

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 347 / 33. + 34. KW 2012

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 347. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 76 Einzelmeldungen):

1. *Uschi Reineke kann uns nicht mehr beraten*
2. *Mobilgeräte lassen Internet-Nutzung in Deutschland weiter steigen*
3. *Knüwer: Ein offener Brief an Julia Friedrichs*
4. *PR-Blogger: Formt Social Media den Arbeitsplatz der Zukunft?*
5. *Thomas Kahmann: neuer PR Manager bei Samsung Electronics*
6. *Personalien compact - Agenturen (6) (33.+34. KW-2012)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (18) (33.+34. KW-2012)*
8. *Personalien compact - Sonstige (4) (33.+34. KW-2012)*
9. *Faktor 3 zwitschert für Twitter*
10. *Scholz & Friends gewinnt Etat der Bundesagentur für Arbeit*
11. *Silk Relations trägt künftig Levi's*
12. *Text100 steuert internationale B2B-Kommunikation für Vodafone*
13. *A&B One gewinnt interne Compliance-Kampagne der Deutschen Bahn*
14. *Etats compact (27) (33.+34. KW-2012)*
15. *20 Jahre Communication Presse und PR: Gatekeeper-Funktion der Journalisten verschwindet zunehmend*
16. *Bewerbungsfrist für PR Report Awards gestartet*
17. *Die gemeinsame Stimme von HR und PR*
18. *Branche compact (2) (33.+34. KW-2012)*
19. *Neugründungen compact (3) (33.+34. KW-2012)*
20. *Sozialhelden starten Online-Portal "Leidmedien"*
21. *Wenn User die Zeitungsinhalte bestimmen*
22. *Medien compact (2) (33.+34. KW-2012)*
23. *Das Reiseblogger-Kollektiv: Wenn im Blog die Leidenschaft für's Reisen überkommt ist, die halbe Miete schon geschafft!*
24. *Facebook-Marketing-Training: Alles über Facebook-Strategien, Seitengestaltung, Community Management u.v.m.*
25. *Intensiver Kundendialog bei Facebook?*
26. *Unternehmensstrategie: Der unterschätzte Einfluss von Social Media*
27. *Interview mit Jan Westerbarkey: Lohnt sich Social Media für ein B2B-Unternehmen?*
28. *Social Media compact (4) (33.+34. KW-2012)*
29. *Social Media: Online Reputationsmanagement zum Schutz des Unternehmens und der Marke*
30. *Das bin ich – 50 Tipps für die perfekte Online-Reputation*
31. *Reputation: Online-Auftritt: So pflegen Firmen ihr Image im Netz*
32. *Weltmeister des PR-Schweigens: Über Hidden-Champions, die kaum einer kennt*
33. *Kerlikowsky: Energie + Klima - Die Energiewende ist gescheitert*
34. *Salz-Kolumne: Die Zapp-Gesellschaft*
35. *Leg Dich nicht mit dem Türsteher an!*
36. *Gerücht: Europa und Bayern - Mir san mir!*
37. *Kommentar: CSR hat ihren Preis*
38. *Der Wert Sicherheit wird in den kommenden Jahren wieder stark an Bedeutung gewinnen*
39. *depak bietet "Social Media & Community Management"-Studium*
40. *Bildung compact (6) (33.+34. KW-2012)*
41. *TNS Studie: 39 Prozent der 14- bis 64-Jährigen gehen mit dem Handy online*
42. *Kienbaum Studie: Marketinggehälter steigen auch 2012*
43. *ITK-Branche ist unzureichend auf*



- Shitstorms vorbereitet*
44. *DIM-Studie vergleicht Presseportale*
 45. *Klappe PR Filmfestival legt Juryvorsitz und Bewerbungsfrist fest*
 46. *Face to Face-Konferenz öffnet vom 15. bis 17. November für die PR-Branche*
 47. *Termine compact (4) (33.+34. KW-2012)*
 48. *PR-Blogger: 21 Karriere- und Job Blogs*
 49. *Jobbörse*
 50. *Impressum*

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

Seite 1

Uschi Reineke kann uns nicht mehr beraten



Heute (am 22. August) bin ich sehr traurig. Gestern Abend ist Uschi Reineke (geb. 1947) nach kurzer schwerer Krankheit in Heidelberg gestorben - unser Herrgott hat sie erlöst. Sie war seit dem Start des PR-Journals im November 2004 mit dabei - unsere Freundschaft begann aber schon vor 30 Jahren. Sie war Ehefrau und Ratgeberin meines besten beruflichen und persönlichen Freundes Wolfgang Reineke (geb. 1940). Uschi hat uns vor allem mit ihrem profunden Wissen in internationaler Wirtschaft und Kommunikation viel geholfen. Als Diplom-Dolmetscherin und -Übersetzerin war sie uns in vielfacher Weise verbunden. Danke und R.I.P..

Mitgefühl und Gedanken von meiner Frau und mir sind nun bei Wolfgang und den gemeinsamen fünf Kindern.

Mobilgeräte lassen Internet-Nutzung in Deutschland weiter steigen

Die Internet-Verbreitung in Deutschland hat eine neue Rekordmarke erreicht. Dies ist das Ergebnis der heute publizierten *ARD/ZDF-Onlinestudie 2012*, zu der bundesweit 1.800 Erwachsene befragt wurden. Danach stieg die Zahl der Online-Nutzer von 73 Prozent aus dem vergangenen Jahr auf 75,9 Prozent und damit auf 53,4 Millionen Deutsche an. Insgesamt 1,7 Millionen neue Anwender kamen so im vergangenen Jahr neu hinzu. Die höchsten Zuwachsraten verzeichnete wie in den Vorjahren die 50plus-Gruppe: 76,8 Prozent der Über-50-Jährigen und 39,2 Prozent der Über-60-Jährigen sind mittlerweile online.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Knüwer: Ein offener Brief an Julia Friedrichs

von Thomas Knüwer, Düsseldorf, Blog "Indiskretion Ehrensache", am 17. August 2012

Sehr geehrte Frau Friedrichs, wir kennen uns nicht. Sie sind eine ordentlich dekorierte Journalistin, ihre bisherige Arbeit ist mir bisher in Erwähnungen und Zitaten begegnet, es hat sich nicht ergeben, dass ich eines ihrer Bücher las. Gelesen/gehört habe ich aber einen Text, den sie für DRadio Kultur verfasst haben und der sich mit Facebook beschäftigt. Eigentlich könnte man den links liegen lassen. Er ist undurchdacht, wütend und uninformiert, im Internet

--	--	--

nennen wir solch einen Ausbruch "Rant". Dummerweise aber legen Sie alle Hebel in mir um, wenn es darum geht die Probleme des Journalismus in Deutschland zu beschreiben. Und deshalb möchte ich einige Passagen Ihres Werkes näher betrachten. Sie erlauben?

[Hier online weiterlesen.](#)

Bitte diesen 'Offenen Brief' von Thomas Knüwer unbedingt lesen - es ist mit das Beste, was seit langem in Internet zu lesen war. Spannend wird sein, ob und welche Reaktionen daraufhin erfolgen. -fff-

PR-Blogger: Formt Social Media den Arbeitsplatz der Zukunft?

Wie sieht der "Arbeitsplatz der Zukunft" aus, wie wird mit Wissen umgegangen und welche Rolle spielt dabei Social Media? Zwei Studien versuchen, darauf Antworten zu geben. Mit dem Übergang von der Industrie- zur Wissensgesellschaft haben sich unsere Arbeitsplätze und Arbeitsformen verändert. Auch Informations- und Kommunikationstechnologien haben wesentlichen Anteil an diesem Wandel. Eine der wesentlichen Fragen lautet: Wie kann in diesen veränderten Bedingungen die "Wissensarbeit", die Kommunikation und die Zusammenarbeit über die Wertschöpfungskette gelingen? Es scheint, als gebe es dafür noch keinen optimalen Weg. Könnte Social Media die Lösung sein?

Den Artikel von Alexander Stocker am 13. August in Klaus Ecks Blog "PR-Blogger" [hier online weiterlesen.](#)

Mal was mit
Social Media
machen.
Oder doch
nicht?

Strategie bei
Lautenbach Sass.

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

Personalien

Thomas Kahmann: neuer PR Manager bei Samsung Electronics

Thomas Kahmann (32) ist ab sofort PR Manager bei Samsung Electronics in Schwalbach/Ts.. In dieser Position ist Kahmann verantwortlich für die Corporate-PR und Bereiche der Produkt-PR des Unternehmens. Er berichtet direkt an Georg R. Rötzer, Director Corporate Marketing. Mit dem Ausbau des PR-Teams stärkt Samsung Electronics seine Corporate Marketing-Abteilung im Sinne einer einheitlichen Markenkommunikation entlang des Kaufentscheidungsprozesses.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (6) (33.+34. KW-2012)

- Der Finanzredakteur **Jörg Droste** (45) unterstützt ab sofort das Team der Kommunikationsagentur *achtung!* in Hamburg. Der 45-Jährige war zuvor in verschiedenen Finanzredaktionen tätig, u.a. als Ressortleiter Versicherungen "Cash". Zuletzt arbeitete er als Pressereferent in der ERGO-Unternehmenskommunikation. Bei *achtung!* wird Droste für Finanz- und Versicherungskunden tätig sein, nachdem die Agentur zuletzt mehrere Etats im Finanzsektor gewonnen hatte.
- **Amrei Kommer** (24) unterstützt künftig das Team von *Kern Gottbrath Kommunikation* in München. Sie kommt von burckhardt pr, wo sie ein Volontariat absolviert hatte. Künftig wird die PR-Beraterin die Agenturkunden Hanweg und Carinthia betreuen. Sie übernimmt damit die Stelle von **Julia Enghart**, die Ende August in Mutterschutz geht.
- **Christiane Kroll** wird ab 1. September den Bereich „HR-, Restrukturierungs- und Change Communications“ bei *Hill + Knowlton Strategies* in Frankfurt am Main besetzen. Bereits in der Vergangenheit hatte sie mehrere große Veränderungsprozesse in der deutschen Wirtschaft begleitet. Kroll folgt damit auf **Pascal Frank**, der zu A&B One gewechselt ist.
- **Pascal Frank** (42) wechselt innerhalb der Stadt Frankfurt am Main von Hill + Knowlton Strategies zu *A&B One* und verstärkt dort die Geschäftsleitung. Künftig soll Frank v.a. den Aufbau des Kompetenzbereiches Change-, Restrukturierungs- und HR-Kommunikation verantworten. Frank wechselt damit zu der Agentur zurück, in der er bereits in den Jahren 2004 und 2005 als stellvertretender Geschäftsführer aktiv war.
- **Jochen Eversmeier** (45) übernimmt ab Oktober die Redaktionsleitung bei der Kommunikationsberatung *Faktenkontor* in Hamburg. Der Wirtschaftsjournalist

KOMMUNIKATIONS KONGRESS 2012

INTERNATIONALE FACHTAGUNG FÜR PUBLIC RELATIONS



Mit Keynotes von



Prof. Dr. Manfred Spitzer
Leiter des Trans-
leranzentrums
für Neurowis-
senschaft und
Lernen

Monika Piel
Vorsitzende
der AfD und
Intendantin
des WDR

Bodo Hombach
ehem. Geschäfts-
führer der
WAZ-Gruppe

Dr. Rüdiger Grube
Vorstandsvor-
sitzender der
Deutschen Bahn

Torsten Albig
Ministerpräsident
des Landes
Schleswig-
Holstein

WWW.KOMMUNIKATIONSKONGRESS.DE

kommt von der Financial Times Deutschland, für die er zuletzt die Berichterstattung über die Sieger der Gründerinitiative enable2start verantwortet hat. Bei *Faktenkontor* wird er das agentureigene Redaktionsteam führen und direkt an die Geschäftsführung berichten.

- **Nadine Rohner** ist neues Team-Mitglied bei *Maurer Partner Communications* in Bern. Sie wechselt von den Aquilana Versicherungen zur Schweizer Kommunikationsagentur. Dagegen hat die PR-Beraterin **Cornelia Steck** nach vier Jahren die Agentur verlassen, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen.

Personalien compact - Unternehmen (18) (33.+34. KW-2012)

- **Jörg Utecht** (40) ist neuer Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim *IVD West*, dem Regionalverband des Immobilienverbands Deutschland in Köln. Zu seinen Aufgaben fällt neben der

Pressearbeit die interne Kommunikation sowie das Veranstaltungsmanagement. Er tritt die Nachfolge von **Philipp Schiwiek** an. Utecht kommt von MailStore Software, wo er Director Marketing Communications war.

- **Astrid Deilmann** (37) leitet seit August die neu geschaffene Unit Digitale Kommunikation beim **WWF Deutschland** in Berlin. Diese bündelt künftig die Bereiche Online-Redaktion, Social Media und Bewegtbild der Umweltorganisation. Zuvor war **Deilmann** bereits Pressesprecherin des WWF unter **Jörn Ehlers**.
- **Vincenzo Luca** (44) verstärkt seit Juli als Pressesprecher den Konzernbereich Unternehmenskommunikation vom **TÜV SÜD** in München. Der in Singen geborene Italiener berichtet künftig an Kommunikationschef **Matthias Andreesen Viegas**. Luca kommt vom ADAC, wo er von 2007 bis 2012 diverse Positionen innerhalb der Öffentlichkeitsarbeit innehatte. Er folgt auf **Frank Volk**, der nach vier Jahren vom Unternehmen zur Fachzeitschrift *Automobil Produktion* gewechselt war.
- **Daniel Göring** (46) wird ab Oktober neuer Head of Corporate Communications bei **Orascom Development**, dem Konzern des Tourismusunternehmers Samih Sawiris im Schweizerischen Altdorf. Der langjährige Journalist, der zuletzt die Kommunikationsabteilung des Schweizer Bundesamtes für Zivilluftfahrt geleitet hatte, wird für sämtliche Kommunikationsaktivitäten der Holding zuständig sein. Er folgt auf **Alain Gozzer**, der das Unternehmen verlassen hat.
- **Dominik Müller** steigt zum 1. Januar zum neuen Leiter der Corporate Communications der Schweizer **Baloise Group** in Basel. Bereits seit Oktober 2010 ist er als Leiter Group Media Relations für das Unternehmen tätig. Er folgt damit auf **Thomas Kähr**, der nach 13-jähriger Führung der Unternehmenskommunikation sich als



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 Rückler Foodwatch | Klaus Max Smolka Financial Times Deutschland | Nicolas von Sobbe McDonald's

www.krisenpr-tagung.de

Berater selbstständig macht und auch für Baloise tätig sein wird.

- A.T. Kearney verstärkt sich mit zwei neuen Marketing-Koordinatoren. In Düsseldorf unterstützt bereits seit dem 1. Mai **Anika Martin** (27) als Marketing & Communications Koordinator das DACH-Team. Sie arbeitete zuletzt als Online-Redakteurin beim Healthcare-Portal DocCheck in Köln und berichtet direkt an **Thomas Becker**, Director Marketing & Communications DACH. In Wien steigt **Stefanie Freyer** (32) zum Marketing Coordinator auf und verstärkt damit das DACH-Marketing-Team.
- **Stefan Schubert** (29) hat zum 1. August 2012 die Position Head of Marketing bei der **Foto Walser GmbH & Co. KG** in Burgheim übernommen. In dieser Funktion verantwortet er die strategische Markenführung und den weiteren Markenausbau auf dem deutschen und europäischen Markt. Zudem ist Schubert Sprecher für die nationale und internationale Unternehmenskommunikation.

- **Bettina Lichtenberg** (46) übernimmt zum 1. Oktober die Leitung der Unternehmenskommunikation beim Hanauer Edelmetall- und Technologiekonzern *Heraeus*. In dieser Position verantwortet sie die interne und externe Kommunikation der Unternehmensgruppe und berichtet an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, **Frank Heinrich**. Lichtenberg kommt von Körber-Gruppe in Hamburg, wo sie ebenfalls die Konzernkommunikation leitete.
- **Julia Weinecker** und **Madeleine Wohlfahrt** sind ab sofort für die Pressearbeit beim *Opernhaus Zürich* zuständig. Weinecker, die von der Kommunikationsagentur van Almsick nach Zürich wechselt, wird als Pressereferentin für Oper und Konzert verantwortlich sein; Wohlfahrt, die vom Filmverleih Walt Disney Switzerland kommt, wird die Medienarbeit für das Ballett koordinieren.
- **Jens Tiedemann** (40) wird ab 1. September neuer Leiter der Konzernkommunikation von Styria Media Group AG in Graz. Er folgt auf **Birgit Hübler**, die in Bildungsurlaub geht. Künftig verantwortet Tiedemann die gesamte interne und externe Kommunikation und ist Vorstandssprecher **Wolfgang Bretschko** direkt unterstellt. Er kommt von Red Bull Media House, wo er seit 2009 als Head of Communications für ServusTV tätig war.
- **Frank Jungbluth** (44) ist seit Anfang August Head of Corporate Communications bei der Wohnungsgesellschaft *Deutsche Annington Immobilien* in Bochum. In dieser Aufgabe verantwortet er die gesamte Konzernkommunikation des Unternehmens.
- **Nina Schultes** (33) ist seit Mitte August Pressereferentin beim Verband der Privaten Krankenversicherung (*PKV*). Zuvor leitete sie drei Jahre lang das Abgeordnetenbüro von Christian Lindner (FDP). Schultes berichtet direkt an den



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.
E.A.Z.-INSTITUT

Geschäftsführer Kommunikation **Stefan Reker**.

- **Florian Dieckmann** rückt nach einem Jahr bei AstraZeneca zum Pressesprecher auf. Er folgt damit auf **Kerstin Heinemann** (30), die nach gut eineinhalb Jahren *das Unternehmen* auf eigenen Wunsch verlässt, um eine neue berufliche Herausforderung außerhalb der Pharmabranche anzunehmen.
- **Michael Braun** verlässt nach fünf Jahren als Pressesprecher die Fluggesellschaft Austrian Airlines. Künftig will er sich neuen Herausforderungen außerhalb der Airline-Branche stellen. Die Nachfolge von Braun ist noch ungeklärt. Bereits zum 1. Januar war der frühere Kommunikationschef der *AUA*, **Martin Hehemann**, zur Versicherung Uniqa Group gewechselt, um dort den Bereich "Group Communication & Brand Management" zu leiten.

- **Andreas Wegeleben** (42) hat bereits seit April 2012 als Direktor Global Marketing & Communication die Verantwortung für die weltweiten Kommunikationsaktivitäten beim Systemkomponenten-Entwickler *Bizerba* übernommen. In dieser Funktion berichtet er direkt an die Geschäftsführung. Er kommt von der Marketing- und Online-Agentur nexum AG, wo er seit 2008 als Bereichsleiter Marketing Services und als Account Manager fungierte.
- **Markus Teubner** (38) verstärkt ab 20. August die Konzernkommunikation von Vodafone in Düsseldorf. Als Pressesprecher wird er die externe Kommunikation für den Geschäftskundenbereich von *Vodafone Deutschland* verantworten und direkt an den Leiter Produktkommunikation und Regionalpresse, **Bernd Hoffmann**, berichten. Teubner kommt von der Münchner Kapitalanlagegesellschaft Pioneer Investments, wo er ebenfalls bislang als Pressesprecher fungierte.
- **Daniel Göring** (46) wird Mitte Oktober neuer Head of Corporate Communications bei *Orascom Development* in Altdorf, Schweiz. In dieser Funktion wird er die Unternehmenskommunikation der Holding inklusive des Tourismus-Projektes Andermatt Swiss Alps verantworten. Göring kommt vom Schweizerischen Bundesamt für Zivilluftfahrt, wo er seit 2005 die Kommunikationsabteilung leitet.
- **Elke Ludin-Zobel** ist neuer Head of Products and Operations bei der *Social Media Akademie* in Mannheim. Künftig wird Ludin-Zobel für die Planung und Realisierung der Online-Lehrgänge zuständig sein. Zuvor war die langjährige Produktmanagerin u.a. als Konferenzmanagerin beim Management Circle aktiv.



Mediendatenbank für Deutschland, Österreich und die Schweiz

Personalien compact - Sonstige (4) (33.+34. KW-2012)

- Nach nur wenigen Monaten beendet **Sabine Adler** wieder ihren Job als Pressesprecherin beim Bundestag und kehrt zum Deutschlandradio zurück. Für dieses wird sie künftig aus Warschau berichten. Vor ihrer Episode im Bundestag hatte sie das Hauptstadtbüro des Senders geleitet.
- **Dirk Herrmann** ist neuer Pressesprecher bei der *CDU in Niedersachsen*. Der frühere *Bild*-Journalist wird für die Strategie im bevorstehenden Wahlkampf zuständig sein. Der bisherige Pressesprecher **Torben Stephan** wird dagegen künftig nur noch für Fragen der Pressearbeit zuständig sein. Diese Degradierung ist eine Reaktion auf den verunglückten Versuch, ein selbst geführtes Interview mit dem Ministerpräsidenten David McAllister in den Medien zu platzieren.
- **Jan Kolbaum** (62) übernimmt ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der *Medienholding Ganske Verlagsgruppe* in Hamburg. Er wird Nachfolger von **Kurt Breme** (67), der mit seinem Medienbüro bislang diese Aufgabe wahrgenommen hatte. Jan Kolbaum wird die neue Aufgabe zusätzlich zu seiner Funktion als Redaktionsdirektor von Hoffmann und Campe Corporate Publishing übernehmen.
- **Larissa M. Bieler** (33) wird zum 1. Juli 2013 neue Chefredakteurin des *Bündner Tagblatts*. An der Redaktionsspitze der Tageszeitung aus der Südschweiz folgt sie dann auf **Christian Buxhofer**, der sich dann anderen Tätigkeiten zuwenden will.

Etats

Faktor 3 zwitschert für Twitter

Seit Mitte August unterstützt die Agentur *Faktor 3* die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Microblogging-Dienstes Twitter in Deutschland. Diese steht unter der Verantwortung des Twitter Deutschland Teams um Dirk Hensen, Head of Communications und Public Affairs, sowie Market Director Germany Rowan Barnett. Die Hamburger Kommunikationsagentur baut damit ihre Expertise im Online- und Social Media Bereich weiter aus. Zuvor hatte Faktor 3 bereits Social Communities wie das weltweit führende Business Netzwerk LinkedIn betreut.

Scholz & Friends gewinnt Etat der Bundesagentur für Arbeit

Nach einem Pitch hat sich die Berliner Agentur den Etat für die Kommunikationskampagne zum Thema Sozialgesetzbuch II der Bundesagentur für Arbeit (BA) gesichert. Mit einem Kampagnenmix aus Anzeigen, Webfilmen, Digital- und PR-Maßnahmen sollen ab Herbst die Vorurteile von Arbeitgebern gegenüber Hartz-IV-Empfängern bekämpft und diese stärker in den Arbeitsmarkt integriert werden. *Scholz & Friends Agenda* setzt damit die Zusammenarbeit mit der Bundesagentur fort. Bereits im Jahre 2009 hatten die Berliner die erste Kampagne zum Thema Hartz4 unter der Überschrift "Hilfreiche Hände" konzipiert und umgesetzt.

Silk Relations trägt künftig Levi's

Nach 24 Jahren hat die **Jeansmarke Levi's ihre PR-Agentur** gewechselt. Künftig wird *Silk Relations* den deutschlandweiten

Kommunikationsetat verantworten und damit den bisherigen Etathalter Häberlein & Mauerer ersetzen. Die **Berliner Agentur** um die Gründerinnen Silke Bolms und Kerstin Geffert setzte sich dazu in einem Pitch durch. Der Fokus der Arbeit wird auf der Betreuung der Marken- und Produktkommunikation im Print- sowie im Online-Bereich liegen. Silk Relations hat bereits heute Fashion-Marken wie Nike, Kilian Kerner, Scholl Footwear aber auch Beck's in ihrem Portfolio.

Text100 steuert internationale B2B-Kommunikation für Vodafone

Die Vodafone Group hat Text100 mit ihrer **weltweiten B2B-Kommunikation** beauftragt. Als globale Agentur mit Deutschlandsitz in München wird sie die **Kampagnen in Europa, im asiatisch-pazifischen Raum und in den USA** begleiten. *Text100* wird Vodafone bei der strategischen Planung, beim globalen Kampagnenmanagement und bei der lokalen taktischen Umsetzung unterstützen. Im Fokus der Initiativen werden kleinere Organisationen bis hin zu multinationalen Konzernen stehen.

A&B One gewinnt interne Compliance-Kampagne der Deutschen Bahn

Im Rahmen einer internen Compliance-Offensive will die Deutsche Bahn mit einer Kommunikationskampagne das bestehende Regelsystem wirksamer in der Organisation verankern. Eingebettet in laufende Compliance-Aktivitäten soll diese die wichtige Schutzfunktion der Konzern-Compliance bewusst und Hilfestellungen für Management und Mitarbeiter deutlich machen. Dazu hat die Deutsche Bahn jetzt die *Agentur A&B One* beauftragt, die sich in einem Wettbewerb durchsetzen konnte.

A&B One-Partner Hartwin Möhrle dazu: "Im Kern geht es um die Verbindung einer emotional und inhaltlich starken Kreativ-Idee mit einem operativ konsequent umgesetzten Informations- und Vermittlungskonzept". Die integrierte Kampagne soll im November starten. Der Fokus soll zunächst auf dem Bereich Infrastruktur liegen und dann schrittweise auf andere Bereiche angepasst werden.

Etats compact (27) (33.+34. KW-2012)

- Moosacher Nahversorgungszentrum (MONA), München
was: *Kommunikationskampagne aus PR, Werbung, Event für das neue Zentrum*
an: **Comeo**, München
- Institut für dentale Sezierung, Köln
was: *Kommunikationskonzept zum Thema Lachgas bei Zahnbehandlung*
an: **Bittmann Kommunikation**, Wehrheim
- Audi, Ingolstadt
was: *Fahrzeugpräsentation Einführung des A3 in Norddeutschland*
an: **east end communications**, Hamburg
- Gruner+Jahr, Hamburg
was: *Strategische Beratung und Social Media Kampagne für Magazin "Coach"*
an: **webguerillas**, München
- Iveco Magirus, Ulm
was: *Konzeption und Pressearbeit zum Wettbewerb bestes Feuerweherteam*
an: **Talk of Town. Wächter & Wächter**, München
- Sangean, Taiwan
was: *Pressearbeit*
an: **fuchs media consult**, Gummersbach
- LichtBlick, Hamburg
was: *Beratung bei Unternehmenskommunikation, Studien, Pressearbeit*
an: **Faktenkontor**, Hamburg
- Business Intelligence Group (B.I.G.), Berlin
was: *PR-Beratung, Pressearbeit, Social Media Strategie*
an: **Oseon**, Frankfurt am Main
- 3M, Rüschnikon (CH)
was: *Medienarbeit und PR-Strategien*
BaByliss, Delémont (CH)
was: *Produkt-PR in der Schweiz*
MrLens, Zug (CH)
was: *Schweizer Pressestelle für den Online-Dienstleister*
an: **Contcept Communication**, Zürich
- Benci Brothers, Zürich
was: *PR-Beratung und Produkt-PR für Schuhmarke*
WearLite, Cham (CH)
was: *Corporate Communications und Produkt-PR für Brillengläserhersteller*
Genève Tourisme & Congrès, Genf
was: *Pressearbeit für Tourismusorganisation in der deutschsprachigen Schweiz*
an: **Flowcube Communications**, Zürich
- Beiersdorf, Wien
was: *Konzeption und Betreuung des Facebook-Auftritts der Marke Labello*
an: **vi knallgrau**, Wien
- ergobag, Bergheim
was: *Brand- und Produkt-PR*
an: **Bite Communications**, München
- Olympia Personaldienstleistung, Düsseldorf
was: *Unternehmenskommunikation und PR-Aktivitäten*
St. Moritz Top of the World
was: *B2B-Kommunikation für Modelabel*
Walter & Friedrichs, Düsseldorf
was: *Produkt-Kommunikation B2B und B2C*
an: **Lottmann PR**, Düsseldorf
- Switcher, Le Mont-sur-Lausanne (CH)
was: *Öffentlichkeitsarbeit zur Erhöhung der Bekanntheitsgrad im DACH-Raum*
an: **Greenside PR**, München
- Ferrero Deutschland, Frankfurt am Main
was: *Konzeption der Aktion „Dein Gesicht auf kinder Schokolade“ sowie Realisierung der PR-Kampagne*
an: **Medienbüro Rasch**, Hamburg
- Software Diagnostics, Potsdam
was: *Entwicklung Unternehmens-Story, Kommunikation via Fach- und Branchenmedien*
an: **Storymaker**, Tübingen
- Messe Potsdam
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur*

- Messe "Vital50plus"
an: **Fiftyfifty Public Relations**, München
- Australische Regierung
was: *Entwicklung eines Kommunikationsprogramms für die Kampagne "Australia Unlimited" in Deutschland*
an: **MMK Markt- und Medien-Kommunikation**, Hamburg
- Messe München
was: *Strategie, Öffentlichkeitsarbeit und Events für deutsche Uhren- und Schmuckmesse Inhorgenta Munich*
an: **Convensis Group**, Stuttgart
- tesa SE, Hamburg
was: *Beratung, Medienarbeit, B2B Kommunikation für Marken tesa Clean Air und tesa Powerbond*
an: **Yamaoka PR**, Hamburg
- Messe Frankfurt, Frankfurt am Main
was: *Betreuung Twitter-Account zur Light+Building Messe*
an: **Schwartz Public Relations**, München

Branche

20 Jahre Communication Presse und PR: Gatekeeper-Funktion der Journalisten verschwindet zunehmend



Der Markt der inhabergeführten Presseagenturen unterliegt in den letzten Jahren vielen Veränderungen. Gerade auch Start-Ups, die vor der Entscheidung stehen den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen, können nur schwer einschätzen, was auf sie zukommt: Wie überlebt eine Agentur auch in Krisenzeiten? Welche Grundsätze sind dafür notwendig? Communication Presse und PR in München vertritt seit nunmehr 20 Jahren Kunden erfolgreich am Markt und konnte somit viele Erfahrungen sammeln. Wir fragten die Gründerin

und Inhaberin Jacqueline Althaller.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bewerbungsfrist für PR Report Awards gestartet

Am 16. Mai 2013 findet wieder die Gala zu den renommierten PR Report Awards statt. In insgesamt 23 Kategorien wird dann der Branchenpreis vergeben, der seit elf Jahren besteht. Ab sofort können Unternehmen und ihre Kommunikationsagenturen ihre besten Kampagnen und Projekte einreichen. Neu ist dabei die Kategorie "Visuelle Kommunikation", bei der die emotionale Ansprache über Fotos, Bilder, Infografiken und andere kreative Formate ausgezeichnet werden. Zudem wird der Veranstalter PR Report ein neues Konzept für den Nachwuchspreis vorstellen, der im vergangenen Jahr nicht vergeben worden war.

Die Bewerbungsfrist für den renommierten Branchenpreis läuft ab sofort und bis zum 7. Dezember. Weitere Informationen und Teilnahmebedingungen finden sich auf www.prrreportawards.de. Der Twitter-Hashtag lautet #prrawards.

Die gemeinsame Stimme von HR und PR

HR kann niemals für sich alleine existieren, sondern steht im ständigen Austausch mit zahlreichen weiteren Abteilungen. So auch mit der PR. Wichtig ist es laut PR-Expertin Monika Paitl vor allem, dass PR und HR mit gemeinsamer Stimme sprechen. Denn nur so kann man dafür sorgen, trotz mangelndem Nachwuchses ausreichend Talente zu finden und im Unternehmen zu halten. Ebenso sind Mitarbeiter wertvolle Botschafter des Unternehmens, wenn es um die Wahrnehmung nach außen geht. Was die Wechselwirkung PR-HR

sonst noch beinhaltet, lesen Sie im folgenden Interview.

Das Interview mit Monika Paitl am 16. August auf der Seite "Recruiting Club" [hier online weiterlesen](#).

Wir haben das Interview verlinkt, trotz dieses vorgestrigen Satzes: "Das gilt besonders für Social Media, wo ich allen Unternehmen nur anraten kann, eine ganz klare „Policy“ zu erstellen, dass Mitarbeiter über ihr Unternehmen auf z.B. Facebook nichts aussagen dürfen."

Branche compact (2) (33.+34. KW-2012)

- Welche Kommunikationschancen kann das kommende Jahr nach dem Super-Event-Jahr 2012 bieten? Die Agentur [Bite Communications](#) aus München hat dazu die Kampagne empty13 ins Leben gerufen. [Im Internet](#) und auf Twitter (#empty13) sollen internationale Marketing- und Kommunikationsexperten über ihre Erwartungen an das Jahr 2013 diskutieren. Schon in der kommenden Woche sollen erste provokante und konträre Beiträge die Diskussion zu entfachen helfen.
- Bei den International Business Awards wurde die Münchner Agentur [F&H Public Relations](#) für drei Kampagnen ausgezeichnet. In der Kategorie „Communications or PR Campaign of the Year“ erhielt die GORE-TEX Experience Tour einen Silver- und einen Bronze-Award. In derselben Kategorie wurde Iglo für die Kampagne Fish n' Clicks prämiert. Ebenfalls Bronze erhielt LG Electronics in der Kategorie „Best Tradeshow or Convention“.

Neugründungen compact (3) (33.+34. KW-2012)

- Der langjährige Kommunikationsdirektor und Markenmanager der Assekuranz, Rainer Möller (48), hat mit Alsterconcept eine **Corporate Reputation Agentur** in Hamburg gegründet. Mit dieser [Agentur](#) will er künftig Unternehmen mit Fokus auf die deutsche Versicherungswirtschaft bei der Pflege und Steigerung ihrer Reputation strategisch beraten.
- Die selbstständigen Kommunikationsexperten Vera Jansen-Cornette, Katja Schofsmann und Christian Schubert haben in Berlin das **neue Netzwerk Haus der Kommunikation** gegründet. In Kooperation mit weiteren Kollegen bieten sie ab sofort umfassende Dienstleistungen in den Bereichen Event, Public Relations, Social Media, Design und Technik an. Das Besondere: Wie [auf der Homepage](#) sofort ersichtlich wird, haben die Gründer ihr Haus konsequent virtuell für den noch un bebauten Berliner Schlossplatz konzipiert und umgesetzt, auf dem künftig das Berliner Stadtschloss als Humboldtforum seine Heimat wiederfinden soll.
- Mitte August 2012 öffnet die **Kommunikationsagentur verlan ihre Tore in Zürich und Stuttgart**. Das fünfköpfige Team aus Journalisten, Grafik-Designern und Finanz-Spezialisten will sich darauf konzentrieren, umfassende Kommunikationskonzepte mit Fokus auf neue Medien zu entwickeln - und dies als "[All inclusive Service](#)".

Medien

Sozialhelden starten Online-Portal "Leidmedien"

Zwei Wochen vor Start der Paralympischen Spiele in London hat der gemeinnützige Verein Sozialhelden e.V. das Online-Portal Leidmedien.de gestartet. Dieses soll künftig die **Berichterstattung über Menschen mit Behinderungen** mit Tipps und Hinweisen **fördern**. Dazu will die Redaktion Journalisten generelle Tipps, Hinweise sowie Ratschläge für ein Treffen mit behinderten Interviewpartnern vermitteln und somit einen besseren Einblick in die Geschichte behinderter Menschen geben.

Hintergrund des Projektes, das die Sozialhelden gemeinsam mit den Journalistinnen Rebecca Maskos und Lilian Masuhr entwickelt haben: Behinderte Menschen werden in den Medien allzuoft einseitig dargestellt - und dabei oft rein auf das Leid der Menschen reduziert. Genau zur Überwindung dieser Klischees will Leidmedien.de einen Beitrag leisten.

Wenn User die Zeitungsinhalte bestimmen

In sieben Schweizer Städten startet diesen Freitag die neue Gratiszeitung "Mag20". Das Besondere: Die Leser entscheiden allein, welche 20 beliebtesten Beiträge auf der Website (www.mag20.ch) später in die gedruckte Wochenzeitung kommen. Eine eigene Redaktion hat dieses neue Magazin-Experiment nicht. Das interessante Interview mit Gründer Markus Bucheli u.a. zur Konzeption und Finanzierung ist auf persönlich.com nachzulesen.

Medien compact (2) (33.+34. KW-2012)

- Die **Axel Springer AG** hat die **Allesklar.com AG** aus Siegburg zum Kaufpreis von 50 Millionen Euro **übernommen**. Allesklar.com ist u.a. Betreiber des erfolgreichen Regionalportals Meinestadt.de. Diese Übernahme ist eine Konsequenz aus der forcierten Regionalstrategie des Berliner Verlages.
- Bei **2,5 Prozent** der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der **Schweiz** kann man von **exzessivem Surfen im Internet und "Online-Sucht"** sprechen. Dies ist einem Bericht des Bundesrates in Bern zu entnehmen, der am gestrigen Mittwoch verabschiedet wurde. Danach verbringen 13- bis 29-Jährige im Durchschnitt zwei Stunden unter der Woche und knapp drei Stunden an freien Tagen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Nutzungsintensität stark unter den Jugendlichen schwankt.

Social Media

Das Reiseblogger-Kollektiv: Wenn im Blog die Leidenschaft für's Reisen rüberkommt ist, die halbe Miete schon geschafft!



In der vergangenen Woche sorgte eine Meldung in der Social Media und Bloggerszene Furore. Sieben Reiseblogger aus Deutschland und Österreich haben das Reiseblogger-Kollektiv gegründet, um gemeinsame Interessen zu vertreten und sich für Standards in der Zusammenarbeit zwischen touristischen Unternehmen und Bloggern einzusetzen. Alle Blogs haben einzeln eine starke Reichweite, sind mehrfach prämiert und genießen eine hohe Reputation. Geplant ist eine enge Zusammenarbeit

der Blogger und gemeinsame öffentliche Auftritte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Facebook-Marketing-Training: Alles über Facebook-Strategien, Seitengestaltung, Community Management u.v.m.

Sie wollen dort sein, wo auch Ihre Kunden sind? Nadja Amireh und Anja Beckmann zeigen in diesem Training, wie man auf Facebook aktiv wird und eine eigene Strategie entwickelt, die zum Erfolg führt. Man lernt mit der DVD direkt am Bildschirm, wie eine Facebook-Seite für Unternehmen oder Marken angelegt wird, wie die neue Timeline/Chronik funktioniert. Und wie man Werbung auf Facebook schaltet und Places, Apps und Social Games erfolgreich für das Marketing einsetzt. Anhand von zahlreichen Fallbeispielen lernt man Best Practices kennen, die sich bewährt haben. Außerdem erfährt man vieles über Krisen im Social Web und wie man diese verhindern kann. Die Trainerinnen sind Experten für Social Media Marketing mit langjähriger Erfahrung in der Unternehmens- und Markenkommunikation. [Weitere Infos hier.](#)

Das PR-Journal verlost diese DVD (Wert: 39,90 Euro) drei Mal (der Rechtsweg ist ausgeschlossen). Interessenten melden sich bitte direkt bei dieser E-Mail-Adresse.

Intensiver Kundendialog bei Facebook?

Dies versprechen sich jedenfalls Marketing- und Social Media Manager von Facebook. Sie wollen dort Kundenbeziehungen pflegen und aktiven Dialog führen, so jedenfalls die Aussage. Das Branchenmagazin W&V war zwei Wochen lang im Web unterwegs und hat 30 zufällig

ausgewählte Marken auf ihre Kommunikationsfähigkeit, Reaktionsschnelligkeit und Hilfsbereitschaft getestet. Das Ergebnis ist ernüchternd: Nur elf von 30 Marken haben überhaupt auf die erste Anfrage reagiert, 16 davon antworteten erst beim zweiten Anlauf. Man habe den Pinnwand-Eintrag übersehen, er tauche auf der Unternehmensseite nicht auf, hieß es zur Entschuldigung. Auffallend ist, dass offenbar all jene Firmen einen besseren Überblick behalten, die keine Pinnwand-Einträge seitens der Kunden zu einem beliebigen Thema zulassen, sondern nur direkte Nachrichten.

Unternehmensstrategie: Der unterschätzte Einfluss von Social Media

Sascha Schwarz ist Head of Business Transformation bei Infosys Deutschland in Frankfurt am Main und begleitet Firmen unter anderem auf ihrem Weg ins Social Business. Im Interview mit silicon.de verrät er die größten Stolperfallen und plädiert für mehr Mut zum Social-Media-Manager. silicon.de: Kaum eine der größeren Firmen ist heutzutage noch ohne Facebook-Auftritt. Ob und was es bringt, bleibt aber meist offen. Lässt sich der Social-Media-Nutzen überhaupt messen? *Das Interview von Sibylle Gaßner am 22. August mit Sascha Schwarz von Infosys Deutschland in "silicon.de" [hier online weiterlesen.](#)*

Interview mit Jan Westerbarkey: Lohnt sich Social Media für ein B2B-Unternehmen?



Diese ketzerische Frage haben wir Jan Westerbarkey gestellt. Er ist bei [Westaflex](#) geschäftsführender Gesellschafter und betreut auch die Social Media Aktivitäten des Familienunternehmens aus

Gütersloh. Westaflex ist spezialisiert auf Luft- und Klimatechnik, Akustik, Wohnungslüftung und Abgastechik. Nicht unbedingt Produkte und Themen, die auf den ersten Blick besonders für Social Media geeignet scheinen. Doch der [Westaflex Fan Club hat bei Facebook](#) knapp 40.000 Fans und auch [Blog](#) und [Twitter](#) sind für das Unternehmen wichtige Kanäle, um mit Kunden ins Gespräch zu kommen, neue Mitarbeiter zu finden oder Mitarbeiter als Markenbotschafter zu stärken. PRJ-Redaktionsmitglied Anja Beckmann, Köln von [get noticed! communications](#) hat Jan Westerbarkey interviewt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (4) (33.+34. KW-2012)

- **Unternehmen müssen in Zukunft auf Kommentare ihrer Kunden in sozialen Netzen genauso reagieren wie sie das bislang per Mail oder Telefon tun.** Laut den Marktforschern von Gartner wird das von (potenziellen) Käufern erwartet. Diesen hohen Stellenwert verpassen die Gartner-Analysten den Social-Media-Kanälen nicht sofort. Aber in zwei Jahren könne es schon so weit sein, dass Kunden zur Konkurrenz abwandern, wenn der Kontakt über Facebook und Co. ignoriert wird. Dahinter steckt eine neue Form des Customer Relationship Management (CRM, Verwaltung der Kundenbeziehung). [Nachzulesen in "Chip" vom 12. August: "Social Media: Wer es verpennt, verprellt die Kunden"](#).
- **Facebook lässt Sponsored Results in der Suche zu.** Was bisher nur getestet wurde, ist ab sofort online: Facebook ermöglicht es Werbungtreibenden, Sponsored Results in die Suchfunktion zu integrieren, so [LEAD digital](#).
- **BVDW: Neuer "Social Media Kompass"** kommt zur Dmexco raus.
- **Sieben Verleger deutschsprachiger Reiseblogs haben das [Reiseblogger](#)**

Kollektiv gegründet. Die Gemeinschaft besteht aus den derzeit erfolgreichsten deutschsprachigen Reiseblog-Autoren.

Reputation Management

Social Media: Online Reputationsmanagement zum Schutz des Unternehmens und der Marke

Speziell in der heutigen Zeit stehen Unternehmen sowie Produkte und Dienstleistungen viel intensiver im Fokus der Öffentlichkeit als jemals zuvor. User suchen im Internet gezielt nach Informationen über Produkte, Dienstleistungen sowie Unternehmen. In den meisten Fällen sind hierbei recherchierte Informationen ausschlaggebend für den Kauf eines Produktes oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das bin ich – 50 Tipps für die perfekte Online-Reputation

Egal ob Sie als Selbstständiger neue Kunden gewinnen oder als Arbeitnehmer potentielle Arbeitgeber auf sich aufmerksam machen wollen: Eine hervorragende Online-Reputation kann Ihnen dabei helfen. Sich diese aufzubauen ist zwar nicht kompliziert, jedoch durchaus mit Aufwand verbunden. Denn einen entsprechenden Ruf können Sie nur im Lauf der Zeit durch konsequente Arbeit etablieren. Wir haben 50 Tipps für Sie, mit denen Sie dieses Ziel erreichen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation: Online-Auftritt: So pflegen Firmen ihr Image im Netz

Es gibt viele Möglichkeiten für Unternehmen, ihre Online-Reputation zu verspielen - Experten erklären, was man stets im Blick haben sollte. Werder Bremen erlebt es gerade, weil vielen Fans der neue Sponsor des Fußballklubs, Wiesenhof, missfällt. Über Henkel brach das Unglück im Jahr 2011 herein, weil das Unternehmen erst zur Abstimmung über neue Werbemotive für Pril aufgerufen hatte, dann aber die albernsten Vorschläge, die auf den ersten Plätzen gelandet waren, nach hinten verbannte. Das Phänomen nennt sich "Shitstorm": Unzählige Menschen äußern - oftmals sogar pöbelnd - online ihr Missfallen über eine Aktion oder ein Produkt. Das schadet dem Image eines Unternehmens enorm.

Den Artikel von Andrea Pawlik am 18. August in "Hamburger Abendblatt" [hier online weiterlesen](#).

Weltmeister des PR-Schweigens: Über Hidden-Champions, die kaum einer kennt

(cw) Hermann Simon hat schon etliche Bestseller geschrieben. Und diese Woche kam ein weiteres neues Buch auf den Markt: „Hidden Champions – Aufbruch nach Globalia. Die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer“. Auch wenn es uns Kommunikationsprofis schwer fällt einzugestehen, es gibt eine nicht mal so kleine Anzahl an Unternehmen in Deutschland, die sich konsequent der Öffentlichkeitsarbeit verweigern. Diese gut gehüteten Geheimnisse verzeichnen dennoch global eine hohe Reputation, ausgezeichnete Erfolge und beste Stakeholderbeziehungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowsky: Energie + Klima - Die Energiewende ist gescheitert



Die Verbraucher zahlen die Zeche für die Unfähigkeit der Politiker. Aus welchen Gründen auch immer, haben die sich zu Erfüllungsgehilfen von cleveren Unternehmern, Lobbyisten und Weltverbesserern gemacht. Allerdings gab es bei den Politikern auch dabei das Ziel, mit Umwelt- bzw. Klimapolitik populär zu werden. Also subventioniert man direkt und indirekt hauptsächlich die Solar- wie die Windräder-Industrie. Alles war technisch nicht ausgereift und viel zu teuer. Die Verbraucher müssen das hauptsächlich über ihre Stromrechnung bezahlen. Die häufig genannten Ökokosten von 225 Milliarden € dürften nicht reichen; denn es müssen zusätzliche Stromleitungen gelegt und neue CO2 erzeugende Kraftwerke gebaut werden. Aber man rettet ja das Klima dieser Welt, heißt es.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Salz-Kolumne: Die Zapp-Gesellschaft

Müde macht's, mit einem Glas Rotwein in der einen und mit der Fernbedienung in der anderen Hand, sich durch die abendlichen TV-Programme zu zappen. Wütend mag es machen, gezappt zu werden. Und gezappt wird reichlich!

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leg Dich nicht mit dem Türsteher an!

Ein Gastkommentar von Uwe Mommert, Vorstand Landau Medien, Berlin

Als Berliner verfügt man zwangsläufig über Disko- und Cluberfahrung. Man lernt sehr schnell, dass die

ernst dreinblickenden Damen und Herren an der Eingangstür nicht zu Scherzen aufgelegt sind. Selbst wenn man sich für noch so wichtig hält: Wenn der Türsteher nicht will, kommt man nicht rein. Anscheinend sind die Top-Manager in den Verlagsetagen nicht so oft mit Türstehern konfrontiert worden, sonst wüssten sie, dass Google so etwas wie der Doorman des Internets ist.

Die meisten Internetnutzer, die ich kenne, beginnen ihre Reise durch das Web an zwei Türen: Google oder Facebook. Entweder wird schnell gesucht, z.B. "Olympia Ergebnisse Rudern" oder man will sich mit seinen Freunden austauschen und beginnt auf Facebook, um von dort den Empfehlungen zu folgen. Keiner der Menschen, die ich kenne, beginnt seine Reise ins Internet auf einem Verlagsangebot. Sicherlich gibt es einige, die noch über Spiegel Online in das Internet einsteigen, aber Verlage haben sich als Startseite nicht wirklich durchgesetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Europa und Bayern - Mir san mir!



(nsb) Mit Heinrich dem Zänker hat es angefangen. Der Bayernherzog setzte selbstherrlich Bischöfe ins Amt, wollte unbedingt auch noch

Herzog von Schwaben werden, griff schließlich sogar zur Kaiserkrone. Das Ganze endete für ihn mit dem Verlust der „Ostmark“ im Jahre 976, woraus dann Österreich entstand. Aber begriffen haben es die Bayern wohl nie. Der regierende Herzog Horst Seehofer und seine Paladine Dobrindt und Söder stänkern gegen den Rest der (Europa-)Welt. Die Kanzlerin kann sagen was sie

will, einer von den drei Bazis weiß es besser. Kaum betont sie, dass sie Griechenland in der Eurozone halten will, leuchtet vor dem inneren Auge des CSU-Generalsekretärs Alexander Dobrindt die Vision von einem befreiten Europa auf, ohne die Hellenen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Kommentar: CSR hat ihren Preis

Viele Unternehmen engagieren sich für soziale oder ökologische Belange. Das ist auch wirtschaftlich sinnvoll, weil diese Initiativen häufig die Zahlungsbereitschaft der Kunden erhöhen. Manager sollten sich nicht scheuen, diesen Effekt zu nutzen. Auf den ersten Blick scheinen es unversöhnliche Gegensätze zu sein: soziale Verantwortung und ökonomisches Denken - wer Gutes tut, kann nicht gleichzeitig seine Profite erhöhen wollen, denken viele. Doch das Gegenteil ist richtig. Wollen Manager langfristig sozial und ökologisch verantwortlich handeln, müssen sie auch höhere Preise als bisher durchsetzen können. Anders wird sich dieses Engagement, neudeutsch Corporate Social Responsibility (CSR) genannt, nicht nachhaltig finanzieren lassen.

Den Kommentar von Michael Scholl in "harvard.business.manager" [hier online weiterlesen](#).

Der Wert Sicherheit wird in den kommenden Jahren wieder stark an Bedeutung gewinnen

Marc Schüling, Geschäftsführer von "Trendbüro", spricht für www.werteindex.de mit Mirko Kaminski, Gründer und Inhaber von achtung!, über den

intensiver gewordenen Werte-Diskurs. Dabei geht es um den wichtigen Unterschied zwischen Anführern und Führungskräften, das tägliche Ringen um Unternehmenswerte und -kultur, sich häufig reibende Werte und die Tatsache, dass der Wert Sicherheit in Kaminskis Augen eine Renaissance erleben wird.

Das Interview von Marc Schüling mit Mirko Kaminski am 23. August in "Werte-Index" [hier online weiterlesen](#).

Bildung

depak bietet "Social Media & Community Management"-Studium

Ab 4. September bietet die Deutsche Presseakademie in Berlin erneut das **E-Learning-Studium "Social Media & Community Management"** an. In sieben Online-Modulen geben Experten aus Agenturen und Unternehmen wie Björn Eichstädt, Christian Henne, Timo Lommatzsch eine Einführung in die Welt der sozialen Netzwerke und vermitteln Wissen direkt aus ihrer eigenen Praxis. Bis zum 24. August können Interessierte noch von einem Frühbuche Preis (640 Euro statt 890 Euro) bei der [depak](#) profitieren.

Bildung compact (6) (33.+34. KW-2012)

- **Yannick Chevailler** übernimmt ab Oktober die **Leitung des führenden Schweizer Ausbildungsinstituts für Marketing, Kommunikation und Verkauf (SAWI)** für die Westschweiz. In Dübendorf bei Zürich folgt er damit auf **Nedjalka Markov Lambert**, die das SAWI zwei Jahre lang geleitet hatte. Chevailler ist ausgewiesener Kenner der Medienszene, der in der Vergangenheit u.a. für die Tamedia AG und

- Mediabrands Suisse als Managing Partner aktiv war.
- Bei der bekannten PR-Grundausbildung der **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)** sind noch letzte Studienplätze zu vergeben: Der **Düsseldorfer** Lehrgang beginnt bereits am 28. September und endet am 13. Januar 2013. In **Frankfurt am Main** startet der nächste Kompakt-Lehrgang am 5. Oktober und endet am 20. Januar 2013. Das [DAPR-Programm](#) besteht jeweils aus vier dreitägigen Modulen und vermittelt praxisorientiertes Kommunikations-Know-how.
- Im Oktober startet der viersemestrige MBA Studiengang [Communication and Leadership](#) an der **Donau-Universität Krems**. In Kooperation mit dem dortigen Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement vergibt das Wiener Wirtschaftsforum der Führungskräfte ein **Teilstipendium in Höhe von 10.600 Euro**. Der Communications MBA vermittelt komplexe Führungskonzepte für anspruchsvolle Führungssituationen.
- Eine 8-tägige **"Ausbildung Pressearbeit"** bietet im Herbst die [Akademie für Pressearbeit - Pressada](#) an. Diese findet in zwei Blöcken in Bremen statt - vom 20. bis 23. September sowie vom 22. bis 25. November. Ergänzt wird sie durch ein Schreibtraining für professionelle Presstexte.
- Zwei praxisnahe Schreibtrainings bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** im Herbst in Oberursel bei Frankfurt am Main. Im Basistraining vom 24. bis 29. September vermittelt die [AFK](#) die Grundlagen journalistischen Schreibens. Das Perfektionstraining journalistisches Schreiben vom 17. bis 19. Oktober legt den Fokus auf weiterführende Formate sowie das Training an Fremdtexen.
- Am 10. September startet das nächste **berufsbegleitende Kompaktstudium Politikmanagement & Public Affairs** an der [Quadriga Hochschule](#) in Berlin. Bei dieser praxisorientierten Weiterbildung erhalten Teilnehmer aus Unternehmen,

Verbänden und Institutionen innerhalb von sechs Monaten und über vier Präsenzphasen verteilt die wesentlichen Fundamente erfolgreichen Politikmanagement vermittelt. Noch bis zum 27. August können Interessierte von einem Frühbucher-Rabatt von 400 Euro profitieren.

2012 die Grundgehälter der Fach- und Führungskräfte durchschnittlich um 3,2 Prozent angehoben. Bei den Führungskräften stiegen die Gehälter sogar um 3,5 Prozent. Dies ergab eine Studie der *Managementberatung Kienbaum*, die die Daten von 2.357 Führungspositionen und 4.179 Spezialisten in 659 deutschen Unternehmen untersucht hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

TNS Studie: 39 Prozent der 14- bis 64-Jährigen gehen mit dem Handy online

Die Internetnutzung mit dem Handy entwickelt sich äußerst dynamisch. So gehen heute bereits 39 Prozent der 14- bis 64-Jährigen über ihr Handy online - und damit 15 Prozent mehr als im Vorjahr. Dies ist ein Ergebnis des aktuellen *TNS Convergence Monitor*.

Treiber dieser Entwicklung ist insbesondere die **zunehmende Verbreitung internetfähiger Mobiltelefone**. So hat sich binnen Jahresfrist die Zahl der Smartphone-Besitzer von 17 auf 33 Prozent nahezu verdoppelt, um einfach E-Mails abzurufen, im Internet zu surfen oder Apps zu nutzen. Da überrascht es nicht, dass vor allem die Jüngeren diesen Trend vorantreiben: Gingen 2011 noch 39 Prozent der 14- bis 29-Jährigen mit dem Handy online, sind es 2012 bereits 60 Prozent, die mehr oder weniger häufig mit ihrem Handy durch das Netz surfen - in wachsendem Maße, um sich auf Sozial Networking Seiten mit Freunden zu verbinden.

Kienbaum Studie: Marketinggehälter steigen auch 2012

Die Gehälter von Mitarbeitern in Marketing und Vertrieb steigen. So wurden im Zeitraum 2011 bis

ITK-Branche ist unzureichend auf Shitstorms vorbereitet

Zwar nutzen derzeit 50 Prozent der befragten Unternehmen Facebook für die Kommunikation. Jedoch verfügen **nur 42 Prozent über einen Krisenplan für die Kommunikation auf den sozialen Kanälen**. Dies ist das Ergebnis einer *Umfrage der BITKOM* unter 172 Unternehmen der ITK-Branche. "Organisationen sollten strukturell und personell auf einen Shitstorm vorbereitet sein," kommentiert BITKOM-Hauptgeschäftsführer Bernhard Rohleder, "sonst droht ihnen erheblicher Schaden für Image und Reputation."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DIM-Studie vergleicht Presseportale

Viele Unternehmen und Agenturen setzen stark auf die kostenlosen Online-Presseportale, einerseits um die Sichtbarkeit der eigenen Nachricht zu erhöhen, andererseits um positive SEO-Effekte zu erzielen. Davon sind in den letzten Jahren Hunderte entstanden. Doch welche davon sind wirklich sinnvoll? Das Deutsche Institut für Marketing (DIM) hat die 100 besten Presseportale aufgelistet und mit Kennzahlen versehen. Diese Übersicht lässt sich *im Blog* kostenlos herunterladen.

Wichtig: Der Einsatz von Presseportalen ist in der Branche nicht unbestritten - gerade was die positiven Effekte im Bereich

Suchmaschinenoptimierung betrifft. Dies zeigt sich auch in den vielen, hilfreichen Kommentaren zu diesem bereits etwas älteren Beitrag.

Termine

Klappe PR Filmfestival legt Juryvorsitz und Bewerbungsfrist fest

Antje Lüssenhop, PR-Chefin der Deutschen Bahn, wird im kommenden Jahr den Jury-**Vorsitz für das Klappe PR Filmfestival 2013**

übernehmen. Dieses Festival ist die *PR-Schwester des Werbefilmpreises* "Die Klappe" und wird vom *Kommunikationsverband* in Hamburg ausgerichtet. Auch in dieser zweite Runde des Preises sollen wieder pure PR-Beiträge ausgezeichnet werden, die durch ihre kreative Umsetzung überzeugen.

Die **Bewerbungsfrist** für das Klappe PR Filmfestival **startet im September**. Ab diesem Zeitpunkt können Unternehmen, Agenturen, Institutionen und Studenten preiswürdige Filmbeiträge in den Kategorien Interne Kommunikation, Investor Relations, Öffentlichkeitsarbeit B2C bzw. Branchen B2B einreichen, wenn sie im Zeitraum zwischen dem 01. Januar 2012 und dem 31. Januar 2013 produziert wurden.

Face to Face-Konferenz öffnet vom 15. bis 17. November für die PR-Branche

Vom 15. bis 17. November findet die Face2Face 2012 (F2F12) wieder in Ludwigsburg statt. Unter dem Slogan „In dialogue we trust!“ lädt die *Konferenz für Wirtschaft und Design* erstmals auch PR- und Marketingexperten ein, um so den

Dialog mit benachbarten Kommunikationsdisziplinen noch weiter zu eröffnen und zu stärken. Dazu sagt Lutz Dietzold, Geschäftsführer vom Rat für Formgebung: „Den Blickwinkel der Konferenz zu öffnen und in diesem Jahr auf integrierte Kommunikation zu setzen, kommt genau zum richtigen Zeitpunkt: Die Disziplinen brechen auf, und es wird höchste Zeit, dass die Akteure der Wirtschaft - Design, Marketing und PR - noch stärker zusammenarbeiten.“

Termine compact (4) (33.+34. KW-2012)

- Am **17. Oktober** treffen sich Experten aus Agenturen, Medien und Unternehmen zum **4. Horizont Jahreskongress Werbung** in Wiesbaden. Unter dem Motto "Effizienz und Innovation: Wie CMOs zukünftig Brand Management und Werbung erfolgreich gestalten" werden gemeinsam künftige Wege in Marketing und Kommunikation diskutiert und erörtert. Das Programm lässt sich *hier abrufen*.
- Am 5. Oktober findet die **erste deutsche Benefizgala für Corporate Social Responsibility** in Berlin statt. Gastgeber im Jüdischen Museum ist die Mittelstandsinitiative "*Ethics in Business*", die mit dieser Gala die Idee nachhaltigen Handelns im Mittelstand weiter fördern und verbreiten will. Die Moderatorin Carol Campbell und der TV-Journalist und Mentor Ulrich Wickert werden rund 300 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Medien begrüßen. Die Spenden fließen das „*Global Footprint Network*“.
- Am 24. September findet in Basel das 19. Schweizer PR-Symposium des Dachverbandes pr suisse statt. Das diesjährige PR-Symposium beschäftigt sich mit dem Thema „Die Macht der Medien!“. Die Anmeldung sowie weitere Informationen erfolgen demnächst *über die Webseite*.
- Wer in der Schweiz nach einer PR-Fortbildung sucht: Im Herbst finden wieder zwei *SPRI-Lehrgänge* für PR-Fachleute statt. Diese starten im September in Bern

und im Oktober in Zürich. In diesen 11-monatigen Kursen erlernen Teilnehmer das operative PR-Handwerk. Parallel bereiten die Dozenten sie auf die eidgenössischen Prüfungen vor.

Tipps

PR-Blogger: 21 Karriere- und Job Blogs

Wer auf der Suche nach einem neuen Job ist oder einfach Karrieretipps lesen möchte, wird im Social Web schnell fündig. Dieser Artikel listet 21 Blogs auf, die sich mit den Themen Karriere und Job beschäftigen.

Die Zusammenstellung von Stefanie Soehnchen am 23. August in Klaus Ecks "PR-Blogger" [hier online weiterlesen](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (53)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Senior Consultant CR-Kommunikation, Hamburg*
- *Junior PR-Berater, München*
- *PR-Berater/-in für Kunden aus dem Bereich Automotive*
- *PR-Berater/-in Schwerpunkt Unterhaltung & Glücksspiel*
- *PR Junior-Berater/-in, München*
- *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*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Mitarbeiter/in für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (60%), Tübingen*

Unternehmen

- *Manager Public & Investor Relations (m/w), bei München*

- *Stellvertretenden Sprecher / Referenten (m/w), Berlin*
- *PR-Berater/in für academics.de, führender Stellenmarkt in Wissenschaft, Forschung & Entwicklung*
- *Online-Redakteur/in in Vollzeit, Filderstadt*
- *Technische/n Redakteur/in, Cloppenburg*

Verbände (Non-Profit)

- *PR-Referent/in, Frankfurt*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 27. August 2012 um 23:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.778 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) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Dominik Ruisinger (DR), Berlin (ruisinger[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Schebens Karriererat"; Norbert

Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Pit Junker, Ulf Karte und Gunter Ortlieb (info[at]k1-agentur.de).
Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (strubberg[at]pr-journal.de).
Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten

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-portal.de>.