. Katharina Plonsker, Thomas Graf und Julia Kusay beenden damit ihre einjährige Qualifizierung an der com+plus Fernakademie. Die guten Prüfungsergebnisse freuten nicht nur die neuen Kommunikationsmanager, sondern auch com+plus-Studienkoordinatorin Christina Künne. → complus-muenster.de

02: Unternehmen haben es in Zukunft immer schwerer, hochqualifiziertes Personal zu rekrutieren. Im War for talents, dem Kampf um junge Nachwuchs-Talente, wird es daher in Zukunft mehr denn je darum gehen, welchen Mehrwert die Unternehmen den Bewerbern und Mitarbeitern bieten können. Für 60 Prozent der 25- bis 35-Jährigen Erwerbstätigen sind Weiterbildungsangebote sogar ausschlaggebend bei der Entscheidung für ihren Arbeitgeber. **Ein Masterangebot als Personalentwicklungsmaßnahme**, das ist der Grundgedanke des ersten dualen Masterstudiengangs der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Mosbach in Kooperation mit der German Graduate

School of Management and Law (GGS). → dhbw-mosbach.de → ggs.de

03: Ein stringentes Konzept bildet stets den Anfang erfolgreicher PR-Arbeit. Es folgt einer klaren Strategie und sollte sowohl methodisch überzeugen als auch inhaltlich begeistern. Doch selten nehmen sich Unternehmen und Agenturen die Zeit, ihre Aktivitäten in das Gesamtkonzept ihrer Kommunikation zu integrieren. Kathrin Behrens, Kommunikationsexpertin und Referentin des **Media Workshops "Erfolgreiche PR-Konzepte"** am 31. Mai und 1. Juni in Hamburg, weiß aus Erfahrung, warum es so wichtig ist, konzeptionell zu arbeiten. → media-workshop.de

Termine

LPRS>>Forum: Zwischen Recht und Moral. Wird die Justiz zum Spielball der modernen Mediengesellschaft?

Inwiefern sind Medien imstande, die Öffentlichkeit und damit einen Gerichtsprozess zu beeinflussen? Und welche Rolle spielt dabei Litigation-PR? Diese Fragen standen im Mittelpunkt des 7. LPRS>>Forums am 20. April 2012. Auch in diesem Jahr wurde von den prominenten Podiumsgästen aus Kommunikationswirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft bis zuletzt kontrovers zum aktuellen Thema „Zwischen Recht und Moral. Wird die Justiz zum Spielball der modernen Mediengesellschaft?“ diskutiert. Auf dem Podium saßen:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (5) (17.KW-2012)

01: Der **125. MedienMittwoch Frankfurt, diesmal zu dem Thema "Müssen Pressesprecher lügen?"**, findet am 9. Mai gemeinsam mit dem KelsterbachTalk statt. Wie verfährt die Unternehmenskommunikation in der Realität heute, wenn Medien bzw. die Öffentlichkeit Sachverhalte nachfragen? Müssen Pressesprecher

dann doch auch mal lügen? "Ja" sagte vor einigen Jahren Klaus Merten: PR-Profis testeten die "Elastizität von Wahrheit", sie betrieben "Differenzmanagement" zwischen Fakten und Fiktion. Das hat seinerzeit in der PR-Branche heftigen Widerspruch provoziert. Mertens Position dürfte auch bei den Experten des Podiums am 9. Mai in Kelsterbach für Kontroversen sorgen. → medienmittwoch.de

02: Auf dem **Online Marketing Forum**, die Konferenz für Trends im Online Marketing, erfahren Teilnehmer alles Wissenswerte für den Online-Erfolg. Im 10. Veranstaltungsjahr tourt die Roadshow im Juni und Juli durch Deutschland: Hamburg (12. Juni), Frankfurt am Main (27. Juni), Düsseldorf (28. Juni) und München (04. Juli). Die Konferenzreihe richtet sich an Online Marketing Leiter, Online Marketing Manager, E-Commerce Leiter sowie Geschäftsführer, die sich über die neuesten Trends im Online Marketing informieren möchten. Ein parallel laufendes Workshop-Programm bietet zudem die Möglichkeit noch tiefer in die einzelnen Themen einzusteigen. → onlinemarketingforum.de

03: Der **Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) lädt am 19. Juni nach Berlin ein**, um die Ergebnisse der aktuell laufenden Online-Diskussion über den **Deutschen Kommunikationskodex** (www.kommunikationskodex.de) vorzustellen und öffentlich zu diskutieren. Im Mittelpunkt der Veranstaltung "Auf dem Weg zum Deutschen Kommunikationskodex" steht die Frage: Was zeichnet einen modernen Ethik-Kodex für PR- und Kommunikationsfachleute aus? Die Anregungen aus der Veranstaltung werden in die Schlussfassung eingehen, die der DRPR im Herbst 2012 vorstellen wird. → drpr-online.de

04: Bei dem **Medientreffpunkt Mitteldeutschland**, der vom 7. bis 9. Mai in der Media City Leipzig veranstaltet wird, ist die Leipzig School of Media (LSoM) gleich doppelt vertreten: mit einer selbst organisierten Veranstaltung und als Gast auf einer weiteren. Am 9. Mai lädt die LSoM zu der Diskussion "Chaos oder Kontrolle – Welche Rolle(n) können die Medien in digitalen Zeiten spielen?" ein. Der LSoM-Direktor nimmt außerdem am 8. Mai bei der Arbeitsgemeinschaft in Leipzig an einer Podiumsdiskussion zum Thema "Kapitalisierung klassischer Medienmarken in der digitalen Welt" teil. → leipzigschoolofmedia.de

05: Vom 4. bis 6. Oktober veranstaltet das **Institut für Management an der Humboldt-Universität in Berlin** die **5. Internationale CSR-Konferenz** zum Thema "The Future of CSR". Die zentralen Themen verknüpfen Theorie und Praxis: Erfolgreiche Managementansätze, wissenschaftliche Konzepte des CSR und möchte die Kooperationschancen zwischen aktiven CSR-Institutionen ausloten. → csr-hu-berlin.org

Tipps

Pressemitteilungen multimedial aufwerten und als Web-App veröffentlichen



Ein Autorenbeitrag von Helge Buchheister, Pressesprecher von [Data Becker GmbH, Düsseldorf](#)

Pressemitteilungen sind erfolgreicher, wenn PR-Verantwortliche weiterführendes Multimedia-Material mitliefern. Dies ergab kürzlich eine aktuelle Befragung der DPA-Tochter News Aktuell unter mehr als 1.400 Journalisten. Drei Viertel der Teilnehmer teilten mit, dass sie eher über ein Unternehmen berichten würden, wenn sie zusätzlich zur Pressemitteilung auf Fotos und Videos zurückgreifen können. Ein Beispiel für eine neue Form der Pressemitteilung zeigt nun das Düsseldorfer Medienhaus Data Becker. Dessen Pressesprecher Helge Buchheister hat im Zuge der Veröffentlichung der E-Publishing-Lösung „P5 HTML5 Publisher“ eine Pressemappe in Form einer Web-App erstellt. Die Web-App ist mit Videos, Klängen, Fotos, einem RSS-Feed als Live-Ticker und Links angereichert. Sie wird sowohl auf stationären Computern wie auch mobilen Geräten optimal dargestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Analoges Camp für digitale Individualisten

Seit 24. April hat die digitale Generation in Berlin-Mitte einen weiteren Treff: Das neue **BASE Camp** in den Kaiserhöfen. Nachdem das alte Camp Unter den Linden zu klein geworden war, ist es kräftig gewachsen. Dies demonstriert bereits die riesige Twitter-Installation, über die künftig die **Trending Topics** blinken. Der Grundgedanke ist aber geblieben: Einen Handy-Shop für die Marken der E-Plus-Family, ein italienisches Mokador Café und eine Eventfläche unter einem Dach zu vernetzen, aber noch stärker ineinander überfließen zu lassen – und dies als analoge Dialog-Plattform für die digitale Welt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (4) (17.KW-2012)

01: Die PR- und Kommunikationsagentur wbpr in München/Unterföhring baut ihr Leistungsspektrum für Onlinekommunikation aus und startet das **Web- und Social-Media-Monitoring "wbpr web control"**. Das Angebot richtet sich vornehmlich an kleinere und mittelgroße Unternehmen. wbpr web control kombiniert eine neue Technologie für Web- und Social-Media-Monitoring des preisgekrönten Berliner Start-Ups MediaMetrics mit der Onlinekompetenz von wbpr. wbpr web control überwacht alle Social Media-Kanäle, durchsucht Webseiten nach den definierten Keywordketten, screent klassische Online-Medien und bietet eine Abdeckung von aktuell bis zu 48 Sprachen. → wbpr.de

02: Über die aktuelle Zusammensetzung des Bundeskabinetts informiert die **neue Ausgabe von "Kürschners Handbuch der Bundesregierung"**. Wer sich über die Bundesregierung informieren möchte, Ansprechpartner sucht oder zuständige Stellen ausmachen möchte, wird in dem Buch fündig. Es enthält 300 Biografien von Bundesministern, Staatssekretären, Abteilungsleitern sowie deutschen Botschaftern im Ausland und liefert Organisationsübersichten bis auf die Referatsleiter-Ebene. → ndv-shop.de

03: Die **Worldcom Public Relations Group**, das Netzwerk von inhabergeführten, unabhängigen PR-Agenturen, gibt die Veröffentlichung ihres **ersten globalen E-Books** bekannt. Das Buch liefert Einblicke der Agenturmanagements in aufkommende Kommunikationsstrategien und Trends für das Jahr 2012. In einer Welt, in der Informationsvermittler zunehmend an Bedeutung verlieren und die Versorgung mit Nachrichten durch eine aktive Informationsflut in Echtzeit ersetzt wird, verdeutlicht das E-Book, wie sich die Rolle von Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einsatz entwickelt. → [hbi.de](#)

04: Die neue mobile Applikation "**Professional International Personal Assistant**", kurz **PIPA**, **unterstützt Assistenz und Sekretariat** im Beruf. PIPA ist ein Service von Secretary Plus, dem Spezialisten für die Überlassung und Vermittlung aller Qualifikationen des Sekretariats und des Management Supports. Mithilfe der PIPA-App soll die Assistenz ihren Arbeitsaufwand verwalten und einzelne Aufgaben effizienter und einfacher erledigen. PIPA schafft einen Mehrwert, nicht nur für die Assistenten, sondern gleichzeitig auch für die Manager. → [secretary-plus.de](#)

Literatur

Liebermeister: Effizientes Networking - Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln

Barbara Liebermeister: "Effizientes Networking - Wie Sie aus einem Kontakt eine werthaltige Geschäftsbeziehung entwickeln". Verlag: Frankfurter Allgemeine Buch, 1. Aufl., Feb. 2012, 133 Seiten. Preis: 19,90 Euro. ISBN: 978-3-89981-278-7.



Rezension von Birgit Mauroner, Nürnberg

Ein funktionierendes Netzwerk ist für die berufliche Karriere nicht nur förderlich, es stellt gleichzeitig einen enormen Sicherheitsfaktor darstellt. Die Quantität unserer Kontakte hat sich durch die digitalen Kommunikationsmöglichkeiten in der Regel vergrößert, doch wie sieht es mit der Qualität unseres Netzwerks aus? Wie schafft man es, aus unverbindlichen Kontakten dauerhafte und wertvolle Geschäftsbeziehungen zu machen? Barbara Liebermann verspricht dem Leser im Vorwort ihres Buches einen praxisbezogenen Leitfaden für professionelles Networking und Tipps aus ihrem eigenen Erfahrungsschatz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (17.KW-2012)

01: Von und mit dem faszinierenden Tätigkeitsfeld der Bildenden und der Angewandten Kunst leben Künstler und Designer, deren Sammler, Förderer und Aussteller, Hochschulen und Institutionen. Über vieles entscheidet der Faktor "Aufmerksamkeit". Über Aufträge, Auszeichnungen und Anerkennung, über erzielbare Preise, die Zahl der Besucher und Studierenden. Dennoch übernehmen viele die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit durch "Learning by Doing" und bei geringen finanziellen Ressourcen. Die Grundlagen der Public Relations für diesen Bereich bietet das **Handbuch "Kunst in die Öffentlichkeit" von Katharina Knieß**. Das Konzept des Buches wurde mit dem "Public Relations Book Award 2008/09" ausgezeichnet. → <http://21465.cleverreach.de/c/6594627/52267cf9b0> target="_blank">falkenberg-verlag.de

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 11 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (64)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Schwartz Public Relations sucht PR-Berater/in, München](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), München](#)
- [PR Junior Berater/in Tourismus, Wiesbaden](#)
- [Director Public Relations \(m/w\), München](#)
- [Assistant/Junior Consultant \(m/w\) Markenkommunikation, Hamburg](#)
- [PR-Volontär \(m/w\) oder PR-Assistent \(m/w\) sowie Praktikant \(m/w\), Hamburg](#)
- [Erfahrener PR-Berater \(m/w\) mit Führungsqualitäten, Stuttgart](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Kronberg bei Frankfurt/Main](#)
- [Freier technischen Redakteur \(m/w\), München](#)
- [PR Berater / PR Account Manager \(m/w\), Leipzig/Berlin](#)
- [PR-Berater/in, Berlin](#)
- [Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)
- [Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)
- [kiecom sucht PR \(Junior-\) Berater/In, München](#)
- [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-Juniorberater/In 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](#)

Medien

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

Unternehmen

- [Veranstaltungsmanager/-in, Frankfurt](#)
- [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](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 30. April 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.997 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
Karte 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 und 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: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>; <http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>.