

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 336 / 19. KW 2012

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

Und wenn Sie als (Seminar-)Veranstalter einen **Termin kostenlos in unserer PR-Datenbank eintragen** wollen – bitte hier klicken:

<http://datenbanken.pr-journal.de/termine.html>.

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 336. Newsletters des PR-Journals. Die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 86 Einzelmeldungen.

1. *PR-Interview Nr. 75. Cornelia Kunze: Manche Konzerne tun sich schwer, den Kontrollverlust hinzunehmen*
2. *Interview mit zwei Gewinnern des Deutschen Preises für Onlinekommunikation*
3. *Die Hälfte der deutschen Unternehmen setzt soziale Medien ein*
4. *Burson-Marsteller baut Public Affairs- und Healthcare-Expertise aus*
5. *Cornelia Kunze wird Edelman Vice Chairman Asia Pacific in Mumbai (IN)*
6. *Personalien compact - Agenturen (6) (19.KW-2012)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (13) (19.KW-2012)*
8. *Personalien compact - Sonstige (11) (19.KW-2012)*
9. *Hill+Knowlton Strategies kommuniziert olympisch*
10. *Etats compact (13) (19.KW-2012)*
11. *DPRG setzt Zeichen für die Nachwuchsförderung*
12. *Branche compact (11) (19.KW-2012)*
13. *Nachrichtenagenturen mahnen Blogger ab*
14. *Medien compact (8) (19.KW-2012)*
15. *Deutscher Preis für Onlinekommunikation 2012: elbkind ist Agentur des Jahres*
16. *Social Media compact (6) (19.KW-2012)*
17. *What's in a name? Die Reputation der DAX-Werte*
18. *Wie Lebensmittelunternehmen Vertrauen und Reputation aufbauen*
19. *Reputation compact (3) (19.KW-2012)*
20. *Schebens Karriererat: Aller Anfang ist schwer?*
21. *Gericht: Frühlingsboten im Trio - Morchel-Spargel-Ragout mit Bärlauch*
22. *“Exstasy and Agony of Steve Jobs” – ein vermeidbarer CSR-Skandal?*
23. *Der Unsinn manipulierter Online-Kommentare*
24. *Bildung compact (9) (19.KW-2012)*
25. *Zukunftsinstitut: Studie Good Marketing*
26. *Ketchum-Studie zeigt: Waschmaschine vor Smartphone – Deutsche stehen auf Technik im Haus*
27. *21 Krisenexperten, 21 Lösungen - Öffentlichkeitsarbeit in der Partizipationsgesellschaft*
28. *Termine compact (3) (19.KW-2012)*
29. *Tipps compact (2) (19.KW-2012)*
30. *Zerfaß / Pleil: Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web*
31. *Literatur compact (1) (19.KW-2012)*
32. *Stamm Medien-Newsletter Mai 2012*
33. *Jobbörse*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ-Team



PR-Interview Nr. 75. Cornelia Kunze: Manche Konzerne tun sich schwer, den Kontrollverlust hinzunehmen

"Das PR-Interview" wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation



Interview mit Cornelia Kunze, CEO Edelman Deutschland, zu ihrem Wechsel als Vice Chairman zu Edelman Asia Pacific und zu künftigen Herausforderungen an

die PR

PR-Journal: Frau Kunze, Sie waren 14 Jahre bei Edelman Deutschland. Wie bewerten Sie die Entwicklung der Agentur in dieser Zeit?

Cornelia Kunze: Als ich 1998 bei Edelman Hamburg gestartet bin, waren wir 15 Berater in der Consumer Practice. Heute sind es 50. 2003 hat man mir dann die Deutschland-Geschäftsführung angeboten. Wir hatten damals drei Büros mit insgesamt 45 Mitarbeitern und einem Umsatz von 4,5 Mio Euro. Heute sind wir fünf Büros mit 165 Mitarbeitern und einem Umsatz von 13,5 Mio Euro. Ich denke, wir gehören zu den besten Agenturen in Consumer Marketing, Healthcare und Technology, sind sehr früh auf den Social Media-Zug aufgestiegen und haben seit letztem Jahr durch die Akquisition von gosub eine eigene Online-Kreativ-Agentur in Berlin. Wir haben ein wachsendes Public Affairs-Angebot in Berlin und eine wachsende Corporate Unit mit sehr starker Krisen-Expertise und ausgezeichnete internationaler Vernetzung, die

wir für deutsche multinationale Unternehmen ins Spiel bringen. Und vor allen Dingen ist das Management der Agentur sehr gut aufgestellt – so dass ich mich sehr beruhigt einem anderen Job bei Edelman zuwenden kann. Kurzum, ich bin sehr zufrieden mit dem Erreichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interview mit zwei Gewinnern des Deutschen Preises für Onlinekommunikation



Im Berliner Kino International fand am 9. Mai die Gala des Deutschen Preises für Onlinekommunikation statt, den das Fachmagazin

Pressesprecher jährlich vergibt. In insgesamt 29 Kategorien kürte die hochkarätige Jury die Preisträger. Das PR-Journal hat zwei der *Gewinner des Abends* zu ihrem Erfolg befragt: Elbkind und T-Systems/Public Footprint.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Die Hälfte der deutschen Unternehmen setzt soziale Medien ein

Nutzung für Marketing, Vertrieb und Mitarbeitersuche im Vordergrund. Soziale Netzwerke und Blogs sind die beliebtesten Anwendungen. Kempf: „Soziale Medien entwickeln sich zum Wertschöpfungsfaktor.“

Fast die Hälfte (47 Prozent) aller Unternehmen in Deutschland setzt soziale Medien ein. Weitere 15 Prozent haben bereits konkrete Pläne, damit in Kürze zu beginnen. Das geht aus einer Studie hervor, die der Hightech-Verband BITKOM am 9.



Mai in Berlin vorgestellt hat. Dabei wurden im Auftrag des BITKOM 723 Unternehmen aller Branchen befragt. Die Umfrage ist repräsentativ für die Gesamtwirtschaft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Burson-Marsteller baut Public Affairs- und Healthcare-Expertise aus

Burson-Marsteller erweitert in Deutschland sein Portfolio in den Bereichen politische Kommunikation und Healthcare. Mit Christian Thams und Barbara Steinberg verstärken zwei anerkannte Experten das deutsche Team der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs. Im Vordergrund steht dabei künftig noch stärker die Verknüpfung verschiedener Disziplinen zu einem ganzheitlichen, faktenbasierten Angebot.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Cornelia Kunze wird Edelman Vice Chairman Asia Pacific in Mumbai (IN)

Die internationale, inhabergeführte PR-Agentur Edelman ernannt Cornelia Kunze ab 1. Oktober zum Vice Chairman, Edelman Asia Pacific. In dieser neu geschaffenen Position wird Kunze, seit 2003 CEO von Edelman Deutschland an den Standorten in Hamburg, Berlin, München und Frankfurt am Main, den President und CEO APAC, David Brain, bei dem weiteren Ausbau des Geschäfts in der stark wachsenden Region unterstützen. Schon heute verfügt Edelman in Asien über 23 Büros in elf Ländern. Kunze wird ihren Arbeitsplatz nach Mumbai (IN) verlegen und an David Brain berichten, der bis vor anderthalb Jahren ihr Chef in Europa war.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sie sind gut.
Aber wie
gut sind Sie
wirklich?

Audits bei
Lautenbach Sass.

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

Personalien compact - Agenturen (6) (19.KW-2012)

01: **Marc Boris Reisner** (48) ist als stellvertretender Chefredakteur und Mitglied der Geschäftsleitung bei dem Hamburger Kommunikationsdienstleister JDB Media verantwortlich für Magazine und Newsletter verschiedener Kunden aus dem Finanz- und Wirtschaftsbereich. Zuvor war er fünf Jahre lang Blattmacher und stellvertretender Chefredakteur bei dem Schweizer Anleger-Magazin "Stocks" (Axel Springer Schweiz).

02: **Zena Martin** ist neue Senior Vice President of EMEA (SVPE) am Londoner Hauptsitz von Lewis PR - Global Communications. Die Marketing- und Kommunikations-Beraterin mit 20-jähriger Erfahrung hat zuvor als Direktorin in Agenturen wie Hill & Knowlton, Firefly und Text 100 in Europa und in den USA gearbeitet.

03: **Susanne Marcus** (30) ist Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Deutschen Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP) in Berlin. Zuvor war sie seit 2008 Pressereferentin bei dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin. Marcus folgt auf **Annette Kaiser** (43), die kommissarische Pressesprecherin der Bundesgeschäftsstelle der Johanniter-Unfall-Hilfe in Berlin ist.

04: **Sven Eriskat** (43) hat die Leitung des Berliner Büros der Agentur Die PR Berater mit Hauptsitz in Köln übernommen. Er kommt von dem Gesamtverband textil + mode in Berlin, um zukünftig den Bereich Public Affairs und das internationale Geschäft der Agentur auszubauen.

05: **Tim Wallentin** (31) unterstützt als Berater die Kölner Kommunikations-Agentur möller pr. Der studierte Politikwissenschaftler arbeitete zuvor bei der Düsseldorfer MCG Medical Consulting Group als Berater und hat dort Kunden aus dem Bereich Klinik, Verbände und Finanzdienstleistung betreut.

06: **Luise Karmelita** (32) kommt als Redakteurin zu der Full-Service-Agentur move:elevator in Oberhausen und wird dort für verschiedene Kundenmagazine und Webprojekte schreiben. Sie war zuvor bei der WAZ Women Group in Ismaning als Redakteurin im Ressort Aktuelles für die "Neu Welt" tätig. **Jürgen Preusker** (35) kommt als Online-Projektmanager zu move:elevator in Dresden. Zuvor hat der erfahrene Web-Entwickler mit einem eigenen Designbüro Web-, Print- und Grafikprojekte betreut.

Personalien compact - Unternehmen (13) (19.KW-2012)

01: **Genevieve Picard** wird zum Director of Corporate Communications der Luxushotelgruppe Jumeirah mit Sitz in Dubai ernannt. **Katerina Dixon** tritt als Director of Communications für die Hotels und Resorts in Dubai an. Picard übernahm 2007 bei Jumeirah die Rolle als Corporate Communications Manager und stieg 2010 zum Director of Communications auf. Dixon wechselt von der InterContinental Hotels Group (IHG) zu Jumeirah, wo sie sechs Jahre die Position als Director of Marketing und Communications inne hatte.

02: **Hans-Wilhelm Eckert** (46) ist neuer Leiter Corporate Communications bei der Baader Bank in Unterschleißheim. Der frühere heller & partner Berater kam im Oktober 2011 von der BayernLB, wo er elf Jahre in verschiedenen leitenden Marketingpositionen tätig war. **Horst Bertram** (49) ergänzt den Bereich Corporate Communications, er

ist für die Pressekommunikation und ab Juli auch für Investor Relations zuständig. Der frühere Redakteur der Börsen-Zeitung war vor seinem Wechsel Leiter Investor Relations der BayernLB.

03: **Judith Schinnerl** (39) und **Michael Maillinger** (47) wurden zu Geschäftsführerinnen von Meta Communication International in Wien (AT) bestellt, gemeinsam mit dem geschäftsführenden Gesellschafter **Erich Pellech** leiten sie künftig das Unternehmen. Der Diplom-Journalist Maillinger wurde bereits im Herbst 2011 in die Geschäftsführung aufgenommen und ist in seiner neuen Funktion in erster Linie für den Bereich Vertrieb und Marketing zuständig. Schinnerl verantwortet die Redaktion und die nahestehenden Produktionsbereiche. Sie hat zuvor die Standorte in Deutschland, Schweiz und CEE und damit den internationalen Workflow der Unternehmensgruppe aufgebaut und professionalisiert. Der bisherige Mit-Geschäftsführer **Heinz Spremberg** hat Meta Communication verlassen und ist für das Unternehmen beratend tätig.

04: **Mirko Kormannshaus** (34) ist Head of Corporate Communications bei der Textil-Börse Vertrieb und Produktion in Berlin und leitet damit die nationale und internationale Kommunikation sowie die Abteilungen PR, Marketing, CSR und Design des Unternehmens. Zuvor war er seit Oktober 2008 Referent für Kommunikation und Bildung in der Bundesgeschäftsstelle des Gemeindejugendwerk (GJW) in Wustermark.

05: **Lars Knuchel** (47) leitet als Sprecher die Unternehmenskommunikation der Industriellen Werke Basel (IWB). Zuvor war er seit 2008 Informations-Chef des Eidgenössischen Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA) in Basel (CH). Knuchel folgt auf **René Kindhauser**, der in den Ruhestand gegangen ist.

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

06: **Thomas Hauser** (44) wird am 15. Mai Leiter Corporate Marketing & Communications und Unternehmenssprecher der Mediengruppe Pressedruck in Augsburg. Er war zuvor seit Oktober 2002 Leiter Marketing und Kommunikation und Sprecher des Drucksystemherstellers manroland in Offenbach. **Kai Löbert** wird stellvertretender Leiter Gruppenkommunikation und Event der Mediengruppe Pressedruck. Der frühere PR-Berater ist seit Juni 2007 in der Kommunikation des Unternehmens tätig.

07: **Gregor Hintz** (35) hat die neu geschaffene Position des Leiters Marketing und Kommunikation bei MFB MeinFernbus in Berlin übernommen. Er war zuvor seit Februar 2004 Berater der Kommunikationsberatung Leipziger & Partner und von Juli 2010 bis zur Auflösung der Agentur im Mai 2011 deren Geschäftsführer.

08: **Katrin Schaupp** (39) ist als Pressereferentin für den Kieler Reiseveranstalter Gebeco tätig. Sie war zuletzt Referentin für Presse- & Öffentlichkeitsarbeit

bei Regiocast in Kiel und in dieser Funktion für die interne und externe Kommunikation der drei privaten Radiosender in Schleswig-Holstein verantwortlich.

09: **Simone Leyendecker** (27) ist Referentin Corporate Communications/PR bei dem E-Mail-Sicherheitsanbieter eleven in Berlin und verantwortet die Pressearbeit des Unternehmens in der DACH-Region. zuvor war sie seit Februar 2011 PR-Beraterin bei Aperto in Berlin

10: **Max Müller** (36) ist neuer Bereichsleiter Unternehmenskommunikation der Rhön-Kliniken in Bad Neustadt. Er kommt von dem Pharmahändler Celesio, wo er seit Januar 2008 als Cheflobbyist tätig war.

11: **Melanie Wolf** (39) übernimmt am 1. Juni die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der MTU Aero Engines Holding in München. Sie kommt von dem Hubschrauberhersteller Eurocopter, einer Tochter des europäischen Luft- und Raumfahrtkonzerns EADS, in Donauwörth wo sie seit Dezember 2009 als Pressesprecherin für die deutsche Unternehmenskommunikation zuständig war. Wolf folgt bei MTU auf **Odilo Mühlhling**, der zum 31. Mai in den Ruhestand geht.

12: **Hubert Bennecker** (51) leitet als Head of Marketing Communications/PR die Abteilung Marketingkommunikation und PR bei dem Wirtschaftsinformationsdienst D&B Deutschland in Darmstadt und verantwortet Marketing sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Der studierte Verfahrenstechniker kommt von der Kommunikationsagentur dietzk in Schwalbach am Taunus, für die er seit 2005 als Partner tätig war.

13: **Gunnar Lahmann** (40) ist neuer Leiter Marketing bei More Radio in Hamburg. Der



Kommunikationswirt kommt von RMS Radio Marketing Service, wo er seit Dezember 2008 die Leitung der Unternehmenskommunikation hatte.

Personalien compact - Sonstige (11) (19.KW-2012)

MEDIEN:

01: **Uli Baur** (56), Chefredakteur des Nachrichtenmagazins "Focus" gibt seinen Posten ab und wird zusammen mit **Helmut Markwort** Herausgeber. Von 1993 bis 2004 war er stellvertretender Chefredakteur des "Focus" und seit 2004 Chefredakteur des Magazins, anfangs gemeinsam mit Markwort bzw. Wolfram Weimer, seit Juli 2011 in alleiniger Verantwortung. **Jörg Quoos** (48) wird am 1. Januar 2013 neuer Chefredakteur an der Spitze des "Focus". Von 1997 bis 2001 war er stellvertretender "Bild"-Chefredakteur für Politik und Wirtschaft, von 2001 bis 2004 Mitglied der Chefredaktion von "Bild" und "Bild am Sonntag", bis er dann 2004 Stellvertretender Chefredakteur von **Kai Diekmann** wurde. → burda-news.de

02: **Susanna Heim** und **Christine Kunovits** leiten ab dem 1. Juni den neu geschaffenen Unternehmensbereich Corporate Publishing der Migros-Medien in Zürich (CH). Heim ist seit Oktober 2008 Chefredakteurin des Nachhaltigkeitsmagazins "Vivai", Kunovits ist seit Januar 2005 Chefredakteurin des Kochmagazins "Saisanküche". Neben den hauseigenen Printprodukten soll die Corporate-Publishing-Abteilung vermehrt auch Publikationen externer Kunden betreuen.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

03: Der Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS) hat ein neues Präsidium. **Caroline Waldeck**, Referatsleiterin für Reden, Texte und Strategische Planung im Bundesfamilienministerium, wurde zur neuen Schatzmeisterin gewählt. Sie übernimmt das Amt von **Joachim Lang**. Nachfolgerin von **Natja Denk** als Schriftführerin wird die Berliner Public-Affairs-Beraterin und Medientrainerin **Jacqueline Schäfer**. Im Amt bestätigt wurden der Kommunikationsberater **Vazrik Bazil** als Präsident wie auch **Harald Prokosch** als Vizepräsident. Der Bonner Journalist und Redenschreiber **Claudius Kroker** wurde als Verbands- und Pressesprecher ebenfalls für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt. → vrdS.de

04: **Sven Aretz** verstärkt als Referent für Presse und Kommunikation die Geschäftsstelle der German Facility Management Association (GEFMA) in Bonn, Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist die Öffentlichkeitsarbeit für die Brancheninitiative "Facility Management - Die Möglichmacher" (MM). Zuletzt arbeitete er mehrere Jahre für eine PR-Agentur als Redakteur in den Bereichen Print, Online und Social Media.



05: **Dorothee Hutter** wurde anlässlich des Board Meetings der Global Alliance (GA) in Sao Paulo für weitere zwei Jahre als Vorstandsmitglied des Welt-PR-Verbands bestätigt. Die Vizepräsidentin der DPRG und Leiterin der Unternehmenskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) ist seit Juni 2010 Mitglied im GA-Vorstand.

06: **Thomas Petersen** (54) ist neuer Pressesprecher der Komischen Oper Berlin. Zuvor leitete er seit 1999 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Filmproduktion Ziegler Film in Berlin. Petersen folgt auf **André Kraft** (48), der Leiter Marketing & Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung der Komischen Oper geworden ist.

07: **Michael Brosig** (43) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Stabsstelle Hochschulkommunikation an der Hochschule Ingolstadt. In den letzten fünf Jahren arbeitete er als Pressereferent bei der Informationszentrale der Bayerischen Wirtschaft, die die Öffentlichkeitsarbeit der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft betreut. Brosig folgt auf **Christian Müller**, der Anfang des Jahres in das Bayerische Wirtschaftsministerium gewechselt ist.

08: **Andreas Keller** hat die Leitung der Kommunikation der Seilbahnen Schweiz (SBS) in Bern (CH) übernommen und ist gleichzeitig Mediensprecher des Verbandes. Der Journalist war in den letzten zehn Jahren Verantwortlicher des Ressorts Kommunikation/Marketing bei dem Spitex Verband Schweiz in Bern (CH). Keller tritt die

Nachfolge von **Roman Weissen** an, der den SBS infolge seiner Pensionierung verlässt.

09: **Torsten M. Haring** (46) ist neuer Pressesprecher des American Football Clubs Bielefeld Bulldogs. Der frühere Redaktionsleiter ist seit Oktober 2008 als freiberuflicher Autor und Journalist aktiv.

10: **Andreas Hugli**, Managing Partner der BPRA-Mitgliedsagentur Furrer.Hugli&Partner in Bern (CH), wurde in den Vorstand des Schweizer Branchenverbandes der PR- und Kommunikationsagenturen gewählt. Er folgt damit auf **Eliane Birchmeier**.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

11: **Daniel Bach** (44) übernimmt die Leitung der Abteilung Kommunikation und Kampagnen des Schweizerischen Bundesamtes für Gesundheit in Bern (CH). In dieser Funktion tritt er auch der Geschäftsleitung bei. Der frühere Redakteur von "Zürcher Unterländer" und "Tages-Anzeiger" ist derzeit Leiter externe Kommunikation der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB) in Bern (CH).

Etats

Hill+Knowlton Strategies kommuniziert olympisch

In genau 74 Tagen werden die 30. Olympischen Sommerspiele in London eröffnet. In Vorbereitung dieses weltweit größten Sportevents unterstützt die internationale Kommunikationsagentur Hill+Knowlton Strategies das Organisationskomitee der Olympischen und Paralympischen Spiele in London 2012. Zu den von H+K konzeptionierten

Kommunikationsaktivitäten zählten länderspezifische Media-Relations-Programme während der Besuche von Sebastian Coe in verschiedenen Staaten auf allen Kontinenten. Der Präsident des Organisationskomitees reiste zwischen Dezember 2011 und Mai 2012 zu Hintergrundgesprächen in die sportbegeistertsten Länder der Welt. Auch das olympische Komitee der USA hat H+K beauftragt – in diesem Fall besteht die Aufgabe in der Vermarktung des US-Olympia-Teams in Großbritannien.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (13) (19.KW-2012)

01: Vario BüroEinrichtungen, Liederbach am Taunus
was: Unternehmenskommunikation, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **Orca im Hafen**, Hamburg

02: Seri Chenang Resort & Spa, Langkawi (MY)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Neueröffnung des Fünf-Sterne Resorts
 an: **WeberBenAmmar PR**, Bad Soden/Taunus

03: Bläuel Greek Organic Products Pyrgos-Lefktrou, Messinia (GR)
was: Markenentwicklung, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
 an: **modem conclusa**, München

04: Initiative "Burschenschafter gegen Neonazis", Bonn
was: Kampagne "Stoppt Nazis in Burschenschaften" mit PR, Werbung, Public Affairs
 an: **pronomos**, Hamburg

05: KFC Deutschland, München
was: Social Media-Etat
 an: **Serviceplan Public Relations**, Düsseldorf

06: MLP, Wiesloch
was: *Konzeption, Planung und Durchführung der Roadshow "MLP Surfin' Tour" in 36 deutschen Hochschulen*
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart

07: Dr. Manuel E. Cornely, Düsseldorf
was: *Öffentlichkeitsarbeit*

08: CareTrialog by Tanja Ehret, Hamburg
was: *B2B Kommunikation*

09: Aronia Original Naturprodukte, Dresden
was: *B2C Kommunikation*

10: Doetsch Grether, Lörrach
was: *Unternehmens- sowie die Produkt-Kommunikation der drei Marken fenjal, Mum und Gard*
an: **lottmann pr**, Düsseldorf/Berlin/Hamburg

11: Fachverband Sanitär-, Heizung- und Klimatechnik Hessen (SHK Hessen), Gießen
was: *Öffentlichkeitsarbeit und PR-Aktivitäten*
an: **uphoff pr & marketing**, Marburg

12: Towers Watson, Lausanne (CH) / Zürich (CH)
was: *Beratung bei strategischen Kommunikationsfragen und Unterstützung der Medienarbeit*
an: **open up**, Zürich (CH)

13: Verband der PSD Banken, Bonn
was: *Social-Media-Etat, Content-Erstellung für den Social-Media-Auftritt aller angeschlossenen Institute*
an: **achtung!** (GPRA), Hamburg

14: Schlumberger, Wien (AT)
was: *Events und Medienarbeit für die Marken White Secco und Hugo*
an: **PRfact**, Zürich (AT)

15: Johnson & Johnson Deutschland, Neuss
was: *Compeed-Blasenpflaster-Aktion für Teilnehmer der RTL-Show "Lets Dance"*

anlässlich des Welttanztages
an: **agentur05**, Köln

16: Payone, Kiel
was: *Konzeption und Umsetzung von Unternehmens- und Produkt-PR sowie Beratung im Bereich Social Media*
an: **TDUB Kommunikationsberatung**, Hamburg

Branche

DPRG setzt Zeichen für die Nachwuchsförderung

Mit überwältigender Mehrheit stimmte die 53. Mitgliederversammlung der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) einem Antrag des Bundesvorstands und des Facharbeitskreises Junioren für die Verankerung der Nachwuchsförderung in der Satzung zu. Damit gibt der Berufsverband für PR- und Kommunikationsfachleute seinen Aktivitäten für Young Professionals nun auch einen formalen Rahmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (11) (19.KW-2012)

01: **Die Medien-, IKT- und Kreativbranchen der Hauptstadtregion sind auf Expansionskurs.** Das ist das Ergebnis des aktuellen medien.barometers, des jährlichen Geschäftsklimaindex von Medienboard und media.net berlinbrandenburg auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage. Demnach plant fast die Hälfte (44 Prozent) der 341 befragten Unternehmen in den kommenden Monaten Neueinstellungen. Vor allem die interaktiven Branchen bauen aus: 81 Prozent der Internet/Web 2.0-Unternehmen und 61 Prozent der

Games-Unternehmen wollen 2012 neue Mitarbeiter/innen einstellen. → medienboard.de

02: lottmann pr feiert zehnjähriges Bestehen:

Die Geschichte beginnt im Mai 2002, als Anja Lottmann ein erstes Büro in Düsseldorf gründet. Drei Jahre später folgte das zweite Büro in Berlin unter Federführung von Schwester Andrea. 2011 wird ein weiteres Büro in Hamburg eröffnet. Auch das Kundenspektrum hat sich mit der Zeit vergrößert, heute betreut die Agentur namenhafte Kunden aus der Lifestyle- und Konsumgüterbranche. → lottmann-pr.de

03: Grayling Pulse ist eine globale Studie zu aktuellen und zukünftigen Trends in der PR.

Dazu werden Kommunikationsprofis in Unternehmen, Organisationen und Agenturen weltweit vierteljährlich befragt. Alle Teilnehmer erhalten regelmäßig die Ergebnisse dieser globalen Momentaufnahmen. Die Frist für die Teilnahme an der ersten Umfrage ist der 18. Mai. Hier geht es zum Onlineformular. → grayling.com

04: "Statements" ist der Name einer neuen PR-Agentur, die von Silvana Lins (38) in Wien (AT) gegründet wurde. Die PR-Expertin mit dem Schwerpunkt Finanzmarktkommunikation und Krisenmanagement war zuletzt Senior Consultant bei Grayling und zuvor unter anderem Pressesprecherin für Zentral- und Osteuropa bei der Bank Austria/UniCredit Group. Statements agiert als eine Full-Service-Agentur im PR-Bereich, ein zusätzlicher Schwerpunkt ist das Kommunikationstraining. → statements.at

05: Bei den 18. Communicator Awards sicherten sich fünf Unternehmensmedien von Hoffmann und Campe Corporate Publishing (Ganske Verlagsgruppe) in Hamburg den begehrten Award of Excellence (Gold). Awards of Excellence gewannen das "Evonik-Magazin", "concepts by Hochtief" und "new spaces"

(Gaggenau Hausgeräte) in der Kategorie "Magazine – Corporate" sowie der Imagefilm von Hoffmann und Campe Corporate Publishing in der Kategorie "Film/Video – Corporate". "The Mini International" holte sich einen Award of Excellence in der Kategorie "Magazine – Consumer". → hoffmann-und-campe-corporate-publishing.de

06: Die Mitgliederversammlung des Bundes der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA) nimmt mit PR-Schwegler eine weitere PR-Agentur als Neumitglied auf.

PR-Schwegler ist seit ihrer Gründung im Jahr 1987 ausschliesslich auf den Bereich Gesundheit/Medizin spezialisiert und betreut hauptsächlich Pharmafirmen, Kliniken und Spitäler. Die Agentur steht unter der Leitung von Peter R. Schwegler und Sonia Fröhlich de Moura. → bp.ra.ch

07: Der Verband kommunaler Unternehmen (VKU) in Berlin setzt seine erfolgreiche Stadtwerkekampagne fort.

Unter dem Motto „Meine Stadtwerke. Gemeinsam stark.“ beteiligen sich in diesem Jahr wieder über 100 Unternehmen, um in gemeinsamen Aktionen auf die Vorteile kommunaler Energieversorger aufmerksam zu machen. In der bundesweiten Auftaktveranstaltung wurde am Berliner Hauptbahnhof eine Lokomotive im Kampagnendesign auf die Reise geschickt. Ihre Botschaft: Die Energiewende beginnt vor Ort und die Stadtwerke können diese mit den Bürgern gemeinsam umsetzen. → vku.de

08: PRfact in Zürich (CH) hat als Neumitglied des Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA) im April das Assessment für die Erstzertifizierung des Consultancy Management Standard erfolgreich bestanden.

Der CMS II ist eine international anerkannte Qualitätszertifizierung für PR-Agenturen der international Communications Consultancy Organisation (ICCO). Im Zertifizierungsprozess werden Aspekte wie Organisation, Führung, Planung, Wirtschaftlichkeit,

Kundenzufriedenheit und Fachkompetenz geprüft. Wichtige Elemente in der Agenturführung wie Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden, solides Projektmanagement und effiziente Agenturprozesse werden mit CMS laufend weiterentwickelt. → prfact.ch

09: **F&H Porter Novelli in München wurde in diesem Jahr zum wiederholten Mal vom Holmes Report zum Arbeitgeber des Jahres ernannt.** Ebenfalls ausgezeichnet wurden drei Kampagnen der PR-Agentur mit dem Communicator Award in der Kategorie "Integrated Campaign". Für ein Journalistenevent

Medien

Nachrichtenagenturen mahnen Blogger ab

David Gall schreibt aus Überzeugung. Vor 17 Jahren hat er "Hagalil" gegründet, die größte deutschsprachige Internetseite zum Judentum. Heute lebt Gall von und für Hagalil. Sein Ziel ist es, antisemitischen Texten im Internet Informationen entgegenzusetzen. An Klagen von Rechtsextremen hat Gall sich gewöhnt. Dass jetzt aber von ganz anderer Seite Unheil droht, erschüttert ihn: "Hinter uns steht ja keine Organisation, nicht einmal ein Verlag, sondern nur unser Engagement, die Erkenntnis, dass man was machen kann und es machen muss, und es eben auch macht. Dass man damit aber so angreifbar wird und manchmal so alleine mit solchen Forderungen steht, das macht einen natürlich auch ein bisschen bitter."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (8) (19.KW-2012)

01: **Die Tageszeitung nicht aus dem Briefkasten fischen, sondern täglich online bekommen.** Das ist in Deutschland immer noch die Ausnahme. Anders in den USA: Dort ist der New York Times gelungen, wovon Zeitungsmacher hier träumen. Inzwischen lesen mehr als 800.000 Menschen die Zeitung auf ihren Smartphones, Tablets oder Laptops - erstmals mehr als auf Papier. Und das obwohl die Leser dafür zahlen müssen. Umso erstaunlicher, dass es bei uns immer noch soviel Unwissen und Unwillen gegenüber dieser neuen Form des Journalismus gibt. NDR-Medienmagazin "Zapp" über "Verleger verschlafen Online-Entwicklung". → ndr.de

02: **Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) begrüßt die aktuelle Initiative zahlreicher Künstler und Autoren für den Erhalt des Urheberrechts.** "Ein wirksamer Schutz des geistigen Eigentums ist eine der unverzichtbaren Grundlagen der journalistischen Berufsausübung", stellte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken fest. Es sei begrüßenswert, wenn sich namhafte Künstler für das Urheberrecht einsetzten. Anlass ist die am 10. Mai bekannt gemachte Kampagne "Wir sind die Urheber!", die von über 100 bekannten Künstlern gestartet wurde. Der DJV-Vorsitzende forderte dazu auf, den Kampagnenaufwurf auf der Homepage www.wir-sind-die-urheber.de zu unterzeichnen. → djv.de

03: Unter der Schirmherrschaft von Bundesratspräsident Horst Seehofer wurden **im Rahmen des Schülerzeitungswettbewerbs der Länder Deutschlands beste Schülerzeitungen geehrt.** Bereits zum neunten Mal veranstaltet die Jugendpresse Deutschland zusammen mit den obersten Schulbehörden der Länder den Wettbewerb. In diesem Jahr wurden 31 Schülerzeitungsredaktionen in verschiedenen Schularten und zusätzlichen Sonderpreiskategorien

ausgezeichnet. Mehr als 2.000 Publikationen hatten an dem Wettbewerb teilgenommen. → schuelerzeitung.de

04: Auch in diesem Jahr wird der Georg von **Holtzbrinck Preis für Wirtschaftspublizistik**, der **Preis zur Förderung der journalistischen Qualität im Bereich der Wirtschaftsberichterstattung**, in den Kategorien Print, Elektronische Medien, Online und Nachwuchs ausgelobt. Prämiert werden herausragende Reportagen, Analysen, Kommentare und journalistische Formate aus dem Wirtschafts- und Finanzleben. Entscheidend ist dabei die kompetente, differenzierte, lebendige und allgemein verständliche Vermittlung komplexer Themen aus der Welt der Wirtschaft. Bewerbungsschluss ist der 2. Juli. → vf-holtzbrinck.de

05: **Mehr Frauen in Führungspositionen. Das war die zentrale Forderung der DJV-Tagung "Frau macht Medien"** am 10./11. März in Köln. Besonderes Gewicht erhielt sie durch die Initiative zahlreicher Publizistinnen, die sich öffentlich für mehr Frauen in den Chefetagen von Verlagen und Sendern stark gemacht hatten. Und EU-Kommissarin Viviane Reding gab sich bei FRAU MACHT MEDIEN die Ehre und schloss sich den Forderungen nach mehr Chancengleichheit im Journalismus an. Die 150 Teilnehmerinnen verabschiedeten in Köln eine Resolution, die an ihrer Entschlossenheit keine Zweifel ließ: "Wir fordern den gerechten Anteil an Positionen auf allen Beschäftigungsebenen." → djv.de

06: Am 10. Mai fand im Berliner Axel-Springer-Haus zum 21. Mal die **Verleihung des Axel-Springer-Preises für junge Journalisten** statt, die bedeutendste Auszeichnung für Nachwuchsreporter im deutschsprachigen Raum. Vor rund 400 geladenen Gästen aus Medien,

Kultur und Politik zeichneten die vier unabhängigen Juries in den Kategorien Print, Fernsehen, Hörfunk und Internet zwölf Beiträge aus. Im Rahmen des Axel-Springer-Preises für junge Journalisten ehrte die Axel Springer Akademie die niederländische Publizistin Ayaan Hirsi Ali. Sie erhielt den "Axel-Springer-Ehrenpreis" für ihren Mut und ihre der Freiheit verpflichteten Haltung als Frauenrechtlerin und Islamkritikerin. → axel-springer-preis.de

07: **Der Verlag Gruner + Jahr und das magazin "Stern" haben zum achten Mal den Henri Nannen Preis vergeben**, mit dem die Bestleistungen im deutschsprachigen Print- und Onlinejournalismus ausgezeichnet werden. Die insgesamt 22 Preisträger wurden im Rahmen einer festlichen Veranstaltung im Deutschen Schauspielhaus Hamburg vor rund 1.200 prominenten Gästen aus Medien, Kultur, Politik und Wirtschaft geehrt. Der Henri Nannen Preis 2012 sollte gehen an Stefan Willeke (Reportage), Kai Löffelbein (Fotoreportage), Ferry Batzoglou, Manfred Ertel, Ullrich Fichtner, Hauke Goos, Ralf Hoppe, Thomas Hütlin, Guido Mingels, Christian Reiermann, Cordt Schnibben, Christoph Schult, Thomas Schulz, Alexander Smoltczyk (Dokumentation), Nikolaus Harbusch, Martin Heidemanns (Investigation), Hans Leyendecker, Klaus Ott, Nicolas Richter (Investigation), Niklas Maak (Essay). → henri-nannen-preis.de

08: **Hans Leyendecker, einer der Ausgezeichneten, lehnte den Empfang des Henri-Nannen-Preises ab.** Dass "Bild" den Preis bekommen sollte, nannte er einen Kulturbruch. Ob Europas größtes Boulevardblatt für seine Berichterstattung über die Wulff-Affäre mit einem der renommiertesten deutschen Journalistenpreise geehrt werden sollte, hatte bereits Wochen vor der Verleihung für Diskussionen gesorgt. Die Entscheidung der Jury, den Preis zu splitten und neben "Bild" auch die "Süddeutsche Zeitung" auszuzeichnen, sah nach dem Versuch aus, die hitzige Debatte mit einem Kompromiss

beizulegen - was Leyendecker durchkreuzte. Jetzt steht die Zusammensetzung der Jury zur Disposition: Statt Chefredakteure sollten Medienexperten künftig über die Preisträger entscheiden, lautet ein Vorschlag.

→ djv.de

Social Media

Deutscher Preis für Onlinekommunikation 2012: elbkind ist Agentur des Jahres

Am Abend hat das Magazin Pressesprecher die Gewinner des Deutschen Preises für Onlinekommunikation bei der Verleihung des Preises im Berliner Kino International gekürt. Die Auszeichnung als Agentur des Jahres erhielt elbkind.

Eine Jury bestehend aus Persönlichkeiten der Kommunikationsbranche, darunter Vertreter aus Wissenschaft und Forschung, Unternehmenskommunikation und Online-PR bestimmten die Preisträger unmittelbar zuvor in einer Jurysitzung.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (6) (19.KW-2012)

01: **Facebook testet bezahlte Highlight-Funktion privater Statuts-Updates.** → Zum Artikel bei techcrunch.com

02: **Das neue Online-Monitoring-Tool wbpr web control** richtet sich speziell an Mittelstand-Unternehmen, die mit schmalen Mitteln relevante Diskussionen über ihre Produkte und Marken im Web und in sozialen Medien überblicken möchten. → Zum Tool [wbpr web control](http://wbpr.webcontrol)

03: **Social Media-Kommunikation in China** stellt Unternehmen aus dem Ausland vor neue Herausforderungen im Umgang mit digitaler Kommunikation in chinesischen Märkten. Was Unternehmen beim Social Media-Marketing in China beachten müssen, erklärt das neue Weißbuch, das von MSL China in Zusammenarbeit mit renren.com, dem größten chinesischen sozialen Netzwerk, veröffentlicht wurde. → Zum Weißbuch bei slideshare.net

04: **Ford setzt beim Launch seines neuen Modells B-MAX ganz auf Social Media.** PeerPerks, eine Plattform für Social Media Influencer Marketing, identifiziert für den Automobilhersteller die einflussreichsten Nutzer von Social-Media-Plattformen. Diese bekommen ein Geschenk zum Launch des neuen Modells überreicht: Eine 3D-Holographie mit dem neuen Ford-Modell. → Zur Plattform PeerPerks.com

05: **Facebook kurbelt die Wirtschaft an:** 71 Prozent der deutschen Unternehmen sehen durch ihre Facebook-Präsenz ein "signifikantes Gewinnpotenzial", ergibt eine McKinsey-Befragung. Doch erst zehn Prozent der Befragten erzielen bislang tatsächlich höhere Erlöse. → Zum Artikel bei Focus.de, zur Studie "[Turning buzz into gold](http://Turning Buzz into Gold)"

06: **Vor Börsengang: Facebook startet App-Center.** Auf einer Extra-Seite sollen Nutzer Apps kaufen und herunterladen können. Auch für Smartphones und Tablets soll der Shop geeignet sein. → Zum Artikel bei Meedia.de

Reputation Management

What's in a name? Die Reputation der DAX-Werte

(cw) Der Artikel "What's in a name?" in "The Economist" löste am 21. April eine lebhafte

Diskussion auf den unterschiedlichen SocialMedia-Plattformen aus. Anlass war das Statement des Autors, dass sich Unternehmen weniger um ihre Reputation scheren sollten - besser wäre es vielmehr, sich durch gute Produkte und Services auszuzeichnen. Als Beispiele wurden die Zigaretten-Industrie sowie Ryanair genannt, die trotz schlechter Reputation guten Profit machen. „If you do your job well, customers will say nice things about you and your products“, so die Kernaussage. Nicht nur, sondern auch ...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie Lebensmittelunternehmen Vertrauen und Reputation aufbauen

Keine Branche ist so sehr auf eine gute Reputation und das Vertrauen der Menschen angewiesen wie die Ernährungswirtschaft. Dabei ist ihr Bild in der Öffentlichkeit verzerrt: Nicht der Wert von Lebensmitteln, nicht die Kompetenz und Verantwortung dieser bedeutenden Branche stehen im Fokus, sondern zahllose Krisen, Skandale und Vorwürfe. Was macht Lebensmittelunternehmen in Krisen widerstandsfähiger? Wie können sie konkret Glaubwürdigkeit und Vertrauen aufbauen? Wie werden aus Getriebenen, die in Krisen regelmäßig zum Spielball anderer werden, selbstbewusste Akteure? Welche Voraussetzungen müssen sie erfüllen, um eine gute Reputation zu erreichen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation compact (3) (19.KW-2012)

01: **Fachkongresses „OpRisk Forum 2012“ in Köln:** Reputationsmanagement im Unternehmen kommt die Aufgabe zu, Reputationsrisiken in einem gezielten Prozess zu identifizieren, zu

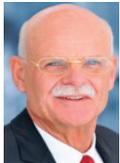
messen und zu steuern. Es ist eine Binsenweisheit, dass ein Unternehmen Jahre benötigt, um eine positive Reputation aufzubauen, diese aber innerhalb weniger Sekunden zerstört werden kann, denn die Reaktion der Stakeholder ist in der Regel emotional gesteuert, wenn Vertrauen enttäuscht wird. [Hier online auf der Seite "Risiki Manager" weiterlesen.](#)

02: Rainer Sprengel, Leiter des Operational & Reputational Risk Managements bei der WestLB, Düsseldorf beim vorstehend genannten Kongress: „In der Bank müssen generell alle kunden- und produktbetreuenden Bereiche im In- und Ausland Reputationsrisiken im Finanzierungsprozess berücksichtigen **und das Reputational Risk Management einschalten**. Auch nachgelagerte Bereiche, wie z.B. die Kreditanalyse, können einen RepRisk-Prozess auslösen.“

03: Als Regierungschefin führt Merkel **eine Koalition, deren öffentliche Reputation nach zweieinhalb Jahren sogenannten Regierungshandelns auf dem Tiefpunkt angelangt ist**. Schwarz-Gelb hat als politische Projektionsfläche für große Teile des Bürgertums ausgedient. Selbst glühende Vertreter der "Wunschkoalition" räumen das inzwischen ein. Langsam dürften den Merkel-Verstehern die Argumente ausgehen. Für die Strategen im Kanzleramt geht es in den kommenden Monaten nun darum, die Lücke zwischen persönlicher Popularität und Parteiwert nicht zu groß werden zu lassen. Die Europapolitik ist die Schnittstelle. Kaum einer rechnet damit, dass die Schuldenkrise bis zur Bundestagswahl abgeklungen sein könnte. Angela Merkel soll daher bis zuletzt als verlässliche Krisenmanagerin positioniert werden. (Quelle: ["Rheinische Post online" vom 14. Mai](#))

Schebens Karriererat

Aller Anfang ist schwer?



Die Bewerberin ist Mitte 20, sieht gut aus, spricht fünf Sprachen, hat beste Ausbildungsabschlüsse, zeigt sich selbstbewusst und engagiert. Nur einen Job hat sie bislang nicht

gefunden. Wie das? Sie bewirbt sich initiativ als Trainee und reagiert auch auf Stellenangebote, die für sie Sinn zu machen scheinen. Sei es im Marketing von Produktionsunternehmen diverser Branchen, sei es im Hotelgewerbe oder bei Reiseunternehmen. Sie wird nicht einmal zu persönlichen Vorstellungsgesprächen eingeladen. Warum nicht?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Frühlingsboten im Trio - Morchel-Spargel-Ragout mit Bärlauch

(nsb) Den Namen verdanken sie vermutlich ihrem Aussehen. Ihren ausgezeichneten Ruf haben sie wegen ihres großartigen Geschmacks. Und der hohe Preis erklärt sich durch ihre Lebensweise. Denn Morcheln lassen sich nur schwer züchten. Zwischen Mitte März und Mitte Juni finden Sammler sie in Auwäldern bei Eschen, aber auch in kalkigen Höhen bei Fichten oder in Parkanlagen nahe von Rhododendron-Büschen. Und manchmal wachsen sie massenhaft im eigenen Garten, denn im Fichten-Rindenmulch sind nicht selten Sporen der leckeren Pilze enthalten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

“Exstasy and Agony of Steve Jobs” – ein vermeidbarer CSR-Skandal?

Ein Autorenbeitrag von Holger Dewitz, PR-Berater, Stuttgart (hd@imkasten.de)

„Jede Geschichte ist erst dann erzählt, wenn sie die schlimmstmögliche Wendung genommen hat“ (Friedrich Dürrenmatt)

Wochenlang untersucht im Frühjahr 2012 die Fair Labor Association (FLA) im Auftrag von Apple die Arbeitsbedingungen bei Zulieferer Foxconn. Als der Auditbericht am 29. März 2012 erscheint, weiß Apple-Boss Tim Cook bereits was ihn erwartet. Er hat den Zulieferer Foxconn persönlich ausgesucht. Das offizielle Ergebnis: miserable, teils illegale Arbeitsbedingungen. Die vorhersehbare Blamage wäre dem Nachfolger von Steve Jobs wohl erspart geblieben, wenn Apples Reputationsmanagement und Krisenkommunikation einer konsistenten Strategie gefolgt wäre. Statt sich von einem professionellem Geschichtenerzähler treiben zu lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Unsinn manipulierter Online-Kommentare

Ein Autorenbeitrag von Julia Kaiser, Studiengang Kommunikationswissenschaft, Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Das Magazin AUTO VIDEO FOTO BILD veröffentlichte jüngst einen neuen Bericht über gefälschte Kundenrezensionen im Internet (Ausgabe 6/2012). Bis zu 30 Prozent aller Online-Kommentare sollen demnach gefälscht sein, zum Teil verfassen spezielle Agenturen gegen Bezahlung falsche Rezensionen zu Produkten und Dienstleistungen. Der Trend ist steigend, das Thema scheint also an Bedeutung zuzunehmen,

aber sind die Manipulationen für die beauftragenden Unternehmen wirklich sinnvoll?
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (9) (19.KW-2012)

01: Die Social Media Akademie (SMA) in Mannheim kündigt ein erweitertes Lehrgangsangebot an. Ab sofort können sich Interessenten zu den beiden neuen Lehrgängen Online Marketing Manager SMA sowie Online Redakteur/Content Manager SMA anmelden. Beide Angebote sind komplett neu aufgelegt und zeichnen sich daher durch die Aktualität der Themen, praxisnahe Lernaufgaben sowie renommierte Dozenten aus. Mit dabei sind hochkarätige Experten wie Thomas Knüwer, Nico Lumma oder Philipp von Stülpnagel und viele weitere bekannte Szene-Größen. Auch die neuen Lehrgänge basieren auf der bewährten „social learn methode®“ und bieten das anerkannte SMA-Zertifikat bei bestandem Abschlusstest.
 → socialmediaakademie.de

02: Bereits seit 2007 engagiert sich Jäschke Operational Media (JOM) in Hamburg für den Nachwuchs in der Marketing, Kommunikations- und Mediabranche. Durch die JOM-Stipendien an der Universität Hamburg wurden bis heute bereits mehr als 30 Studenten durch diese Form des Bildungssponsorings unterstützt. JOM übernimmt auch im nun letzten offiziell kostenpflichtigen Semester 2012 die Zahlung der Beträge für ausgewählte Studierende im Rahmen der Stipendien. Das Bewerbungsverfahren für die JOM-Stipendien an der Universität Hamburg läuft noch bis 21. Mai.
 → jomhh.de

03: Am 25. Mai geben die Fachbereiche Marketingkommunikation und Kommunikationsdesign der design akademie berlin einen Einblick in das laufende Semestergeschehen und aktuelle Praxisprojekte. Der Fachbereich Marketingkommunikation erwartet Besucher mit einem Marken-Erlebnis-Raum, in dem die Teilnehmer die Rolle der Kommunikation in der digitalen und realen Markenführung und im Brand Planning erleben können. Wer danach neugierig auf seine persönliche Eignung für Marketing- und Kommunikationsberufe geworden ist, kann das beim Blitzcheck "Passe ich in die Kommunikationsbranche?" herausfinden. → design-akademie-berlin.de

04: Die Weber Shandwick Academy empfing den 14-köpfigen Agenturnachwuchs zum Volontärseminar in Berlin. Vier Tage durchliefen die Teilnehmer das praxisorientierte Programm der agenturinternen Ausbildung. Den kreativen und strategischen Höhepunkt setzten traditionell die fortgeschrittenen Volontäre mit einer eigenen Pitch-Präsentation, für die sie zwei Wochen zuvor gebrieft worden waren. Der diesmalige Sieger kam aus dem Berliner Büro und durfte sich über eine Reise nach London freuen. → webershandwick.de

05: Wie sich Unternehmen und Organisationen mit ihrem Tun und der Kommunikation über CSR positionieren können, zeigt das Seminar von **burcom – Institut für Kommunikation** am 19. Juni in Köln auf. Es richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus Unternehmen sowie gemeinnützigen Einrichtungen, die für das gesellschaftliche Engagement verantwortlich sind oder bei Werbung oder PR damit konfrontiert. Inhalte des Seminars sind: Grundlagen (CSR-Nutzen, Handlungsfelder, Stellschrauben, strategischer Ansatz, Erfolgsfaktoren), Kommunikation und Reporting (Formen und Standards, Instrumente und adressengerechte

Medienplanung) sowie Praxisbeispiele erfolgreicher CSR-Maßnahmen. Details unter burcom.de

06: Als traditionsreiches Berufsbildungsinstitut ist es dem SPRI im Laufe der vergangenen vier Jahre gelungen, sich nahe am Markt zu positionieren und mit innovativen Ausbildungsprogrammen zum grössten Institut der Kommunikations-Weiterbildung in der Schweiz zu machen. Um angesichts der aktuellen Entwicklungen im Bildungsmarkt diese Position auch für die Zukunft zu sichern, hat sich der Stiftungsrat entschieden, eine Übertragung des Betriebs per 1. August auf die HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich zu prüfen. → spri.ch

07: Immer mehr Kommunikationsfachleute wollen mit Hilfe von Public Relations nicht nur die Bekanntheit des Unternehmens steigern, sondern auch die Vertriebsaktivitäten unterstützen und Neukunden gewinnen. Denn durch zielgruppengerechte Vertriebs-PR können Verkaufsthemen sehr viel glaubwürdiger vermittelt und damit potentielle Kunden erschlossen werden. Darüber erfahren Sie mehr in dem **Media Workshop-Coaching "Vertriebs-PR"** am 14. Mai in Hamburg. → media-workshop.de

08: Im Kölner Mediapark veranstaltet das Heidelberger Institut PR plus am 01. Juni einen Informationsnachmittag zum Ausbildungsangebot in PR, Kommunikation und Management. Zu Gast ist der Managing Director des Düsseldorfer Büros von Grayling, Stefan Kombüchen. Er wird mit einem Vortrag zum Ansatz der 360 Grad-Kommunikation einen Einblick in die Lehrinhalte der Kurse geben. Studieninteressenten oder Personalentscheider erhalten in den Räumen der Kölner Journalistenschule von PR plus-

Geschäftsführerin Christina Fischbach und Mitarbeiterin Simone Heinrich einen umfassenden Überblick über die beiden Master-Lehrgänge "PR und Integrierte Kommunikation" und "Kommunikation und Management" sowie das PR-Fernstudium zum akademischen PR-Berater. → prplus.de

09: Die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing in München (BAW) vergibt ein Stipendium für das berufsbegleitende Fachstudium Public Relations. Die Bewerbungsfrist endet am 30. Juni 2012. Bewerben können sich alle Mitarbeiter von Non-Profit-Organisationen, kulturellen und sozialen Institutionen. Der nächste Studienstart zum Fachwirt für Public Relations startet am 31. August an der BAW in München. Das berufsbegleitende Studium dauert zehn Monate. → baw-online.de

Studien

Zukunftsinstitut: Studie Good Marketing

Wann ist Marketing gut? Die einfache Antwort wäre: Wenn es zum Verkauf von Produkten und Services führt. Doch wie verkauft man heute? Im Dickicht von digitalen Irrwegen und individualisierten Konsumenten verläuft man sich schnell. Und so endet das gute alte Marketing. Und erfindet sich neu.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ketchum-Studie zeigt: Waschmaschine vor Smartphone – Deutsche stehen auf Technik im Haus

Technik muss einfach sein und das Leben leichter machen – das fordern Anwender weltweit laut Ketchum Digital Living Index 2012 von Smartphones, Tablets, Hausgeräten und Co. Doch

ihre Erwartungen werden nicht erfüllt, sagen mehr als drei Viertel der Befragten. Das ist ein Ergebnis der Studie, für die Ketchum und Ipsos rund 6.000 Personen in sechs Ländern befragten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

21 Krisenexperten, 21 Lösungen - Öffentlichkeitsarbeit in der Partizipationsgesellschaft

"Umgehungsstraße, Geflügelfarm oder Windpark - nicht in unserer Nachbarschaft!" Immer öfter treten Bürgerinitiativen und Verbrauchergruppen mit selbstbewussten Forderungen an die Öffentlichkeit. Für Konzernsprecher stellt sich die Frage: Wie funktioniert erfolgreiche "Öffentlichkeitsarbeit in der Partizipationsgesellschaft"? Antworten gibt die 6. Fachtagung Krisenkommunikation am 24. und 25. Mai in Berlin.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (3) (19.KW-2012)

01: Die Medienwelt wächst weiter zusammen. Die Grenzen zwischen den Mediengattungen verschwinden immer mehr. Alles ist digital und wird vernetzter, mobiler, offener. Welche Folgen hat diese Entwicklung für Politik (Open Government), Bürger (Open Data) und Privatsphäre (Facebook & Co.)? In welche Richtung werden sich Kommunikation, Information, Unterhaltung und Marketing verändern? Wie reagieren TV-Anbieter und Verleger auf diese massiven Veränderungen? Welche Chancen und Probleme erwarten uns in unserer neuen Medienwelt? Vom 18. bis 20. Juni 2012 gibt es Antworten, Anleitungen und

Austausch auf dem **24. Medienforum.NRW in Köln.** → medienforum.nrw.de

02: In den letzten Jahren ist es immer deutlicher geworden, dass die Professionalisierung von Public Affairs eine wesentliche Voraussetzung für die erfolgreiche Gestaltung dieses wichtigen Informations- und Wissensaustausches darstellt. Die **Tagung "Public Affairs in Berlin – Netzwerke, Formate und Strategien" der Quadriga Hochschule** Berlin am 28. und 29. Juni möchte zu dieser Professionalisierung beitragen, indem sie einen fundierten und aktuellen Überblick über Prozesse und Strukturen von Public Affairs in Berlin liefert und aufzeigt, welche Besonderheiten in der deutschen Hauptstadt zu beachten sind und wie sie zielführend für die Vertretung der eigenen Interessen genutzt werden können. → tagung-public-affairs.de

03: Ob Christian Wulff, UNICEF oder BP - ständig ist von verloren gegangenem Vertrauen, von Vertrauenskrisen, die Rede. Nicht nur einzelne Personen oder Organisationen erleben solche Vertrauenskrisen, ganze gesellschaftliche Teilsysteme, wie der Bankensektor sehen sich mit Vertrauensverlusten konfrontiert. Um sich dem Themenfeld zu widmen laden der **Lehrstuhl Öffentlichkeitsarbeit/PR der Universität Leipzig** und die AutoUni des Volkswagen Konzerns zur gemeinsamen **Tagung "Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft"** ein, die am 21. Juni im Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig und am 22. Juni in der AutoUni in Wolfsburg stattfindet. Ausführliche und aktuelle Informationen zur Konferenz finden Sie unter: oeffentliches-vertrauen.de

Tipps

Tipps compact (2) (19.KW-2012)

01: Ofischer communication, Köln fragte über 50 Fachpresseredakteure, über welche Präsente sie sich freuen würden und verrät die **sechs Geschenkfavoriten für jeden Anlass**. Geschenke sollen am besten mit Verstand ausgewählt werden. Das kann schnell zu einer Qual werden, vor allem dann, wenn man den zu Beschenkenden kaum kennt. Denn wer weiß schon von den Vorlieben und Hobbys seiner Geschäftspartner oder gar der Journalisten aus der Fachpresse? Damit Sie bei Medienvertretern mit Ihren Präsenten ins Schwarze treffen, fragte ofischer communication bei 53 von ihnen nach, über welche Präsente sie sich wirklich freuen würden. → ofischer.com

02: **Frauen und Marken**. Seit drei Jahrzehnten untersucht die **"Brigitte"-Forschung** diese besondere Beziehung. Die Anforderungen an Markenverantwortliche, das Verhältnis zwischen Frauen und "ihren" Marken zu knüpfen, zu pflegen und zu stärken, sind seither immer weiter gewachsen. Marken müssen das Vertrauen der Verbraucherinnen immer wieder neu gewinnen. Die richtige Ansprache und der Aufbau einer unverwechselbaren Markenpersönlichkeit entscheiden über den langfristigen Erfolg. Das zeigt die **aktuelle "Brigitte"-KommunikationsAnalyse** einmal mehr anschaulich. → ems.guj.de

Literatur

Zerfaß / Pleil: Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web

Ansgar Zerfaß und Thomas Pleil: "Handbuch Online-PR. Strategische Kommunikation in Internet und Social Web". UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz. 1. Aufl. Feb. 2012, 422 Seiten. Preis: 50

Euro. ISBN 978-3-89669-582-6.



Rezension von Carsten Lange, PR-Berater (DPRG), Fürth - powered by PR Plus, Heidelberg

Das Internet ist für Kommunikationsfachleute zweifellos ein spannendes Betätigungsfeld. In der Berufspraxis haben wir alle damit zu tun – wengleich für die meisten von uns wohl gelten dürfte, dass wir jeweils nur mit einem Ausschnitt der Materie in Berührung kommen. Mal mehr, mal weniger groß. Wer überblickt schon alle Möglichkeiten? Wer kann von sich schon sagen, dass er in allen Anforderungen, die das Internet an die Kommunikation stellt, gleichermaßen fit ist? Von daher hat ein Buch wie das „Handbuch Online-PR“ durchaus seine Berechtigung. Man kann es zur Hand nehmen und sich in Themen einlesen, über die man gerne mehr wissen möchte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (19.KW-2012)

01: **Knigge: Die Magie der guten Ausstrahlung**. Menschen mit positiver Ausstrahlung nehmen nicht nur andere für sich ein, sondern sind oft auch erfolgreicher damit, ihre Ziele zu erreichen. Die eigene Ausstrahlung kann aber jeder positiv beeinflussen. Werner Knigge, Buchautor und Trainer, hat die Erkenntnisse seines berühmten Verwandten für die Anforderungen der heutigen

Zeit übersetzt und verrät in einem Whitepaper das Geheimnis guter Ausstrahlung. → gotomeeting.com

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Mai 2012

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im April 2012 wurden 2.370 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 11.565 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 3 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (71)

Volontariat/Trainee

Die 20 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Kölner Agentur sucht Fachjournalisten/in*
- *Junior-Berater(in)/Senior-Berater(in), Düsseldorf*
- *PR-Berater/in Fashion & Lifestyle, Düsseldorf*
- *Verantwortlicher Projektleiter (m/w), Köln*
- *PR Berater/in in internationaler PR-Agentur, München*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen, Hamburg*
- *Junior Account Manager PR Schwerpunkt Versicherungen/Finanzen, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) gesucht. Pack die Gummistiefel ein!*
- *Junior-PR-Berater (m/w) gesucht. Pack die Gummistiefel ein!*
- *PR-Redakteur/PR-Berater (m/w) gesucht, Heidelberg*
- *Kommunikations-Berater Campaigning/Corporate Publishing (m/w), Hamburg*
- *PR-Juniorberater(in) Unternehmenskommunikation, Frankfurt*
- *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*
- *THINK INC. COMMUNICATIONS in München sucht PR-Berater (m/w) Lifestyle, Beauty und Gesundheit*
- *PR-Berater/Beraterin im Bereich Food, Frankfurt*
- *PR-Berater/-in Bereich Consumer Electronics, Hamburg*
- *PR-Berater/-in Bereich Food, Hamburg*
- *Junior-Berater/-in PR & Social Media, Hamburg*
- *PR-JuniorberaterIn mit Eventmanagement-Erfahrung, Köln*

Medien

- *European Sales & Business Development Manager – German or UK based*

Unternehmen

- *YOUNG PROFESSIONAL PR/MARKETING (m/w), Braunschweig*
- *PR - BERATER INTERNATIONAL (m/w), Frankfurt*
- *Veranstaltungsmanager/-in, Frankfurt*
- *Redakteur/Texter (m/w), Köln*
- *Area Public Relations Manager, Germany & Switzerland (maternity cover)*

Verbände (Non-Profit)

- *Leiter Kommunikation (m/w), Köln*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. Mai 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.169 Empfänger** versandt.

Impressum

Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg



Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de)

- Rubrik: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia"; Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Ursel Reineke, Heidelberg (u.reineke[at]pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Salz&Pfeffer&Senf"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte + Gerichte"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Reputation Management".

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

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

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten
2010/2011/2012: siehe [Impressum](#) auf der
Homepage

Die Gesichter 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>.
