

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 346 / 31. Und 32. KW 2012

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 346. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 86 Einzelmeldungen):

1. [Boris Borchert/ImmobilienScout24: Ein gutes Social Media Monitoring ist Pflichtprogramm](#)
2. [Mehr als die Summe der Teile – Social Media als fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation](#)
3. [CSR in der PR-Branche: Wo bleiben die Standards in der Praxis?](#)
4. [Guten Tag, ich bin der Neue.](#)
5. [BMW sortiert seine Pressearbeit neu](#)
6. [GE ernennt Bernd Eitel zum Director Communications](#)
7. [Twitter mit neuem Kommunikationschef](#)
8. [Personalien compact - Unternehmen \(13\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
9. [Personalien compact - Agenturen \(6\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
10. [Personalien compact - Sonstige \(14\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
11. [Etats compact \(27\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
12. [achtung! jetzt mit eigener Bewegtbildkompetenz](#)
13. [fischerAppelt bleibt für Wirtschaftsjournalisten beste PR-Agentur](#)
14. [Branche compact \(3\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
15. [Neugründungen compact \(1\) \(31.+32.KW-2012\)](#)
16. [Ein Erfahrungsbericht: Ausbeutungsmaschine Journalismus](#)
17. [Presserabatte: Verzicht wollen die wenigsten Journalisten](#)
18. [Zapp: Reflexhaft - Die Medien im Fall](#)

19. [Drygalla / SpOn: Haltung und Heuchelei](#)
20. [Der Fall Boris Becker: Warum Journalisten keine Angst vor kritischen Fragen haben dürfen](#)
21. [Medien compact \(1\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
22. [Social Media Monitoring als nachhaltiges Investment](#)
23. [Wie Unternehmen den Erfolg und die Qualität ihrer Social Media Aktivitäten messen können](#)
24. [photokina-Bloggertour](#)
25. [Der legale Weg zum Like: Rechtliche Grenzen auf der Jagd nach positiven Bewertungen](#)
26. [Social Media compact \(9\) \(31.+32.KW-2012\)](#)
27. [CSR: Handeln, Beweisen, Kommunizieren](#)
28. [PR-Interview Nr.79. Christian Bachem:: Gute Kennzahlen müssen verständlich und vergleichbar sein](#)
29. [Kerlikowsky: Kampfeinsatz-Planung gegen Bürger-Aufrühren](#)
30. [Geschäftsanbahnung beim Konditor: Tortenpitch. Muster für PR?](#)
31. [Gericht: Das große Sommermenu \(6\) - Dreierlei mit Erdbeeren](#)
32. [Zeit ist Macht: Mit den Möglichkeiten steigen die Erwartungen](#)
33. [Meedia-Interview mit dem Kommunikations-Urgestein Kurt Otto: "Es laufen Säue im Sprint durchs Dorf"](#)
34. [Presse-Seminar mit AKOMM-Zertifikat](#)
35. [DAPR erweitert ihr Ausbildungsangebot um „Personality-Talks“](#)
36. [Bildung compact \(4\) \(31.+32. KW-2012\)](#)
37. [Messe-PR: Journalisten wünschen es persönlich, schnell und individuell](#)
38. [Social Media Delphi 2012: Unternehmen bewegen sich immer professioneller im Social Web](#)
39. [Change-Fitness-Studie 2012: Unterschiedliche Meinungen und Stolpersteine in Change Prozessen](#)
40. [KidsVerbraucherAnalyse 2012: Kinder lesen weiterhin gerne Zeitschriften](#)



40. *Magisterarbeit: Social Media machen politisch Aktive aktiver, die Passiven aber bleiben passiv*
41. *Multi-Brand-Unternehmen halten mehrheitlich Dachmarke für ebenso wichtig wie Produktmarken*
42. *Jeder fünfte Deutsche nutzt bereits Bewegtbild mobil*
43. *Gesucht: Die besten PR-Bilder 2012*
44. *Social Media Praxistage der scm am 16. und 17. Oktober in Frankfurt am Main*
45. *VIS A VIS-Veranstaltung 2012 der AKOMM zum Thema Tourismus-Kommunikation auf Sylt*
46. *Preisverleihung PR-Preis-Gala am 26. Oktober im Kurhaus in Wiesbaden*
47. *Termine compact (7) (31.+32. KW-2012)*
48. *Rixdorfer Illustrierte Nr. 1: Illustrierte Texte aus dem Werk des Baron de Coubertin*
49. *Checkliste "Social Media Newsroom" zum Download*
50. *Tipps compact (1) (31.+32. KW-2012)*
51. *PR-Journal: 34.537 Visits im Juli 2012*
52. *Jobbörse*
53. *Impressum*

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

Seite 1

Boris Borchert/Immobilienscout24: Ein gutes Social Media Monitoring ist Pflichtprogramm



Das Unternehmen
Immobilienscout24, Berlin führt ein
Corporate Blog, ist bei *Facebook*

und *Twitter* vertreten. PRJ-Redaktionsmitglied
Nadja Amireh von *get noticed! communications* hat
den Social Marketing Manager Boris Borchert
interviewt. Er berichtet über seinen Tagesablauf,
erklärt warum Google+ für ihn im Moment
hauptsächlich aus SEO-Gründen wichtig ist und
verrät sein persönliches Social Media Erfolgsrezept.

1. Immobilienscout24 ist schon länger in sozialen Netzwerken aktiv. War der Start schwer? Welche Kanäle setzt ihr mit welchem Ziel ein?

Was den Start enorm erleichterte, war die
Unterstützung unserer Geschäftsführung. Damals
erhielt ich den Auftrag, Trends im Web zu
identifizieren und zu prüfen, ob sie für unser
Unternehmen einen Mehrwert bieten. Persönlich fiel
mir der Start nicht schwer, da ich bereits recht viel
Erfahrung mit Kommunikation im Netz gesammelt
hatte. Insbesondere bei Twitter kamen mir meine
Erfahrungen als Redakteur in einem vorherigen Job
zugute: Längere Texte auf kurze Nachrichten
einzudampfen, gehörte da zum Arbeitsalltag.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mehr als die Summe der Teile – Social Media als fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation

Zu Beginn der Social Media war es verständlich,
dass Unternehmen zurückhaltend und vorsichtig
auf das neue Medium reagierten. Doch in den
letzten Jahren haben Soziale Netzwerke, Blogs,
Youtube und all die anderen
Kommunikationsformen der Social Media den Flair
des Neuen verloren. Längst ist klar, dass es sich
dabei nicht nur um einen kurzfristigen Trend

GPRA
Gesellschaft
Public Relations Agenturen e.V.

komm.passion

A&B One

handelt. Die Konsequenz müsste eigentlich sein, dass Unternehmen ihre Social Media Kanäle fest in die bestehenden Kommunikationsstrukturen integrieren. Eigentlich – denn die Realität sieht leider anders aus. Und damit schaden sich die Unternehmen in erster Linie selbst.

Den Artikel von Christian Müller am 10. August in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

CSR in der PR-Branche: Wo bleiben die Standards in der Praxis?



Ein Kommentar von Achim Halfmann, Geschäftsführender Redakteur der CSR-News, Hückeswagen

In der Regel freut sich ein Autor, wenn Leser seinen Beitrag kommentieren. So ist das auch bei uns und die Kommentare zu unserem Beitrag „Näherinnen der Outdoor-Jacken erhalten Hungerlöhne“ hätte ich freigeschaltet. Die Meldung beschäftigte sich mit dem CSR-Teil einer Untersuchung der Stiftung Warentest zu Funktionssachen und stellt den Unternehmen ein überwiegend schlechtes Zeugnis aus. Besonders niedrige Löhne kritisiert die Stiftung.

„So einfach ist es nicht. Einen schönen Kommentar zum Thema gibt es auf www.ktcquality.com/manufacture/opinion_csr.htm“ hieß es in dem ersten Kommentar zu der Meldung. Misstrauisch machte mich, dass er den Link zu einer Unternehmenswebsite enthielt: der KTC Limited mit Sitz in Hongkong. Unter der Überschrift „FÜR DIE WAHRHEIT ZU WENIG“ kritisiert dort Regina Henkel die CSR-Analyse der Stiftung Warentest. Also verfolgte ich den Absender des Kommentars zurück. Er stammte von Andreas Breitfeld, dem Inhaber der PR-Agentur 360 public relations. Unter den Mitarbeitern jener Agentur wird auch Regina

KOMMUNIKATIONS KONGRESS 2012

INTERNATIONALE FACHTAGUNG FÜR PUBLIC RELATIONS



Mit Keynotes von



Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer
Leiter des Transferzentrums für Neurowissenschaft und Lernen



Monika Piel
Vorsitzende der ARD und Intendantin des WDR



Bodo Hombach
ehem. Geschäftsführer der WAZ-Gruppe



Dr. Rüdiger Grube
Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn



Torsten Albig
Ministerpräsident des Landes Schleswig-Holstein

WWW.KOMMUNIKATIONSKONGRESS.DE

Henkel aufgelistet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Guten Tag, ich bin der Neue.



Obwohl falsch, so stimmt das auch wieder nicht. Eigentlich bin ich schon seit Jahren als Berliner Korrespondent treuer *PR-Journal*-Autor und -Partner und -Freund. Jetzt darf ich in den

Redaktions-Status aufsteigen. Eine Herausforderung und ein Zeichen von Vertrauen gleichsam, für das ich Gerhard schon heute herzlich danke.

Aber beginnen wir diesen Text etwas förmlicher: Mein Name ist Dominik Ruisinger. Seit rund 15 Jahren darf ich mich Diplom-Politologe und PR-Berater nennen – übrigens mit der Bezeichnung DAPR und mit Abschluss am damals mit-führenden Ausbildungsinstitut PR Kolleg Berlin. „Verdammt lang her, verdammt lang“, würde jetzt Wolfgang

Niedecken singen. Recht hat er.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

BMW sortiert seine Pressearbeit neu

Die BMW Group in München nimmt kräftige Veränderungen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des [Automobilkonzerns](#) vor. Mit dem heutigen Tag übernimmt **Manfred Grunert**, bisher Sprecher für Historie der BMW Group, die Produktkommunikation für Mini, BMW Motorrad sowie für Husqvarna Motorcycles. Die Leitung der Produktkommunikation BMW Automobile verantwortet zukünftig **Ralph Huber**, der bislang als Abteilungsleiter Technologiekommunikation fungiert hat. Sein Nachfolger in dieser Funktion wird wiederum **Cypselus von Frankenberg**, der bislang für BMW i gesprochen hatte. **Michael Rebstock**, der in der Vergangenheit die Produktkommunikation für BMW Automobile, MINI, BMW Motorrad und Husqvarna Motorcycles geleitet hatte, übernimmt künftig die übergreifende Kommunikation sowie die Koordination eines internationalen, noch nicht weiter benannten Zukunftsprojekts.

GE ernennt Bernd Eitel zum Director Communications

Bernd Eitel (42) ist seit 1. August **neuer Director Communications** für [General Electric](#) in Deutschland im Hauptquartier in Frankfurt am Main. In seiner neuen Position wird Eitel für alle Aspekte der externen und internen Kommunikation sowie für die Entwicklung der Kommunikationsstrategie von GE in Deutschland

Mal was mit
Social Media
machen.
Oder doch
nicht?

Strategie bei
Lautenbach Sass.

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

verantwortlich sein. Dazu wird er direkt an den Senior Vice-President und CEO GE Germany, **Ferdinando Beccalli-Falco**, berichten. Eitel kommt von der Siemens, wo er in den vergangenen Jahren als Director of Corporate Communications and Government Affairs die globale Kommunikation von Siemens mit internationalen Medien verantwortete.

Twitter mit neuem Kommunikationschef

Dirk Hensen (40) heißt der neue Kommunikationschef von **Twitter in Deutschland**. Ab den 1. August wird sich der gebürtige Hamburger als Head of Communications and Public Affairs um die Kommunikation beim [Microblogging-Service](#) in Berlin kümmern. Der PR-Profi verstärkt damit das Team um den Deutschland-Chef Rowan Barnett.

Hensen kommt von der Ebay-Tochter PayPal, wo er erst im September des vergangenen Jahres als Head of Communications eingestiegen war. Vor der

Arbeit beim Bezahl-Service war er als Sprecher bei StudiVZ sowie bei Yahoo tätig gewesen. Ob der Einstieg im Zusammenhang mit einem möglichen Börsengang von Twitter zu sehen ist, bleibt abzuwarten.

Personalien compact - Unternehmen (13) (31.+32. KW-2012)

- **Stefan Rojacher** (37) ist seit dem 1. Juli beim IT-Sicherheitsanbieter [Kaspersky Lab](#) an Bord. Als Corporate Communications Manager ist er für die externe Kommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz verantwortlich. Rojacher kommt von der Agentur 100zehn, wo er bereits IT-Unternehmen betreute.
- **Wolfgang Glabus** (52) ist ab dem 1. September Kommunikationsdirektor bei der Edelmarke [Bentley Motors](#). In seiner neuen Rolle folgt Glabus auf **Michael Baumann**, der im Gegenzug als Leiter Kommunikation Technologie und Innovation zu Audi wechselt.
- **Thomas Recke** (31) verstärkt das Kommunikationsteam beim Automobilzulieferer und Reifenproduzenten [Continental](#). Als Kommunikationsmanager im Geschäftsbereich Nutzfahrzeugreifen wird er für die weltweite Medienarbeit und interne Kommunikation zuständig sein. In seiner Funktion berichtet Recke an **Christiane Pfeiffer**, die die weltweite Kommunikation für Nutzfahrzeugreifen leitet.
- **Christine Faßnacht** hat als Nachfolgerin von Christian Engelland die Marketing- und PR-Leitung beim Mediendienstleister [Ausschnitt Medienbeobachtung](#) in Berlin übernommen. Sie kommt vom Bundesverband Digitalwirtschaft [Bitkom](#), Berlin, wo sie für Corporate Publishing und Online-Kommunikation verantwortlich war.
- **Katrin Köster** (43) leitet ab sofort als Direktorin Externe Kommunikation und Unternehmenssprecherin die



18. Oktober 2012 | Frankfurt am Main

Referenten:

Mathias Brandes Thomas Cook | Martin Brüning REWE Group | Jürgen Gemke Currenta | Michael Inacker Handelsblatt | Dr. Rolf Kiefer Deka-Bank | Ralf Kunkel Berliner Flughäfen | Dr. Marc Langendorf Siemens | Martin Rücker Foodwatch | Klaus Max Smolka Financial Times Deutschland | Nicolas von Sobbe McDonald's

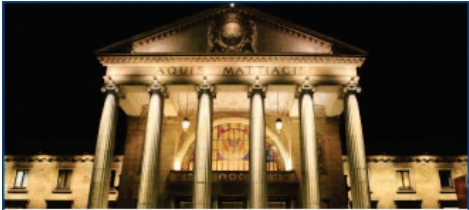
www.krisenpr-tagung.de

Pressearbeit von [Unitymedia KabelBW](#). Die Kommunikationswirtin ist bereits seit 2006 als Unternehmenssprecherin für den TV- und Breitbandanbieter in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg tätig. Künftig wird sie sich mit einem Team von vier Mitarbeitern um die externe Unternehmenskommunikation sowie um Corporate Responsibility kümmern und direkt an **André Schloemer**, Vice President Brand Management und Corporate Communication, berichten.

- **Desmond A. Collins** (56) hat mit dem 1. August die Leitung des neu eröffneten Büros für Public Affairs von [Continental](#) in Brüssel übernommen. Er berichtet künftig direkt an **Felix Gress** (51), der die Unternehmenskommunikation & Public Affairs in der Continental-Zentrale in Hannover leitet. Zuletzt war Collins Vice President European Communications beim japanischen Reifenhersteller Bridgestone, wo er fünf Jahre lang für den Bereich Public Affairs verantwortlich zeichnete.
- **Alexander von Gersdorff** (47) hat seit dem 1. August die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim

[Mineralölwirtschaftsverband MWV](#) in Berlin und damit die Nachfolge von **Karin Retzlaff** übernommen. Zuvor war er beim Unternehmen als Pressesprecher aktiv.

- **Christian Garrels** (36) wechselt am 1. September vom Axel Springer Verlag in Berlin (Leiter Externe Kommunikation und stellv. Unternehmenspressesprecher unter **Edda Fels** (53)) nach München zum [ADAC](#). Dort soll er als Nachfolger von **Peter Wirsich** (60) (geht in vorgezogenen Ruhestand) als PR-Chef unter ADAC-Kommunikationschef **Michael Ramstetter** (59) anfangen.
- **Nina Friederike Schindler** (36) leitet ab 1. Januar 2013 die Brüsseler Interessenvertretung der [Commerzbank](#) und wird künftig direkt an Public Affairs-Leiter Heiner Herkenhoff berichten. Zuvor hatte die Juristin in Brüssel das Büro des Bundesverbandes deutscher Banken geführt. Ihr Vorgänger **Henning vom Stein** hat die Bank bereits zum 30. Juni verlassen.
- **Frank Rudolph** (52) ist bereits seit dem 1. Juli neuer Leiter des Bereiches Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei der Labor- und Medizintechnik Verwaltungsgesellschaft. Er ist zuständig für die Pressearbeit sowie das Lobbying in Berlin.
- **Lisa Fröhlich** (32) erstärkt seit 1. August 2012 den Bereich Marketing & Communications bei [Lupus alpha](#), Frankfurt am Main. Als neue Pressesprecherin ist sie künftig für die externe und interne Kommunikation des Frankfurter Asset Managers verantwortlich. Die Germanistin kommt von der Agentur NewMark Finanzkommunikation.
- **Romy Hebden** hat seit dem 1. August die PR-Verantwortung bei der Uhrenmanufaktur [IWC Schaffhausen](#) für den Schweizer Markt übernommen. Nach ihrer jetzigen Rückkehr aus der Elternzeit wird sie parallel dazu auch die Schweizer Medienstelle leiten.
- **Daniel Hörer** (28) wird zum 1. September Referent PR und Public
-



Jetzt anmelden!

PR > 12

Gala „Internationaler Deutscher PR-Preis 2012“
am 26. Oktober 2012
im Kurhaus Wiesbaden

www.pr-preis.de

DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.
FAZ.-INSTITUT

Affairs beim [Fachverband Gebäude-Klima e.V.](#) in Bietigheim-Bissingen. Dort wird er direkt an den Geschäftsführer **Günther Mertz** berichten. Hörer kommt von Weber Shandwick, wo er seit 2009 als Public Affairs-Berater tätig war.

Personalien compact - Agenturen (6) (31.+32. KW-2012)

- **Benjamin Egger** steigt bei der Agentur [We Are Social Deutschland](#) als Account-Manager in München ein. Er wird Kunden in den Bereichen Content-Strategie, Community-Management und Influencer Relations unterstützen. In den vergangenen dreieinhalb Jahren war Egger bei Text100 tätig und verantwortete dort als Senior Account Executive unter anderem den deutschen Blog von Skype.
- Der TV- und Video-Profi **Christof Tietjen** (37) unterstützt ab sofort die Kommunikationsagentur [achtung!](#). Mit seiner Hilfe will die Agentur die eigene

Kompetenz im Segment Bewegtbild insbesondere im PR- und Social Media-Bereich weiter ausbauen. Tietjen arbeitete zuvor u.a. für RTL, Focus Online und JMD Pictures.

- **Jens Wernscheid** als Senior PR-Consultant und **Ina Klein** als PR-Beraterin verstärken seit 1. Juli bzw. 1. August das Team der Agentur für Brand Communications und Public Relations Kruger Media in Berlin. Wernscheid sammelte PR-Erfahrungen bei den Berliner Philharmonikern und beim Mahler Chamber Orchestra. Klein arbeitet seit 18 Jahren im Musik-Kultur-Bereich als Presse-Promoterin.
- **Helena Pleier (27)** arbeitet seit 1. August bei KGK - Kern, Gottbrath Kommunikation in München. Erste Berufserfahrungen sammelte sie nach ihrem Studium bei [fischerAppelt, relations](#). Sie betreut bei KGK die Neukunden der K2-Gruppe.
- **Adel Gelbert** wird neuer Partner bei [fischerAppelt, advisors](#). Der 42-Jährige wird sich künftig vor allem mit dem Aufbau und der Führung der neuen Unit Marketing Advisory beschäftigen. Zusätzlich übernimmt er die Leitung des Münchner Agentur-Büros. Gelbert war zuletzt Geschäftsführer bei Batten & Company, ehemals BBDO Consulting.
- Die Gesundheitsexpertin **Jutta Brenn-Vogt** wechselt zu Hill+Knowlton. Ab 16. August wird sie den Bereich Healthcare übernehmen. Als Mitglied im Board of Director berichtet sie direkt an Ernst Primosch, CEO und Chairman von [Hill+Knowlton Strategies](#). Zuvor hatte Jutta Brenn-Vogt jahrelang die Unternehmenskommunikation von führenden Pharmaunternehmen geleitet. Sie folgt auf **Petra Trenz**, die sich nach über zehn Jahren in der Agentur für ein Sabbatical entschieden hat.



Personalien compact - Sonstige (14) (31.+32. KW-2012)

- **Thomas Zimmermann (42)** ist seit Anfang August neuer Leiter Kommunikation beim *Schweizerischen Gewerkschaftsbund (SGB)*. Der ausgebildete Politologe folgt auf **Peter Lauener**, der bereits seit Frühjahr bei dem Bundesrat Alain Berset als Berater für Kommunikation und Kampagnen wirkt. Zuletzt arbeitete Zimmermann als Bundeshausredakteur bei der Schweizerischen Depeschagentur sda.
- **Rainer Nowak** tritt im September sein Amt als neuer Chefredakteur der österreichischen Tageszeitung *Die Presse* an, nachdem auch die "Presse"-Redaktion seiner Berufung zugestimmt hat. Als bislang achter Chefredakteur folgt er auf Michael Fleischhacker, der aus dem Styria-Unternehmen ausscheidet.
- **Claudia Feldtenzer (30)** hat zum 1. August die Leitung der Presseabteilung beim [Reclam Verlag](#) in Ditzingen bei Stuttgart als Nachfolgerin von **Barbara Widmann** übernommen. Zuvor war sie viereinhalb Jahre in der Presseabteilung in der Verlagsgruppe Random House tätig.
- **Eva Tschampa** ist seit 7. August Leiterin Marketing & Kommunikation bei der [ZHAW School of Engineering](#) im Schweizerischen Winterthur. Sie kommt von der Swissprinters AG, wo sie zuletzt als Leiterin Unternehmenskommunikation sowie als Mediensprecherin gewirkt hatte.
- **Stephan Schäfer** übernimmt ab sofort - und gemeinsam mit **Brigitte Huber** - die Chefredaktion beim Frauenmagazin [Brigitte](#). Er ersetzt damit **Andreas Lebert**, der das Flaggschiff des Gruner + Jahr

Verlags zehn Jahre lang geleitet hatte. Für Schäfer ist dies nach "Schöner Wohnen", "Essen & Trinken", "Häuser" und "Couch" bereits die fünfte Chefredakteursfunktion, die er parallel inne hat.

- **Franziska Kipper** (31) übernimmt mit 1. Oktober als Referentin PR/Kommunikation die Pressearbeit für die Titel und Online-Angebote der [stern-Familie](#) in Hamburg. Damit wird sie u. a. für die Marken *stern* und *stern.de*, *VIEW*, *VIVA* sowie *stern Gesund leben* und *stern Fotografie* als Pressereferentin zuständig sein. Sie folgt auf **Melanie Schehl** (39), die G+J auf eigenen Wunsch zum 31. August verlässt, um sich freiberuflich auf Konzeption und Beratung zu konzentrieren. Sie bleibt dem Haus Gruner + Jahr in dieser Tätigkeit weiterhin verbunden. Kipper kommt von E. Breuninger in Stuttgart und zeichnete dort für die digitale Kommunikation und Social Media Aktivitäten verantwortlich.
- **Harald Stenger** (61) scheidet nach zwölf Jahren beim [DFB Deutscher Fußball-Bund](#) in Frankfurt am Main aus. Der frühere Sportchef der "Frankfurter Rundschau" war bis 2010 Mediendirektor, danach Pressesprecher der Männer-Fußballnationalmannschaft. Sein Nachfolger wird am 1. September **Jens Grittner** (42), seit 1999 beim DFB und zuletzt für die Pressearbeit der Frauen-Fußballnationalmannschaft zuständig.
- **Eva Wüllner** (31) ist bereits seit dem 15. Juli Sprecherin der [CDU Deutschland](#). Sie folgt auf Philipp Wachholz, der als Senior Department Head in die Abteilung Corporate Affairs bei McDonald's Deutschland gewechselt war.
- **Bernd Kaufholz** (59) ist seit dem 1. August Pressesprecher beim Ministerium für Landesentwicklung und Verkehr des Landes Sachsen-Anhalt. In dieser Funktion folgt er auf Harald Kreibich, der sich mit einer eigenen Agentur selbstständig gemacht hat.
- **Angela Gareis** (48) ist neue Leiterin der Pressestelle im Ministerium für Bauen,

Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen. Die langjährige Journalistin u.a. für die WAZ war zuvor als selbstständige Kommunikationsberaterin tätig.

- **Stefanie Hauck** wird neue Pressereferentin bei [Gruner + Jahr](#) in München. Als Referentin PR/Kommunikation verantwortet sie die Pressearbeit für alle Marken und Medienangebote am Standort München. Sie berichtet direkt an die Kaufmännische Leiterin **Melanie Stiebner**. Stefanie Hauck war zuvor mehrere Jahre bei der Unternehmensberatung A.T. Kearney in Düsseldorf und München als Kommunikationsspezialistin tätig.
- Chefredakteur **Michael Seidel** wechselt vom *Nordkurier* in gleicher Funktion zur [Schweriner Volkszeitung](#). Dort folgt er auf **Dieter Schulz**, der künftig das Kulturressort "Schleswig-Holstein am Sonntag" beim Medienhaus *sh:z* verantwortet.
- Die Boulevard-Zeitung *Österreich* erweitert ihre Chefredaktion: Neben Herausgeber **Werner Schima** und **Niki Fellner** wurden Kulturressortleiter **Christoph Hirschmann** und der frühere *News*-Chefredakteur **Atha Athanasiadis** zu Chefredakteuren ernannt. Der bisherige Chefredakteur **Christian Nusser** wechselt gleichzeitig in gleicher Funktion zum Gratisblatt *Heute*.
- **Alexander Urban** heißt ab 1. August der neue Pressesprecher von [Radio Energy](#) in Deutschland und damit Nachfolger von **Michael Weiland**. Der 41-jährige wird zuständig für die externe Kommunikation der sechs Sender sowie für überregionale Themen der Energy-Gruppe sein. Urban blickt auf über 18 Jahre Radioerfahrung zurück, zuletzt als Chefredakteur und stellvertretender Programmdirektor von Energy Berlin.

Etats

Etats compact (27) (31.+32. KW-2012)

- World Tourism Forum Lucerne, Luzern
was: *Aktive Medienarbeit in Deutschland*
an: **eulerKOMMUNIKATION**,
Hemmingen/Hannover
- Liegenschaftsfond Berlin
was: *Strategische PR-Beratung und
Öffentlichkeitsarbeit*
an: **CB.e Clausecker Bingel AG**, Berlin
- Preisvergleichs-Plattform
www.geizhals.de, Wien
was: *Strategische
Kommunikationsberatung und
Medienarbeit für Österreich &
Deutschland*
an: **Grayling**, Düsseldorf
- Online-Shop www.stiefelwunder.de,
Frankfurt am Main
was: *Klassische und Social Media-PR*
an: **Oseon**, Frankfurt am Main
- Elizabeth Arden, USA (zs. mit Agentur
Jungmut)
was: *Medienarbeit, Events, Facebook-
Seite für Taylor Swift Duft
Outlet-Center Maasmechelen Village,
Maasmechelen (B)*
was: *Medienarbeit und Events*
an: **Public Affairs**, Köln
- LAP (laserbasierte Systeme), Lüneburg
was: *PR bei technischen B2B-Themen*
an: **ofischer communication**, Bonn
- Langenscheidt-Verlag, München
was: *PR-Etat des Bereichs Kinder- und
Jugendbuch*
an: **Uhlmann PR**, Augsburg + **Melanie
Syring Public Relations**, Bad
Wildungen
- TÜV Nord Gruppe, Hamburg
was: *Geschäftsbericht*
an: **JDB Media**, Hamburg
- Crowdfunding-Plattform emphas.is
(internationale Fotojournalisten)
was: *PR-Unterstützung*
an: **Symptra**, Stuttgart
- Juwi MacMillan Group, Walsrode
was: *PR für innovative Plattform für*

- Tablet PC "ayeQ-Lösung"*
an: **Ketchum Pleon**, Düsseldorf
- advocard Rechtsschutzversicherung,
Hamburg (Generali Deutschland Gruppe)
was: *Realisierung der neuen
Kommunikationsstrategie*
an: **achtung!**, Hamburg
- Zoot Sports, Kona (Hawaii/USA), (K2
Sports-Gruppe)
was: *PR- und Pressearbeit*
- Sportausrüster Madshus (Norwegen), (K2
Sports-Gruppe)
was: *PR- und Pressearbeit*
an: **KGK - Kern Gottbrath
Kommunikation**, München
- kajomi, Spezialist für E-Mail-Marketing,
München-Gräfelfing
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **Straub & Linardatos**, Hamburg
- Beschichtungsspezialist Sihl, Düren
was: *Marken- und Kommunikationskonzept
sowie Produktkommunikation*
an: **rheinfaktor** Agentur für
Kommunikation, Köln
- iStockphoto, Berlin
was: *Produkt- und
Unternehmenskommunikation*
an: **häberlein & mauerer**, München
- Christine Kröncke interiordesign, ???
was: *Pressearbeit*
an: **Thalau : relations**
Kommunikationsagentur für Interior &
Living, Bremen
- Mobile-Start-up 10stamps, München
was: *Produkt- und Image-PR*
an: **Storymaker** Agentur für PR, Tübingen
- Palmers, Wien
was: *Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit*
an: **The Fashion Squad**, Wien
- Cruise Lines International Association /
European Cruise Council
was: *Reputationmanagement*
an: **Hering Schuppener**, Frankfurt am
Main
- Grand Hotel Kempinski High Tatras,
Bratislava
was: *PR-Arbeit*
an: **Stromberger PR**, München
- Landesmesse Stuttgart
was: *Strategische Medienarbeit für Bereich*

Gastveranstaltungen

- an: **Sympra** (GPRA), Stuttgart
- Innovation Group, Stuttgart
was: *Brand- und Produkt-PR*
an: **Bite Communications**, München
- Procter & Gamble, Schwalbach am Taunus
was: *Roadshow zur Marke Oral-B*
an: **Roth & Lorenz**, Stuttgart
- Nestlé Schöller, Nürnberg
was: *B2B-Magazin Foodjournal 2013*
an: **MBS**, Nürnberg
- team babel AG, Herzogenrath
was: *Corporate Weblog "Weiterbildungsblogger"*
- Region Aachen
was: *Facebook-Seite mit Online-Karriereportal*
an: **conpublica**, Selfkant-Süsterseel

Den zweiten Platz errang die Agentur ergo Kommunikation (GPRA), Köln vor Scholz & Friends, Berlin. Dieser Preis wird jedes Jahr von der **Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftskommunikation**, Heroldsberg vergeben. Seit 1988 untersucht sie die Meinung von Wirtschaftsjournalisten zur Pressearbeit der führenden deutschen Unternehmen, Verbände - und seit 2004 auch Agenturen. In diesem Jahr wurden zudem die Deutsche Bank in der Kategorie Unternehmen, Fielmann in der Kategorie Familienunternehmen, der VDA in der Kategorie Wirtschaftsverbände und der ADAC in der Kategorie Verbände allgemein ausgezeichnet.

Branche compact (3) (31.+32. KW-2012)

Branche

achtung! jetzt mit eigener Bewegtbildkompetenz

Die Kommunikationsagentur achtung! (GPRA), Hamburg und München, setzt ab sofort noch stärker auf das Thema Bewegtbild und baut die eigene Kompetenz in diesem Segment weiter aus. achtung! hat dafür den erfahrenen TV- und Video-Profi Christof Tietjen (37) verpflichtet, um mit Bewegtbild insbesondere im PR- und Social-Media-Bereich noch stärker zu punkten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

fischerAppelt bleibt für Wirtschafts-journalisten beste PR-Agentur

Die deutschen Wirtschaftsjournalisten haben [fischerAppelt](#) (GPRA), Hamburg zur **besten PR-Agentur Deutschlands** gewählt. Sie erhält damit diese Auszeichnung zum fünften Mal in Folge.

- **Thomas Philipp Reiter und Jürg W. Leipziger haben eine umfassende Neuauflage ihrer Zusammenarbeit beschlossen.** Ab August 2012 kooperiert Leipziger mit Reiters Agentur „Berlin communications“. In dieser Position unterstützt die PR-Legende Leipziger die Berliner unter anderem beim Auf- und Ausbau des Kompetenzbereiches „Finanzkommunikation“ am Standort seiner Kommunikationsfabrik in Frankfurt am Main. „Ich freue mich sehr, dass Jürg Leipziger und ich wieder einen gemeinsamen Weg beschreiten und nun eine langfristig angelegte Kooperation eingehen“, so Reiter, Geschäftsführender Gesellschafter von Berlin communications.
- Unter dem Motto **"Hamburg wird pink - Bewusstsein für Brustkrebs"** hat die Agentur [hesse und hallermann PR](#) eine Initiative gestartet. Mit Hilfe der Signalfarbe Pink will sie das Bewusstsein für die Gefahren von Brustkrebs und für bessere Heilungschancen durch Früherkennung erhöhen. Die **Awareness-Kampagne** wird in Kooperation mit dem größten Brustzentrum Norddeutschlands, dem Mammazentrum Hamburg, umgesetzt.

- Das PR-Netzwerk **MSLGROUP** hat einen **China-Leitfaden** herausgegeben, der multinationalen Unternehmen Empfehlungen für den **Wettbewerb um Talente** in der Volksrepublik gibt. Die [Publikation erklärt](#), was die Berufswahl chinesischer Studenten beeinflusst, in welche Karrieretypen sie unterteilt werden können und welche Ansprüche sie an ihr Beschäftigungsverhältnis stellen.

Neugründungen compact (1) (31.+32.KW-2012)

- **Martina Frühe und Peter Hinze** haben die **PR-Agentur NEOCOMM** mit Fokus auf die Tourismus- und Hotelbranche gegründet. Während Frühe zuletzt die Pressearbeit der Luxushotelkette Four Seasons betreute, schrieb Hinze beim Nachrichtenmagazin *Focus* über Tourismus und Hotels. Mit der Hotelvereinigung Wanderhotels und dem Luxus-Ressort Bali Jiwa Villa konnte die Agentur aus Aschaffenburg bereits zwei Kunden begrüßen.

Medien

Ein Erfahrungsbericht: Ausbeutungsmaschine Journalismus

Sechs Jahre. Seit sechs Jahren arbeite ich im Bereich Journalismus. Und das mit gerade einmal 22. Im Alter von 16 Jahren habe ich angefangen für eine Zeitung zu arbeiten. Es folgten zahlreiche Praktika bei Onlinemedien, Radiostationen und sogar eine Weiterbildung am Grimme-Institut.

Journalismus war immer mein Traum. Mein Abitur schloss ich mit einer 1 vor dem Komma ab. Weil ich wusste, dass nur die Besten

überhaupt eine Chance auf einen Platz an der Uni haben. Mein Studium der Medienwissenschaft werde ich in Kürze beenden. Ebenfalls mit einer 1. Ich erzähle das alles nicht, um mich aufzuspielen. Ich will nur deutlich machen, dass ich verdammt viel Zeit, Energie und Leidenschaft darauf verwendet habe, Journalistin zu werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presserabatte: Verzichten wollen die wenigsten Journalisten

Was schimpfen gerade einige Kollegen von den so genannten Qualitätsmedien, wenn sie auf Presserabatte angesprochen werden. Journalisten würden sich mit Rabatten kaufen lassen! Und alle Firmen würden nach den Skandalen der vergangenen Monate darauf verzichten, Journalisten Vergünstigungen anzubieten. Von wegen!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zapp: Reflexhaft - Die Medien im Fall Drygalla / SpOn: Haltung und Heuchelei

Es gibt neue Namen, die wir uns merken werden nach diesen olympischen Spielen. Es sind Namen von Siegern und einer Verliererin: Nadja Drygalla. Rudererin aus Rostock. Angereist war sie als Medaillen-hoffnung. Abgereist ist sie als vermeintliche Gesinnungstäterin. Ihr Freund tickt rechts, ist vergangenes Jahr als Kandidat der NPD bei der Landtagswahl angetreten: Neonazi-Nähe. Für die norddeutsche Athletin keine gute Presse. Die überschritt so manche Grenze.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Der Fall Boris Becker: Warum Journalisten keine Angst vor kritischen Fragen haben dürfen

Als die Reporterin von ihrer ersten größeren Pressekonferenz im Kreishaus zurück in die Redaktion eilt, wartet der Lokalchef bereits auf sie. "Sie können doch nicht so mit dem Landrat umgehen", schimpft der erfahrene Journalist mit der Jung-Redakteurin. Ihr Fehler - sie hatte Fragen gestellt, viele Fragen.- Es gibt einige Geschichten aus dem journalistischen Alltag, die Beobachter mit dem Kopf schütteln lassen. Wenn erfahrene Kollegen junge, engagierte Journalisten einbestellen, weil sie die Sätze des Veranstalters hinterfragen. Und der Gastgeber der Pressekonferenz ausgerechnet jeden Samstag mit dem Lokalchef Tennis spielt, ihn duzt und sich daher so richtig ärgert, weil die junge Kollegin nicht allein ein schönes Bild mit Plakat macht, sondern tatsächlich kritische Fragen stellt. Und das bei seiner Pressekonferenz!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (31.+32. KW-2012)

- Die DJV-Verlags- und Service-GmbH hat jetzt die **Broschüre „Journalist/in werden“** neu aufgelegt. Das aktualisierte Werk liefert Grundlagen für den Einstieg in den Journalistenberuf. So enthält es Informationen zu Ausbildungsmöglichkeiten, Tätigkeitsfeldern und Berufschancen sowie Kontaktdaten von Schulen und Weiterbildungsinstituten. Die Broschüre lässt sich für 6,50 Euro unter www.djv.de/shop erwerben.

Social Media

Social Media Monitoring als nachhaltiges Investment

Social Media Monitoring ist ein komplexes Thema. Denn geht es nicht ausschließlich um die Überwachung von Keywords im Social Web und die anschließende Aufbereitung der Ergebnisse. Vielfältige Research & Analyse Möglichkeiten können im Rahmen des Monitoring-Prozesses eingesetzt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wie Unternehmen den Erfolg und die Qualität ihrer Social Media Aktivitäten messen können

„Unser Ziel sind möglichst viele Fans und Follower“. Diese Antwort erhält man häufig, wenn man die Marketing- oder Kommunikations-verantwortlichen von Unternehmen nach der Zielsetzung ihrer Social Media-Strategie fragt. Was vielen nicht klar ist: Die Anzahl der Fans oder Follower allein sagt nichts über den Erfolg oder die Qualität des jeweiligen Angebots aus.

Fast die Hälfte der deutschen Unternehmen nutzt Social Media. Bei der Analyse ihrer eigenen Kanäle im Social Web fehlt ihnen jedoch häufig eine strukturierte Herangehensweise.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

photokina-Bloggertour

Praxisbeispiel für Blogger Relations: Die photokina in Köln (18. bis 23. September 2012) ist weltweit die größte Fotomesse. Erstmals wird es dieses Jahr eine spezielle Infotour für Blogger geben. Organisiert vom photokina-Presseteam in Zusammenarbeit mit dem Pearson Verlag und dem

Fotomagazin "DigitalPHOTO" bieten sich dabei spannende Einblicke hinter die Kulissen. Zwei Stunden werden diverse Firmen besucht, danach die gläserne Social Media-Redaktion der photokina. Weitere Informationen sind auf der [Aktionsseite](#) erhältlich.

Der legale Weg zum Like: Rechtliche Grenzen auf der Jagd nach positiven Bewertungen

Mit zunehmender Bedeutung von Nutzerbewertungen steigt die Lust, ihnen etwas "nachzuhelfen" – sei es durch eine Hilfeleistung von Freunden und Mitarbeitern, deutliche Hinweise oder mit kleinen Geschenken für die Kunden. Doch wer zu sorglos handelt, riskiert eine Abmahnung von Konkurrenten samt teurer Vertragsstrafe. Wie man positive Bewertungen ohne negativen Beigeschmack erzielen kann, erklärt der Beitrag von Rechtsanwalt Thomas Schwenke in dem Online-Magazin [t3n](#).

Social Media compact (9) (1.+32.KW-2012)

- **Manipulierte Shitstorms?** Bei Vodafone, Galileo und McDonald's wurden einzelne, kritische Facebook-Beiträge tausendfach kommentiert und geliked. **Wie Unternehmen bei diesem Verdacht reagieren sollten**, erklärt ein Artikel in der [w&v](#).
- Social Media ist in der heutigen vernetzten Welt für den Aufbau und Erhalt einer starken Marke unerlässlich geworden. Das kürzlich veröffentlichte neue [NM Incite White Paper](#) „*Delivering on the Promise: Five Ways to Drive Brand Effectiveness with Social Media*“ bietet einen Überblick, wie Marketer von Consumer Packaged Goods (CPG) und anderer Branchen mit Hilfe von **fünf Schritten Social Media wirkungsvoll**

einsetzen können, um mit den gewonnenen Insights ihre Markenstrategie zu formen und letztendlich eine tiefere Kundenbindung zu erreichen. Fünf Schritte zum Erfolg ...

- **Corporate Blog: Was kann es und was bringt es?** Ein Artikel im [Blog PR-Doktor](#).
- Wie sieht eigentlich **ein Tag im Leben eines Fashion-Bloggers** aus? Das Interview mit Heiko von "Olschis World" im [get noticed! Blog](#).
- **Wie nutzt die Eventbranche soziale Netzwerke?** Diese Frage beantwortet Amiando nun mit einem [Social Media Report](#).
- 23,6 Millionen Nutzer in Deutschland – das sind die **aktuellen Facebookzahlen**. Die Statistiken sind auf [allfacebook.de](#) zu finden.
- **Facebook mit neuem Neugier-Tool:** Die neue Funktion "Gesehen von" wird noch als Tool für Gruppen getestet, zeigt aber den Trend, dass Netzwerke immer genauer wissen wollen, wer mit wem interagiert, so berichtet das Blog [netzwertig.com](#).
- **Fotos bei Facebook werden größer.** Künftig können Mitglieder in ihrer Chronik ihre Bilder viermal so groß wie bisher zeigen, wenn sie diese als Favoriten kennzeichnen. Die Datenbank zeigt dann besonders viel kommentierte und geklickte Fotos automatisch bevorzugt, so das Portal [techcrunch.com](#).
- Eine neue [Checkliste für den Social Media Newsroom](#) fasst alles Wichtige und Bedenkenswerte zum Thema "Social Media Newsroom" in einer praktischen Liste zusammen.

Reputation Management

CSR: Handeln, Beweisen, Kommunizieren



Interview von PRJ-Redaktionsmitglied Cornelia Wüst mit Achim Halfmann,

Geschäftsführender Redakteur der "CSR-News", Hückeswagen. Er ist seit vielen Jahren Beobachter und Kommentator über die CSR-Engagements von Unternehmen, über CSR-Trends mit strategischer Relevanz, fehlender Einfluss der Politik auf internationaler Ebene, CSR im Mittelstand und die Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation.

Cornelia Wüst: Sie beschäftigen sich seit zehn Jahren mit dem Thema Corporate Social Responsibility. Was sind Ihrer Beobachtung nach die wichtigsten Meilensteine in den letzten Jahren in puncto CSR-Engagement und deren Entwicklung gewesen?

Achim Halfmann: Zunächst ist da das öffentliche Interesse, dass die gesellschaftliche Unternehmensverantwortung nun seit einigen Jahren begleitet. Das hat viel mit der Globalisierung und der Erfahrung zu tun, wie stark Umwelt und Gesellschaft weltweit miteinander verknüpft sind und wie begrenzt die politische Regulierung auf internationaler Ebene funktioniert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media-Verantwortlichen aus DAX- und anderen Großunternehmen.

PR-Journal: Warum sind Kennzahlen zur Bewertung von Social Media-Aktivitäten wichtig? Was können Sie leisten?



Christian Bachem: Nach einer kreativen Phase des Probierens und Lernens haben Unternehmen begonnen, Strukturen und Prozesse für ihre Social Media-Aktivitäten aufzubauen. Wie jede andere klassische und digitale Kommunikation, müssen sich Social Media fortan am Erfolg messen lassen. Dies ist ohne Kennzahlen nicht möglich. Die kennzahlgestützte objektive Bewertung und die Orientierung an Benchmarks bildet zudem die Grundlage für systematische Verbesserungen. Wichtiger als die Frage, was Kennzahlen leisten können ist, was sie leisten müssen. Gute Kennzahlen müssen verständlich und vergleichbar sein. Außerdem sollte ein Kennzahlset immer so geschnitten sein, dass es sowohl die strategischen Anforderungen des Managements als auch die operative Arbeit der Social Media-Teams unterstützt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr.79. Christian Bachem:: Gute Kennzahlen müssen verständlich und vergleichbar sein

„Das PR-Interview“ wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln

Interview mit Christian Bachem zu den WebFX-Kennzahlen zur Messung des Social Media-Erfolgs. Entwickelt wurden sie vom Web Excellence Forum, einer Initiative von Web- und

Kommentare

Kerlikowsky: Kampfeinsatz-Planung gegen Bürger-Aufrufen



Guten Tag! Wer in Berlin öfter an Ministerien oder am Reichstag vorbeikommt bzw. durch die Zufahrtsstraßen im Regierungsviertel schlendert, muß sich fragen, haben die Politiker Angst vor ihren Wählern? Denn jeder

Minister hat Bodyguards um sich herum und steigt in gepanzerte Autos, die wegen der Sicherheitsausrüstung über 100.000 € kosten. In gesicherten Fahrzeugen werden auch Parlamentarier von der Fahrbereitschaft transportiert. Falls alle Fahrzeuge im Einsatz sind, gibt es ausgewählte Taxis, deren Fahrer nach entsprechender Sicherheitsprüfung Politiker auch von Restaurants abholen oder sie zum Einkaufen fahren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Geschäftsanbahnung beim Konditor: Tortenpitch. Muster für PR?

Liebe Kollegen, liebe Auftraggeber in spe, stellen Sie sich mal vor, Sie rufen bei einem Konditor an und bestellen fünf Torten für einen Kaffeeeklatsch, auf dem Sie einen besonders guten Eindruck bei Ihren Gästen hinterlassen wollen. Der Konditor kennt Sie zwar nicht, aber er soll fünf Torten unterschiedlicher Natur erzeugen, am Ende wählen Sie eine Torte aus, die Ihnen schmeckt, probieren davon, lassen auch noch mal verschieden Kollegen, Ihren Gatten oder Ihre Gattin davon kosten und überlegen sich dann, welche Torte Sie nehmen, denn die soll der Konditor dann backen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Das große Sommermenu (6) - Dreierlei mit Erdbeeren



(nsb) Wie schon der Auftakt, ist auch das Dessert eine kleine Dreieinigkeit. Jetzt reifen besonders aromatische Erdbeeren, in drei Variationen sollen

sie gemeinsam für einen fulminanten Schlussakkord in unserem Menu sorgen.

Dreierlei mit Erdbeeren

a) Erdbeerparfait

500 g Erdbeeren, 400 ccm Schlagsahne, 5 Eigelb, 120 g Zucker, 1 Prise Salz

Erdbeeren waschen, putzen und mit dem Zucker und der Prise Salz fein pürieren. Die Hälfte der Sahne mit den Eigelben verschlagen, über dem Wasserbad vorsichtig unter ständigem Rühren erhitzen, bis die Masse dickt. Dann die Schüssel in eiskaltem Wasser abkühlen. Die kalte Masse mit dem Erdbeermus mischen und die andere, steif geschlagene Hälfte der Sahne unterheben. Im Gefrierschrank mindestens sechs Stunden fest werden lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Zeit ist Macht: Mit den Möglichkeiten steigen die Erwartungen

Politiker müssen immer erreichbar sein, sofort eine Meinung haben, schnell entscheiden. Wie viel Tempo verträgt die Demokratie, ohne Schaden zu nehmen? **Überall in der Politik, nicht nur in Brüssel, herrscht der Sofortismus. Ob aus Angst vor hysterischen Märkten oder vor einem Echtzeit-Journalismus, der kein Zögern mehr erlaubt:** Politik spielt sich heute in einer Druckkammer ab. Wer auf Ereignisse nicht augenblicklich reagiert, wird nicht gehört. Und jede Reaktion auf eine Nachricht ist wieder eine neue Nachricht. Vor zwanzig Jahren hat die Nachrichtenagentur dpa jeden Tag etwa 120 Meldungen verschickt. Heute sind es mehr als 750. Ereignisströme und Geschichte beschleunigen sich.

Den Artikel von Jochen Bittner am 5. August in "Zeit.Online.Politik" [hier weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Meedia-Interview mit dem Kommunikations-Urgestein Kurt Otto: "Es laufen Säue im Sprint durchs Dorf"

Sind Kommunikatoren "Presse-Verhinderungsoffiziere", wie Henri Nannen mal sagte? Oder "Spin-Doktoren"? Oder einfach "Dienstleister"? Kaum ein Pressesprecher hat mehr Erfahrung im Verlagswesen als Kurt Otto (65). Nach 24 Jahren bei Gruner+Jahr sagt Otto "Adieu". Im Gespräch mit Meedia erzählt er, warum eine "klare Kante" im Berufsleben hilft, warum die "atemberaubende" Beschleunigung der Kommunikation nicht immer hilfreich ist, und warum er der Axel Springer AG und seinem Chef Mathias Döpfner Respekt zollt.

Das Interview mit Kurt Otto am 3. August im Branchenmedium "Meedia" [hier online weiterlesen](#).

Bildung

Presse-Seminar mit AKOMM-Zertifikat



Ein PRJ-Interview mit Beate Sohl, [AKOMM](#), Frankfurt am Main informiert über ein neues Angebot.

PR-Journal: Es gibt ein neues AKOMM-Zertifikat im Bereich der Pressearbeit. Was hat es damit auf sich?

Beate Sohl: Die AKOMM bietet in Kooperation mit dem Ausbildungsinstitut „burcom“ Seminarteilnehmern eines dort geplanten

dreitägigen Intensiv-Seminars „Praxiswissen Pressearbeit“ in München an, eine mündliche und schriftliche Prüfung abzulegen und bei Erfolg ein AKOMM-Zertifikat zu erhalten. Wir wissen aus langjährigen Erfahrungen, dass Schulungsinteressierte zunehmend kürzere Seminareinheiten bei gleichzeitiger nachweisbarer Anerkennung ihrer Leistung wünschen. Diesem Trend kommt die AKOMM nach, indem sie zusammen mit burcom eine Einheit anbietet: Kompakte Ausbildung und kompakte Prüfung in einem Gesamtangebot.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DAPR erweitert ihr Ausbildungsangebot um „Personality-Talks“

Die Grundausbildungen der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) starten ab September mit einer innovativen Neuerung: den „DAPR Personality-Talks“. Auf den kostenlosen Abendveranstaltungen lernen DAPR-Ausbildungsteilnehmer, -Alumni und -Interessenten, wie sie Konflikte im Joballtag managen, Kreativitätstechniken anwenden oder Führungsqualitäten entwickeln. Der Blick in PR-nahe Berufszweige wie Werbung und Marketing soll zudem das übergreifende Verständnis für ganzheitliche Kommunikation schärfen. Den Auftakt der „Personality-Talks“ bildet ein Charisma-Training mit dem TV-Moderator Georg Holzach am 28. August um 19 Uhr in der Villa Orange. Nähere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es unter www.dapr.de.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (4) (31.+32. KW-2012)

- Die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** bietet vom 3. bis 7. September ein Basistraining PR in Oberursel bei Frankfurt am Main an. In

diesem *Intensivtraining* werden die zentralen Grundlagen professioneller Public Relations vermittelt.

- Das Ausbildungsinstitut **PR plus GmbH** in Heidelberg startete im Oktober den Universitätslehrgang "**PR und Integrierte Kommunikation**" der Donau-Universität Krems zum fünften Mal auch in Deutschland. **Antje Lüssenhop**, Leiterin PR und Interne Kommunikation und stellvertretende Leiterin Unternehmenskommunikation der Deutschen Bahn AG, wird in diesem Jahr die **Patenschaft für den Lehrgang** übernehmen. Dies soll dazu beitragen, die Anbindung des berufsbegleitenden Kurses an die Praxis zu gewährleisten.
- Ab dem 24. August bietet die *Deutsche Presseakademie* wieder das **E-Learning-Studium "Social Media & Kommunikationsmanagement"** an. In neun Online-Modulen vermitteln Branchenexperten die wichtigsten Aspekte im praktischen Umgang mit Social Media im Bereich Public Relations.
- An der **design akademie berlin** können Studierende im Wintersemester 2012/13 erstmals zwischen Profilkompetenzen wählen. Innerhalb des Bachelor-Studiums **Marketingkommunikation** dürfen sich Teilnehmer zwischen Brand Planning, Interactive Media und Communication Management entscheiden. Fotografie, Film & Motion Design und Interactive Development können als Vertiefungen im **Kommunikationsdesign** gewählt werden. Damit will die *design akademie* auf die Nachfrage nach immer ausdifferenzierteren Berufsbildern reagieren.

Studien

Messe-PR: Journalisten wünschen es persönlich, schnell und individuell

Welche Anforderungen haben Medienvertreter an die PR-Verantwortlichen gerade auf Messen? Vor dem Hintergrund der drei großen Elektronik-Leitmessen – Gamescom und Photokina in Köln sowie IFA in Berlin – hat die Münchener PR-Agentur *HARVARD* 250 der wichtigsten technikaffinen Journalisten und Blogger nach Erfolgskriterien von Messe-PR befragt.

Das Ergebnis: 51 Prozent der Befragten bevorzugen kurze Presse-Briefings, um möglichst viele Unternehmen besuchen zu können. Dabei bevorzugen drei von vier Redakteure das persönliche "One-to-One" mit einem Unternehmensvertreter. Fast 90 Prozent planen ihre Termine im Vorfeld genau und sind am Besuchstag durch getaktet. Zusätzlich nutzen 25 Prozent der Befragten auch Presseveranstaltungen im Messe-Vorfeld. Ansonsten steht der persönliche Kontakt zum Unternehmensvertreter an erster Stelle: 70 Prozent der Journalisten schätzen diesen als zentralen Erfolgsfaktor ein.

Social Media Delphi 2012: Unternehmen bewegen sich immer professioneller im Social Web

Höhere Budgets, stärkere Investitionen in Inhalte, Strategien und Netzwerke, ein professionellerer Umgang, verbesserte Unterstützung des Managements, aber immer noch viel zu wenig Evaluation: Social Media hat in den deutschen Unternehmen und Organisationen deutlich an Stellenwert gewonnen. Dies ist das Ergebnis der deutschlandweiten Studie "**Social Media Delphi 2012**", die die Agentur Fink & Fuchs Public

Relations und das Magazin "pressesprecher" gemeinsam mit der Universität Leipzig durchführten. Einschätzungen von insgesamt **860 befragten Kommunikations-Verantwortlichen** in Unternehmen, Behörden, Verbänden, Non-Profit-Organisationen sowie in der Politik flossen dazu in diese Studie mit ein, die die Fortsetzung der früheren "[Social Media Governance](#)" bildet.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Change-Fitness-Studie 2012: Unterschiedliche Meinungen und Stolpersteine in Change Prozessen

44 Prozent der Change-Prozesse sind bislang gescheitert, so die Ergebnisse der Change-Fitness-Studie 2012, die in Kooperation zwischen der Mutaree GmbH, Eltville-Erbach und Sonja Sackmann, Professorin am Institut für Entwicklung zukunftsfähiger Organisationen der Universität der Bundeswehr in München erhoben wurde. Prozessorganisation und Kommunikation sind große Schwachpunkte, jedoch liegt eine grundlegende Problematik in der unterschiedlichen Wahrnehmung von Führungskräften und Mitarbeiter. So sind 71 Prozent der Unternehmensleitung davon überzeugt, bei bisher durchgeführten Veränderungen offen über Risiken kommuniziert zu haben. Diese Meinung teilen jedoch lediglich 32 Prozent der Mitarbeiter.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

KidsVerbraucherAnalyse 2012: Kinder lesen weiterhin gerne Zeitschriften

Bereits zum 20. Mal bietet die [KidsVerbraucherAnalyse](#) (KidsVA) einen umfangreichen Überblick zum Medien- und Konsumverhalten der aktuell 6,04 Millionen Kinder und Jugendlichen im Alter von sechs bis

13 Jahren in Deutschland. Die repräsentative Untersuchung gilt als die führende Studie für junge Zielgruppen in Deutschland. Zusätzlich wird seit dem letzten Jahr die Befragtengruppe um die vier- und fünf-jährigen Vorschulkinder (= 1,37 Millionen) erweitert. Hier steht ebenso das Medien- und Konsumverhalten im Zentrum, über das die Eltern ausführlich Auskunft gaben.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Magisterarbeit: Social Media machen politisch Aktive aktiver, die Passiven aber bleiben passiv

Das Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster zeichnet Thomas Pinz mit dem Preis für die beste Abschlussarbeit des Jahres 2011 aus. Seine Arbeit „Politische Partizipation 2.0. Eine Befragung Social Web-affiner Internetnutzer“ überzeugte die Jury des Ehemaligenvereins MedienAlumni Münster e.V. Der Preis ist mit 500 Euro dotiert (Sponsor: Kommunikationsberatung JP|KOM, Düsseldorf).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Multi-Brand-Unternehmen halten mehrheitlich Dachmarke für ebenso wichtig wie Produktmarken

Weber Shandwick hat den dritten Teil seiner Studie "[The Company behind the Brand: In Reputation We Trust](#)" vorgelegt. In dieser beschäftigt sich die Agentur mit Unternehmensreputation unter dem Titel "Multi-Brand-Spotlight". Laut der Studie, die Weber Shandwick gemeinsam mit KRC Research im Zeitraum Oktober/November 2011 durchgeführt hatte, glauben 75 Prozent der Führungskräfte in Multi-Brand-Unternehmen, dass die **positive Reputation der Dachmarke genauso wichtig wie die einzelnen Produktmarken des Unternehmens** sei. Zudem gibt die Mehrheit der

befragten Firmen an, ihre Bemühungen um eine starke Unternehmensmarke in den letzten Jahren verstärkt zu haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jeder fünfte Deutsche nutzt bereits Bewegtbild mobil

Mehr als ein Drittel (39%) der Deutschen nutzen inzwischen das Internet über mobile Endgeräte, ein Fünftel sieht sich auch Videoinhalte über Smartphone, Tablet-PC oder iPod an. Dies sind Ergebnisse des gemeinsamen DigitalBarometers Mobiles Internet von TNS Emnid, IP Deutschland und Werben & Verkaufen. 1.142 Erwachsene im Alter von 14 bis 64 Jahren waren dazu befragt worden, um mehr über die Nutzung von Bewegtbild und Apps im mobilen Internet herauszufinden.

Danach verschiebt sich die Internet-Nutzung immer stärker in den mobilen Bereich: Während 58 Prozent weiterhin mit dem Notebook und 57 Prozent mit dem Desktop-PC im Internet surfen, nutzen bereits 39 Prozent mobile Endgeräte, 8 Prozent gehen sogar über ihren Fernseher ins Internet. Häufigstes Motiv für die mobile Internetnutzung sind Apps mit 58 Prozent sowie die Kontaktpflege in Sozialen Netzwerken (56%), gefolgt von Informationen zu sportlichen Großereignissen (30%).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Gesucht: Die besten PR-Bilder 2012

Welches sind die **besten PR-Bilder des Jahres 2012**? Wie jedes Jahr rufen die dpa-Tochter news aktuell und das Magazin "pressesprecher"

zum *PR-Bild Award* auf. Unter www.pr-bild-award.de/kategorien können aus 70

vorausgewählten Fotos die besten Motive von Unternehmen und Organisationen in den Kategorien Sport, Eventfotografie, Tourismus, Unternehmenskommunikation, NGO, Portrait und Produkt gewählt werden. Die Abstimmung läuft noch bis zum 16. September.

Social Media Praxistage der scm am 16. und 17. Oktober in Frankfurt am Main

Unter dem Motto „Fit für PR und Marketing im Social Web“ veranstaltet die scm am 16. und 17. Oktober die Social Media Praxistage in Frankfurt am Main. Zehn praxisnahe Workshops aus den Bereichen PR und Marketing stehen zur Auswahl, um Wissen zu Strategie- und Trendthemen im Austausch mit Kollegen und Experten zu vertiefen. Referenten sind u.a. Annabelle Atchison (Microsoft), Anja Beckmann (get noticed!), Daniel J. Hanke (Klenk & Hoursch), Thomas Helfrich (Bayer) und Ergin Iyilikci (Scout 24). Mehr Informationen: scm-praxistage.de/social_media_praxistage.

VIS A VIS-Veranstaltung 2012 der AKOMM zum Thema Tourismus-Kommunikation auf Sylt

PR für die Insel - Public Relations in der Tourismusbranche am Beispiel von Sylt. Am 12. Oktober 2012 um 19 Uhr beginnt die zweite „VIS A VIS-Veranstaltung“ der Akademie für Kommunikationsmanagement (AKOMM), die für ehemalige Prüfungsabsolventen der AKOMM stattfindet. Gastgeber der diesjährigen Veranstaltung ist die Sylter Marketing GmbH in Westerland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Preisverleihung PR-Preis-Gala am 26. Oktober im Kurhaus in Wiesbaden

Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin und das F.A.Z.-Institut, Frankfurt am Main laden zur Preisverleihung des „Internationalen Deutschen PR-Preises“ am 26. Oktober 2012 in das Kurhaus in Wiesbaden ein. 62 Finalisten aus 345 Einreichungen wurden von der Jury am 14./15. Juni für die Endausscheidung nominiert. Der Berliner TV-Journalist Sascha Hingst wird die Preisgala moderieren, zu der rund 500 PR-Experten und Führungskräfte erwartet werden. Anmeldung bis zum 16. Oktober 2012 unter www.der-deutsche-pr-preis.de. Folgende Auszeichnungen werden vergeben: 21 Kategorienpreise, Deutscher Image-Award, Kommunikator des Jahres, Albert-Oeckl-Wissenschaftspreis, Junior-Award.

Termine compact (7) (31.+32. KW-2012)

- Vom **24.-26. September** findet in Hamburg die **5. Social Media Conference** statt. In über 30 Sessions werden Experten aufklären, wie sich soziale Kanäle effektiv in der Unternehmenskommunikation einsetzen lassen. Dazu werden anhand konkreter Fallbeispiele u.a. Kampagnen nach Erfolgsfaktoren analysiert, Einflüsse auf die Kundenbindung dargestellt oder auch die Bedeutung der Social Search erörtert. Ein weiterer Schwerpunkt wird auf dem B2B-Sektor liegen. Weitere Programmpunkte lassen sich [hier abrufen](#).
- Die Social-Media-Expertinnen und PRJ-Redaktionsmitglieder Anja Beckmann, Köln und Nadja Amireh, Düsseldorf veranstalten an der **Berliner Journalistenschule** Seminare zum Thema **"Professionelle Social Media**

Konzeption": Termine: 1./2. Oktober und 17./18. Dezember. Infos + [Anmeldung hier](#).

- Die **DPRG-Landesgruppe Norddeutschland** veranstaltet am 4. September ab der Handwerkskammer Hamburg wieder einmal einen **Stadtteilrundgang**. Besichtigt werden Handwerkskammer, Brahms-Kontor und Nordevent Panorama-Deck im Emporio (ehemaliges Unileverhochhaus). Anmeldungen per Fax an 040-319927819.
- Ralf Leinweber, Head of Corporate Communications bei BAT in Hamburg ist Gesprächspartner des PR-Nachwuchses bei der nächsten **"Speaker's Corner - Der junge PR-Talk"** der **DPRG-Landesgruppe Norddeutschland** am 28. August im Cafe Hadley's in Hamburg. Anmeldungen nur über www.otseinladung.de/event/8732c77aa5.
- Der Shitstorm - Was erlauben Zamperoni?** Es geschah in der Halbzeitpause des EM-Halbfinals Deutschland gegen Italien. „Tagesthemen“-Moderator Ingo Zamperoni löste mit seiner Moderation einen Sturm der Entrüstung zahlreicher deutscher Fußballfans aus. Kai Gniffke (Erster Chefredakteur ARD-aktuell) berichtet am 16. August im **PR Club Hamburg** was sich in der ARD-aktuell-Redaktion zur Zeit des Halbfinals abspielte, wie sich ein Shitstorm anfühlt und wie man am besten damit umgeht. Die Veranstaltung beginnt um 19:30 Uhr im Salon Schmidt, Spielbudenplatz 27-28 in Hamburg. Anmeldung über: www.otseinladung.de/event/c1a23993e2.
- Die EW Medien und Kongresse in Frankfurt am Main lädt für den 20. September nach Karlsruhe zum **EW-Forum** ein. Thema: **"Mit Kommunikation elektrisieren - Schlüsselfaktoren der erfolgreichen PR-Arbeit"**. Infos + [Anmeldung hier](#).
- Neue publizistische und wirtschaftliche **Möglichkeiten im Online-Journalismus** sind das Thema der **DJV-Tagung Besser Online 2012** am 15. September in Bonn. Unter dem Motto "Neue Wege im Netz" werden u.a. Lokalblogs vorgestellt und Beispiele aufgezeigt, wie sich Öffentlichkeit im Internet organisieren lässt. Weitere Foren behandeln u.a. die netzgerechte

Vermittlung von Inhalten, Chancen und Risiken von Bezahlschranken und Tipps für ein journalistisches Profil im Internet.

Tipps

Rixdorfer Illustrierte Nr. 1: Illustrierte Texte aus dem Werk des Baron de Coubertin

Unser Redaktionsmitglied Horst Kerlikowsky ist nicht nur erfahrener Wirtschaftsjournalist, sondern auch Galerist in Berlin. Anlässlich der 30. Olympischen Spiele in London hat er ein besonderes Angebot veröffentlicht. Den Geist der Olympischen Spiele setzten damals (1972 - Olympiade München) kritisch, ironisch und witzig die vier Künstler Uwe BREMER, Ali SCHINDEHÜTTE, Josi VENNEKAMP und Arno WALDSCHMIDT in der "Rixdorfer Illustrierten Zeitung Nr.1" um. Sie schufen auf zehn Seiten Büttenpapier mehrere Holzschnitte und mit Holzbuchstaben zusammengesetzte Texte, die der Satiriker und Literat Horst TOMEYER geschrieben hatte, der als Textschreiber für die Lach- und Schieß-Gesellschaft und die Stachelschweine bekannt geworden war. *Bei Interesse nehmen Sie bitte direkt Kontakt mit Horst Kerlikowsky auf. PR-Journal-Leserinnen und -leser erhalten einen Rabatt von 15 Prozent. Weitere Infos online hier.*

Checkliste "Social Media Newsroom" zum Download

Sie möchten einen Social Media Newsroom einrichten? Dann nutzen Sie die Checkliste von www.newsroomwizard.com, um nichts Wichtiges zu vergessen. Die Checkliste fasst die bisher erschienenen Einzelartikel zu den

Themenbereichen "Inhalte", "Features", "Technik" und "Usability" in einer praktischen Liste zusammen. Christian Jansen vom Anbieter NewsRoomWizard (a project by Adiwidjaja Teamworks) in Ahrensburg weist darauf hin dass die Checkliste unter einer Creative Commons Lizenz steht. Die Verwendung für kommerzielle und private Zwecke ist also erlaubt. [Hier geht es zum Download.](#)

Tipps compact (1) (31.+32. KW-2012)

- Die Münchner Full-Service-Agentur [F&H Public Relations](#) hat ein **Whitepaper zur Messekommunikation** unter Einsatz der Web 2.0-Kanäle erstellt. Hintergrund: Obwohl B2B-Unternehmen aktuellen Studien zufolge durchschnittlich 43 Prozent ihres Marketingetats für Messen ausgeben, sind ihre Social Media-Aktivitäten vor und während einer Messe noch eher dürftig. Das Whitepaper kann per Mail unter presse@fundh.de angefordert werden.

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 34.537 Visits im Juli 2012

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Juli 2012 insgesamt 34.537 Besucher. Knapp 50 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PR-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.114 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,9 Seiten an - daraus errechnen sich 98.976 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

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 fuer diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 7 aktuellen Angebote fuer diesenBereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [PR-BeraterIn Healthcare Köln - Internationale Projekte](#)
- [\(Junior-\) PR-Berater/in, München](#)
- [Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater \(m/w\)](#)
- [Junior-PR-Berater/-in, Hamburg](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), München](#)
- [Teamleiter Public Relations \(m/w\), Berlin](#)
- [Akima sucht PR Manager/in B2B Technologie in München](#)
- [Berater/in mit Redaktionserfahrung, Berlin / Köln / Frankfurt](#)
- [PR-Redakteur \(w/m\) B2B-Bereich, Tübingen](#)
- [waterworks sucht PR-Berater/in, Stuttgart](#)
- [PR-Manager/in, München](#)
- [PR- und Social Media Berater/in \(Vollzeit, unbefristet\), Berlin](#)
- [Kommunikations-Berater/in, Düsseldorf](#)
- [PR-Berater/-in und Junior-Berater/-in, München](#)
- [Junior-PR-Berater/-in](#)
- [PR-Berater/-in Schwerpunkt Tourismus](#)

- [Junior-Berater/in, Hamburg](#)
- [Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main](#)

Unternehmen

- [PR-Berater/in für academics.de, führender Stellenmarkt in Wissenschaft, Forschung & Entwicklung](#)
- [Online-Redakteur/in in Vollzeit, Filderstadt](#)
- [Technische/n Redakteur/in, Cloppenburg](#)
- [Pressesprecher/in, Berlin](#)
- [Presse- und Medienfachkraft \(m/w\), Freiburg](#)
- [Fachkonzeptionist \(m/w\) Grundsatzfragen der Unternehmenskommunikation, GIZ](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Leiterin/Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte](#)
- [Pressereferent/in, Hamburg](#)
- [PR-Referent Schwerpunkt Messe \(Elternzeitvertretung/Teilzeit\), Köln](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 03. April 2012 – 01:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **15.939 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) - "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - "SocialMedia"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Dominik Ruisinger, Berlin (ruisinger[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - "Schebens Karriererat"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - "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

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>.