

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 365 / 02. KW 2013

Und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 365. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 53 Einzelmeldungen):

1. *Perspektivwechsel: Wie Journalisten und PR-Manager vom Handwerkszeug des anderen profitieren können.*
2. *komm.passion-Dossier 4: Kommunikation in wirtschaftlichen Extremsituationen*
3. *Schrader: Was ist Online-PR und wie nutzen Unternehmen PR im Internet?*
4. *Koschnicke leitet bei Opel Government Relations*
5. *Personalien compact - Agenturen (4) (02. KW-2013)*
6. *Personalien compact - Sonstige (5) (02. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (7) (02. KW-2013)*
8. *Havas unterstützt Osram Corporate Communications*
9. *Bundesbehörden schreiben Kommunikationsetats neu aus*
10. *Puma beauftragt Yamaoka PR*
11. *Etats compact (15) (02. KW-2013)*
12. *Ausschnitt-Vertrieb neu strukturiert*
13. *Branche compact (8) (02. KW-2013)*
14. *Generationswechsel beim Stern wird Schritt für Schritt umgesetzt - Wichmann neuer Chefredakteur*
15. *Chefredakteur Förster kauft "Impulse"*
16. *Hinweise für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage - So funktioniert Print auch in Zukunft*
17. *Medien compact (1) (02. KW-2013)*
18. *Nachrichtenverbreitung in sozialen Netzwerken: Spiegel Online vor Bild.de*
19. *Unternehmens-PR: 40 Fragen vor dem Social Media Einstieg*
20. *PR-Gateway: Online-PR Trends 2013*
21. *Social Media compact (2) (03. KW-2013)*
22. *Verbraucherbefragung: Volkswagen das transparenteste Unternehmen, vor dm und Telekom*
23. *Reputation vs. Image: Ohne Vertrauen ist alles nichts*
24. *Studie: Versicherer ignorieren Nachhaltigkeit*
25. *Nachhaltigkeit: CSR-Kommunikation von Unternehmen oft defizitär*
26. *CSR compact (2) (02. KW-2013)*
27. *PR-Interview Nr. 86. Schulze van Loon: Gute Kommunikation setzt disziplinübergreifende Strategien voraus*
28. *SpOn: Desaster bei öffentlichen Großprojekten Wie die Politik die Bürger täuscht*
29. *AMD startet Studiengang Unternehmenskommunikation*
30. *Neuer Lehrgang zum akademisch geprüften Social Media Manager - Österreichs erste akademische Ausbildung startet*
31. *Bildung compact (3) (02. KW-2013)*
32. *Studien compact (1) (02. KW-2013)*
33. *Termine compact (2) (02. KW-2013)*
34. *Bewerbungsgespräch: Diese 15 Fragen kommen bestimmt*
35. *Tipps compact (4) (02. KW-2013)*
36. *Über Partizipationsmöglichkeiten bei Großprojekten*
37. *438.497 Besucher, 4.329 Newsletter-Meldungen: PR-Journal ist mit 2012 zufrieden*
38. *Jobbörse*
39. *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

Perspektivwechsel: Wie Journalisten und PR-Manager vom Handwerkszeug des anderen profitieren können.



„Sich das Rauchen abzugewöhnen, ist total einfach. Ich habe es schon dreimal geschafft.“ Diesen Spruch mag ich, auch wenn er schon alt ist. Ähnlich alt wie die Behauptung, ein

Journalist könne, wenn er einmal die Schreibseite gewechselt habe, nicht aus der PR in den Journalismus zurück.

Stimmt nicht. Das habe ich tatsächlich schon dreimal gemacht. Ob ich dabei in dem einen Job vom Handwerkszeug des anderen profitieren konnte, wollte die pressensprecher-Redaktion wissen. Jawohl, konnte ich.

Es ist nicht überraschend, welches journalistische Handwerkszeug ich in der PR besonders gut brauchen konnte: Klar, das Schreiben. Wer oft genug Meldungsspalten mit möglichst vielen Infos zu füllen hatte, der beherrscht den knappen Hauptsatz. Der verwendet aktive Verben, schmeißt Worthülsen wie „im Rahmen der Sonderaktion“ automatisch raus. Wer Nachrichten schreiben kann, schreibt bessere Pressemitteilungen.

Den Artikel von Christian Arns am 14. Januar in "pressensprecher" [hier online weiterlesen](#).

komm.passion-Dossier 4: Kommunikation in wirtschaftlichen Extremsituationen



Verhandlungen sind gescheitert, Gespräche ergebnislos verlaufen. Der unternehmerische GAU ist nicht mehr abzuwenden. Jetzt bleibt nur noch der letzte Schritt: Das Unternehmen muss Insolvenz anmelden. Ein Schock für Mitarbeiter, Kunden, Partner und Lieferanten. Insbesondere spektakuläre Verfahren wie Schlecker, Karstadt, Quelle, Neckermann, Woolworth, manroland, Leiser, Q-Cells oder dapd finden den Weg in die breite (Medien)-Öffentlichkeit und Politik. Für den Insolvenzverwalter ist das immer öfter eine kaum zu bewältigende Herkulesaufgabe. Denn neben fachlichen, wirtschaftlichen und juristischen Fragen muss er – unter hohem zeitlichem Druck – zwischen unterschiedlichsten Interessengruppen vermitteln. Der Insolvenzverwalter ist gleichermaßen Hoffnungsträger wie Held oder



Buhmann. Für ihn heißt das: Kommunikation in Extremsituationen. Auch wenn sich einzelne Verfahren sehr stark unterscheiden, hat sich in der Insolvenzkommunikation ein klares Sechs-Phasen-Modell herauskristallisiert. Dieses hilft, Orientierung bei der kommunikativen Begleitung von Insolvenzverfahren zu geben.

Den Artikel (4. komm.passion-Dossier) von Frederic Bollhorst und Patrick Hacker im komm.passion-Blog [hier online weiterlesen](#).

Schrader: Was ist Online-PR und wie nutzen Unternehmen PR im Internet?



Online-PR ist, kurz gesagt, eine Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit den Instrumenten und Chancen, die Onlinemedien bieten. Es handelt sich also weniger um eine spezielle PR-Disziplin - obwohl sie spezielle Kenntnisse voraussetzt - sondern

vielmehr um ein besonderes Instrumentarium, mit dem die PR-Aufgaben angegangen werden. Die Ziele sind ganz ähnlich denen der klassischen, papierlastigen Public Relations: zum Beispiel Aufmerksamkeit auf Produkte, Marken, Unternehmen, Ereignisse und Personen lenken, Meinungen verstärken, Multiplikatoren und Zielgruppen überzeugen.

Die große Stärke der Online-PR sind die höhere Geschwindigkeit und in der Regel die niedrigeren Kosten, mit denen Informationen im Internet verbreitet und vervielfältigt werden können. Digitale Pressemitteilungen und Pressemappen landen in Sekundenschnelle auf dem Redaktionscomputer und besonders "heiße" News multiplizieren sich in sozialen Netzwerken und Communitys.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Koschnicke leitet bei Opel Government Relations

Die **Adam Opel AG** in Rüsselsheim hat mit **Joachim Koschnicke** (40) einen neuen Verantwortlichen für die Pflege und den Aufbau der Beziehungen zu politischen Institutionen und Organisationen sowie zu Regierungen, Verbänden und Unternehmen. Koschnicke wurde am 1. Januar zum **Vice President, European Government Relations**, ernannt. Koschnicke gilt als erfahren auf dem Gebiet der Politikstrategie und -kommunikation. Der Jurist und Betriebswirt begann seine berufliche Laufbahn als Referent in der zentralen Unternehmensplanung bei der BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH. 1999 wechselte er in die Politik und wurde Referent in der Abteilung Grundsatzfragen und politische Planung der CDU Deutschland. Von Dezember 2000 bis Januar 2005 leitete er das Büro des CDU-Generalsekretärs. Im Januar 2005 wurde er zum Leiter des Bereichs Strategische Planung und Strategische Kommunikation der CDU Deutschland ernannt. Zuletzt war Joachim Koschnicke Geschäftsführer der Forsa Gesellschaft für Sozialforschung und statistische Analyse mbH.

Personalien compact - Agenturen (4) (02. KW-2013)

1. **Alexander Elbers** hat sich selbständig gemacht und firmiert jetzt unter **Elbers PR** in Berlin. Er bietet Strategie- und PR-Beratung für Kunden aus Politik und Wirtschaft sowie für Kommunikationsagenturen an. Vor seinem Wechsel in die Selbständigkeit war Elbers bei der Butter GmbH in Düsseldorf als PR-Leiter und Management-Supervisor tätig.
2. **Christian Horn** ist zum 1. Januar 2013 in die Führungsriege der **Güterloher AD HOC Gesellschaft für Public Relations**

komm.passion

mbH eingetreten und leitet den neuen Geschäftsbereich Corporate Publishing. Horn war zuvor bei der Medienfabrik Gütersloh, wo er als Key Account Manager und Bereichsleiter Corporate Publishing tätig war.

3. **Manuel Funk** ist neuer **Director Digital Strategy der fischerAppelt AG** in Hamburg. Funk war zuletzt Geschäftsführer der zu fischerAppelt gehörenden Digital-Agentur Fork Unstable Media. In der neu geschaffenen Stelle wird der 44-Jährige die Digitalisierung der Agenturgruppe weiter vorantreiben.
4. **Jochen Ansel** ist neues **Vorstandsmitglied beim internationalen Agenturen-Netzwerk E3**. Der Geschäftsführer der Stuttgarter PR- und Eventagentur Ansel & Möllers soll die Rolle der PR im Netzwerk stärken und zusammen mit den PR-Partnern von E3 das Leistungsangebot in Sachen PR ausbauen. Bisher war E3 ein Zusammenschluss inhabergeführter Agenturen aus der Kommunikationsbranche mit Schwerpunkt Werbung.

Personalien compact - Sonstige (5) (02. KW-2013)

1. **Melanie Dreßl** (27) ist seit dem 1. Dezember **Pressesprecherin** beim **Verlag audimax Medien** in Nürnberg, der unter anderem das Hochschulmagazin "audimax" herausgibt. Die Position wurde neu geschaffen.
2. **Beate Bahr** (33) ist seit dem 1. Januar **Pressesprecherin des Bauindustrieverbands Berlin-Brandenburg** in Potsdam. Sie folgt auf **Hans Erdmann**, der in den Ruhestand gegangen ist.

3. **Sampedrano Gonzalez** (26) ist seit dem 1. Januar **Leiter Unternehmenskommunikation der Kölner Anwaltverein Service GmbH**. Die Position wurde in dieser Form neu geschaffen.
4. **Ulrich Meyer** (43) wird ab Mitte Januar neuer **Pressesprecher der Bayern-SPD** in München sowie von deren Spitzenkandidat für das Amt des bayerischen Ministerpräsidenten, **Christian Ude**.
5. **Christian Breid** (34), bisheriger Leiter Hoffmann und Campe Digital und Neugeschäft, ist seit 1. Januar 2013 neuer Geschäftsführer von **Hoffmann und Campe Corporate Publishing**, Hamburg.

Personalien compact - Unternehmen (7) (02. KW-2013)

1. **Daniel Verhoeven** (34) ist neuer Leiter Unternehmenskommunikation beim PVC-Hersteller **Vestolit** in Marl. In der neu geschaffenen Position verantwortet er künftig die interne und externe Kommunikation sowie Marktkommunikation des Unternehmens.
2. **Elisabeth Scheiring** (36) ist seit dem 1. Dezember 2012 Head of Marketing & Corporate Communications bei **KPMG** in Wien. Sie folgt auf **Christine Enzi**, die in den Mutterschutz gegangen ist.
3. **Anahid Rickmann** ist seit dem 1. Januar 2013 Leiterin Corporate Communications bei **Autoneum** in Winterthur. Sie tritt die Nachfolge von **Peter Grädel** an, der zuvor Kommunikationsleiter war und Ende Februar 2013 in den Ruhestand gehen wird.
4. **Rebecca Engels** (31) ist seit dem 1. Januar **Head of Corporate Communications and Marketing** bei **GFKL Financial Services** in Essen. Die Abteilungen Corporate Communications Marketing wurden zusammengefasst und die Position neu geschaffen.

Frühbucherrabatt bis 18.01.2013

1. DEUTSCHER POLITIK- UND WIRTSCHAFTSTAG
PUBLICMEETSPRIVATE

AM 20. FEBRUAR 2013 IN BERLIN

Der 1. Deutsche Politik- und Wirtschaftstag bietet Ihnen rund um aktuelle Fragestellungen beider Systeme exklusive Einsichten und Anregungen. Diskutieren Sie während der Mittagsagora mit 24 Bundestagsabgeordneten zu ihrer aktuellen Parlamentsarbeit.

1 TAG - 6 THEMEN - 35 REFERENTEN

Martin Kind, *KIND Hörgeräte* • Hans-Joachim Otto, *BMW* • Dr. Andreas Penk, *Pfizer Deutschland* • Joe Kaeser, *Siemens AG* • Ines Pohl, *taz*

WWW.POLITIK-WIRTSCHAFTSTAG.DE

5. **Mieke Eschment** (32) unterstützt seit Anfang Januar 2013 die Kommunikation des **Verbandes Berlin-Brandenburgischer Wohnungsunternehmen e.V. (BBU)** in Berlin. Die Politikwissenschaftlerin war zuletzt als PR-Beraterin bei Scholz & Friends in Hamburg tätig. Unter dem Dach des BBU sind 353 landeseigene, kommunale, genossenschaftliche, private und kirchliche Wohnungsunternehmen in Berlin-Brandenburg vereint.
6. **Claudia Gellert** (35) verantwortet seit dem 1. Januar 2013 den Bereich Public Affairs der **Statkraft Markets GmbH** in Deutschland. Die Juristin übernimmt die politische Interessenvertretung für Europas größten Erzeuger erneuerbarer Energien und ist für den Aufbau des neuen Berliner Büros von Statkraft zuständig. Vor Ort soll sie die Kontakte zu Politik und Verbänden vertiefen. Gellert berichtet in der neu geschaffenen Position an die deutsche Geschäftsführung.
7. **Jens Kellersmann** (51) leitet seit Jahresbeginn die **Unternehmenskommunikation und PR bei der Wacom Europe GmbH** in Krefeld. Kellersmann betreut die

Kommunikation für Europa, den Mittleren Osten und Afrika (EMEA) und soll die Unternehmens- und Konsumentenkommunikation ausbauen. Der erfahrene PR-Manager kommt vom Cluster NanoMirkroWerkstoffe NRW und war zuvor als Kommunikationschef für verschiedene Unternehmen sowie als Geschäftsführer und Berater in Publishing- und PR-Agenturen tätig.

A&B One

Broschüren und den Internetauftritt. Der zu vergebende Rahmenvertrag soll für drei Jahre gelten, mit Option zur Verlängerung um ein weiteres Jahr. Teilnahmeanträge müssen bis zum 4. Februar 2013 bei Monika Claßen-Sielaff, Zentrale Vergabestelle des BMFSFJ, vorliegen. Maximal fünf Agenturen werden zur Präsentation geladen. [Zur Ausschreibung](#).
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats

Havas unterstützt Osram Corporate Communications

Die [Agentur Havas Worldwide](#) mit Sitz in München hat **Osram als Neukunden** gewonnen und betreut den weltweit führenden Lichthersteller seit Anfang Januar im Bereich Corporate Communications. Die Agentur unterstützt ihren neuen Kunden insbesondere bei der Pressearbeit und der internen Kommunikation. Ausschlaggebend war für Osram vor allem, dass Havas in Deutschland stark aufgestellt sei und auf die Stärke eines internationalen PR-Netzwerkes zurückgreifen könne. Als Agentur für integrierte Markenkommunikation beschäftigt Havas Worldwide mehr als 12.000 Mitarbeitern in 316 Büros in 75 Ländern.

Bundesbehörden schreiben Kommunikationsetats neu aus

Das **Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)**, Berlin, sucht für die politikbegleitende Öffentlichkeitsarbeit eine neue Full-Service-Agentur. Gefragt sind strategische Kommunikationsberatung, die Konzeption themenübergreifender Kampagnen, die Organisation von Messen und Veranstaltungen sowie Redaktionsarbeit für

Puma beauftragt Yamaoka PR

Der drittgrößte Sportartikelhersteller der Welt, Puma, hat die Hamburger [Agentur Yamaoka PR](#) mit der strategische Marken- und Produkt-PR für Deutschland, Österreich und die Schweiz beauftragt. Die PR-Spezialisten sollen für die Bereiche „Sport-Performance“ und „Lifestyle“ frische, kreative PR-Kampagnen entwickeln. Yamaoka PR wird ein Strategie-Team zusammenstellen, das sich bei Puma auf Team sport, Fitness, Running, Golf, Lifestyle und die Puma Testimonials konzentriert. Zu den Markenbotschaftern gehören unter anderen Nationalspieler Marco Reus, BVB-Trainer Jürgen Klopp und der schnellste Mann der Welt, Usain Bolt.

Etats compact (15) (02. KW-2013)

1. Tourismusverband Waadtland, Kanton Waadt, Schweiz
was: Presse- und Medienarbeit für den deutschen Markt
wer: **PR Solutions by Melanie Schacker**, Frankfurt am Main

2. Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf
was: Presse- und Medienarbeit,
Endkunden- und Business-PR
an: **Ansel & Möllers GmbH**, Stuttgart
3. Ministerium für Wirtschaft, Energie,
Industrie, Mittelstand und Handwerk
NRW (MWEIMH), Düsseldorf
was: Informationsmaterialien (Media-
Toolkit)
an: **Rheinfaktor, Agentur für
Kommunikation GmbH**, Köln
4. McRent, Isny
was: Marken- und Tourismus-PR
an: **W&P Wilde & Partner Public
Realtions GmbH**, München
5. Hako Gruppe, Bad Oldesloe
was: Internationales Mitarbeitermagazin
an: **Redrobin. Strategic Public
Relations GmbH**, Hamburg
6. Europäisches Patentamt, München
was: Internationales Mitarbeitermagazin
an: **Trurnit Gruppe**, München
7. a) Casall, Zentrale in Stockholm,
Schweden
was: Marken-PR und Kommunikation im
deutschsprachigen Raum
b) Rykä, Essen
was: Marken-PR und Kommunikation im
deutschsprachigen Raum
an: **Extract Public Relations GmbH &
Co. KG**, Düsseldorf
8. Wer liefert was? GmbH, Hamburg
was: Kommunikation und Pressearbeit
an: **achtung! GmbH**, Hamburg
9. Veolia Umweltservice GmbH, Hamburg
was: Strategische PR-Beratung,
Medienarbeit, Redaktion
Mitarbeiterzeitung
an: **TDUB Kommunikationsberatung**,
Hamburg
10. Weinregion Dordogne (Frankreich)
was: Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt
11. Automobilclub von Deutschland (AvD),
Frankfurt am Main
was: Medien- und Öffentlichkeitsarbeit,
Veranstaltungskonzeption
an: **wbpr_Kommunikation**, München
12. Realtime Technology AG, München
was: Themen- und Produkt-PR sowie
Pressearbeit
an: **Schwartz Public Relations**,
München



13. IBM Schweiz AG, Zürich
was: Kundenmagazin "Think!"
an: **Arnold.KircherBurkhardt**, Stäffa,
Schweiz
14. Haufe Lexware, Freiburg/Brsg.
was: PR- und Marketing-Unterstützung für
Online-Lösung lexoffice
an: **Bite Communications GmbH**,
München
15. Xella International GmbH, Duisburg
was: Mitarbeitermagazin "Meilensteine"
an: **Zimmermann Editorial GmbH**, Köln

Branche

Ausschnitt-Vertrieb neu strukturiert

Um die Beratungsleistungen für die Kunden zu verbessern und das Angebot noch stärker an den Bedürfnissen der Auftraggeber auszurichten, gibt sich die *Ausschnitt Medienbeobachtung*, Deutsche Medienbeobachtungs Agentur mit Sitz in Berlin, eine neue Struktur. Mit dem Jahreswechsel werden Großkunden von einem Key-Account-Management betreut. Das zweite Team-Account-Management berät PR-Profis bei Fragestellungen im Tages-

geschäft. Birgit Scheffler, Leiterin Verkauf und Marketing/Kommunikation sowie Mitglied der Geschäftsleitung: "Mit der neuen Struktur möchten wir auf die individuellen Bedürfnisse der Kommunikationsverantwortlichen noch stärker eingehen und diesen einen optimalen Service bieten." Damit wird die bislang branchenorientierte Struktur durch eine Segmentierung nach Kundenbedürfnissen abgelöst.

Branche compact (8) (02. KW-2013)

1. Die **Public Relations Partners Gesellschaft für Kommunikation mbH** in Kronberg zieht eine erfolgreiche Jahresbilanz für 2012. Nach eigenen Angaben wurden **neun neue Etats** gewonnen und die Belegschaft vergrößert. Mitausschlaggebend für die positive Entwicklung sei die Zusammenarbeit im **Netzwerk 27&More e.V.**, einem weltweiten Zusammenschluss von 16 inhabergeführten PR-Agenturen mit Sitz in Frankfurt, teilt die Agentur mit. Sie betreut aktuell Kunden aus sieben Ländern.
2. Die Agentur **Consense Communications**, München, der Suchmaschinenpezialist **Crealytics** sowie die Werbedienstleister **Neo@Ogilvy** und **DS Media Team** haben in der Kommunikationsbranche in Deutschland die **zufriedensten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**. Das ist das Ergebnis einer Untersuchung, die die Arbeitgeber-Bewertungsplattform Kununu im Auftrag des *HR-Marketing-Blog* durchgeführt hat. Die genannten Unternehmen führen das Ranking an, das auf Basis von mehr als 180.000 Bewertungen aus Deutschland erstellt wurde.
3. Der **PR Club Hamburg** hat seinen **Vorstand im Amt bestätigt** und ist nun offizieller Partner des Hamburg@work e.V. Torsten Panzer (Unternehmensberater und Dozent), Uwe Jens Neumann (Geschäftsführer der

Zu
schnell
für Ziele?

Kommunikations-
planung bei
Lautenbach Sass.

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

Hamburgischen Wirtschaftsförderung) und Simone Hopf (Projektmanagerin Hamburg@work e.V.) wurden in ihren Ämtern als Vorstand, Stellvertreter und Schriftführerin bestätigt. Ergänzt wird der Vorstandskreis ab sofort von Stefan Keuchel (Pressesprecher Google Deutschland) und Martin Schleinhege (Inhaber Clever and Smart Public Relations). Die bereits bestehende Kooperation zwischen den Vereinen wurde jetzt auch vertraglich besiegelt.

4. **PR-Nachwuchs** aufgepasst: Für den **PR-Film Förderpreis 2013** "Mein Fahrrad - wer bremst gewinnt!" ist der **Einsendeschluss der 9. Februar**. Der Kommunikationsverband e.V., Hamburg, schreibt den Preis zum zweiten Mal gemeinsam mit der Allianz Deutschland AG aus. Unterstützt wird die Ausschreibung vom Bremsenhersteller Magura Deutschland. Der maximal einminütige Film soll erklären, wie man Spaß mit dem Fahrrad haben kann und wozu es nicht geeignet ist. Der Nachwuchspreis ist ein Publikumspreis. Er wird im Rahmen des *Klappe PR-Filmfestivals* am 12. Juni vergeben.

5. Die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (**INSM**) will die Abgeordneten im Bundestag mit schwarzer Magie bearbeiten. Sie schickte den Parlamentariern eine **Voodoo-Puppe**. Die warnt vor den geheimen Schmerzen, die Mindestlöhne und Frauenquote mit sich bringen. Oder so. (Quelle: [Süddeutsche.de](#))
6. **Robert Trenkel** (47), ehemaliger Geschäftsführer der Kommunikationsagenturen A&B One und achtung!, hat in Hamburg das **Beraternetzwerk Sturmfest gegründet**. Das Beratungsangebot von Sturmfest richtet sich an Unternehmen und Organisationen, die Unterstützung in den Bereichen Kommunikationsstrategie, Kommunikationsmanagement und bei der Implementierung professioneller Kommunikationsstrukturen benötigen. Partnerin und Teil des zweiköpfigen Kernteams von Sturmfest ist Miriam Emmermann (41), die als PR-Beraterin mehr als elf Jahre bei MasterMedia aktiv war und in den vergangenen Jahren als freie Kommunikationsberaterin arbeitete.
7. **Agenturfusion** im schweizerischen Aargau: Aus der bsw-Agentur **Renzen Communications und der deFacto AG** wird Renzen. CEO der neuen Agentur ist Hauptaktionär Frédéric Renzen, Partner Dieter Zobrist, der bisherige Hauptaktionär von deFacto, wird Managing Director. Die Marke Renzen als führende Kommunikationsagentur im Aargau soll gestärkt werden. Sitz von Renzen mit jetzt 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bleibt Aarau.
8. Die **Flughafen München GmbH** hat ein Führungs-Leitbild entwickelt, das klare Vorgaben enthält und für alle Führungskräfte konzernweit gilt. Bei der Vermittlung dieses Leitbildes beschreitet der Flughafen München jetzt Neuland: Parallel zu den üblichen Textinformationen beschreiben [Erklärvideos](#) welche Maßstäbe das Unternehmen bei der Beurteilung von Führungsverhalten und Leistung zu Grunde legt. Die Kurzfilme wurden von der Münchner Videoagentur infotainweb AG konzipiert und produziert.



Erklärvideos liegen generell im Trend: Die ARD/ZDF-Online-Studie 2012 ermittelte, dass sich jeder vierte Internetnutzer in Deutschland gelegentlich ein Anleitungs-Video anschaut.

Medien

Generationswechsel beim Stern wird Schritt für Schritt umgesetzt - Wichmann neuer Chefredakteur

Dominik Wichmann (41) ist ab sofort dritter gleichberechtigter **Chefredakteur des Hamburger Magazins Stern**. Wichmann, bisher Stellvertreter, wird die Redaktion gemeinsam mit der bisherigen Doppelspitze aus **Thomas Osterkorn** (59) und **Andreas Petzold** (57) führen. Ab 1. Mai ist Wichmann alleine als Chefredakteur verantwortlich. Osterkorn und Petzold wechseln nach fast 14jähriger erfolgreicher Arbeit als Chefredakteure in die Rolle der Herausgeber. Sie stehen dem Chefredakteur damit weiterhin mit Rat und Tat zur Seite und kümmern sich als Herausgeber auch um alle Titel der stern-Markenfamilie wie NEON, Nido, VIEW, stern Gesund leben und viva!.

Chefredakteur Förster kauft "Impulse"

Vom Literaturwissenschaftler zum Verleger: Chefredakteur **Nikolaus Förster** (44) kauft dem Hamburger Verlag Gruner + Jahr das **Wirtschaftsmagazin "impulse"** ab und zeigt damit das, was er in seinem Magazin predigt: Unternehmergeist. Förster ist künftig Mehrheitseigner, der Hamburger Investor Dirk Möhrle wird Minderheitsgesellschafter der neu gegründeten Impulse Medien GmbH. [Weiterlesen.](#)

Hinweise für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage - So funktioniert Print auch in Zukunft

Jeder kennt diese Zahlen: Die Auflagen von Zeitungen und Zeitschriften schrumpfen Quartal für Quartal, Werbeumsätze schmelzen parallel dazu ebenfalls zusammen, Geschäftsmodelle geraten in große Gefahr. Einzelne Titel stemmen sich aber erfolgreich gegen das vermeintliche Problem einer gesamten Branche, verzeichnen sogar steigende Verkaufszahlen und Erlöse. Weil sie ihre Leser ernst nehmen und mit Herzblut gemacht werden. "Meedia" gibt vier Hinweise für eine Zukunft mit Print.

Den Artikel von Jens Schröder am 8. Januar in "Meedia.de" [hier online weiterlesen.](#)

Medien compact (1) (02. KW-2013)

1. Eine **neue Initiative für einen starken Journalismus** hat sich Anfang Januar 2013 in Frankfurt am Main gegründet: das „*Forum Qualitätsjournalismus*“ (FQJ). Als branchen- und ressortübergreifendes Medien-Netzwerk richtet sich das Forum an alle an der journalistischen „Wertschöpfungskette“ Beteiligten – an Journalisten, Redakteure und Verlagsmanager ebenso wie an Kommunikationsexperten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft.



Ihnen bietet das FQJ eine journalistisch neutrale und unabhängige Plattform für den Dialog über relevante Themen, Trends und Tendenzen des Qualitätsjournalismus'.

Social Media

Nachrichtenverbreitung in sozialen Netzwerken: Spiegel Online vor Bild.de

Die Studie „Social Network Usage in Germany“ der Professoren Oliver Hinz (Wirtschaftswissenschaft) und Thorsten Strufe (Informatik) von der Technischen Universität Darmstadt erfasst sämtliche Artikel von fünfzehn der reichweitenstärksten deutschen Nachrichten-Webseiten. Die Wissenschaftler werten aus, wie oft ein Artikel in den sozialen Netzwerken Twitter, Facebook und Google Plus von den Nutzern geteilt wird. Das Ergebnis: Nutzer von Twitter, Facebook und Google Plus teilen am häufigsten Nachrichten der Webseiten Spiegel Online und Bild.de.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmens-PR: 40 Fragen vor dem Social Media Einstieg

Social Media werden immer wichtiger, bieten eine potentiell hohe Reichweite und dürfen von keinem Unternehmen ignoriert werden. Diese – etwas überspitzte – Haltung scheint sich in manchen Unternehmenszentralen durchzusetzen. Der eine oder andere Berater dürfte dabei sicherlich nicht ganz untätig sein. Der grundsätzlichen Aussage – **Social Media werden immer wichtiger** – stimmen

wir ja auch zu, doch die teilweise zu beobachtende Panik und vor allem der daraus resultierende Aktionismus sind komplett unnötig. Schlimmer noch, ein **überstürzter Einstieg in die sozialen Netzwerke kann der Reputation eines Unternehmens deutlich mehr schaden**, als es das Ignorieren der neuen Medien je könnte. Einige Fragen sollten sich Unternehmen vor dem Start in die Social Media dann doch stellen. [Hier online weiterlesen.](#)

PR-Gateway: Online-PR Trends 2013

Kombinieren Sie verschiedene Disziplinen für erfolgreiche PR-Kampagnen im Web. Das Internet hat die PR-Arbeit massgeblich verändert. Neue Kommunikationsmedien und –instrumente wandeln die klassische Öffentlichkeitsarbeit zu einer direkten und dialogischen Online-PR. Eine Verknüpfung von Know-How und Kompetenzen aus den verschiedenen Disziplinen ist daher erforderlich, um das Web 2.0 erfolgreich für die Online-PR einzusetzen. Das Wissen aus den Bereichen PR, Marketing, Vertrieb und SEO kann Unternehmen effektiv dabei unterstützen, ihre Inhalte wirkungsvoll im Internet zu platzieren und die Kundengewinnung entscheidend zu fördern. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (2) (03. KW-2013)

1. **Im Serviceplan Blog spekuliert Heiko Ditges, Head of Social Marketing der Plan.Net Gruppe, über die Entwicklungen von YouTube, Google, Google+, Facebook und Co. in diesem Jahr.** Dabei rät er beispielsweise, YouTube nicht nur als TV-Ergänzung einzusetzen, sondern als erste Anlaufstelle bzw. als Auftakt für die Verbreitung von Videos zu nutzen. Hier geht's zum [Blogbeitrag](#).
2. **Wikipedia für Personenprofile:** Martin Weigert wünscht sich ein gemeinnütziges

Portal, das die Web-Profile jedes Internetnutzers bündelt. Als Betreiber stellt er sich die Wikipedia Foundation oder Mozilla vor, so [netzwertig.com](#).

Reputation Management

Verbraucherbefragung: Volkswagen das transparenteste Unternehmen, vor dm und Telekom

Transparente Unternehmen werden als nachhaltiger, umweltschonender, sozialer und innovativer wahrgenommen - das ist das Fazit einer Studie der Frankfurter Kommunikationsberatung Klenk & Hoursch. Zum ersten Mal wurden deutsche Verbraucher ungestützt gefragt, welche Unternehmen sie als besonders transparent wahrnehmen. Am besten schneidet Volkswagen ab. Rund acht Prozent der Deutschen halten den Wolfsburger Konzern für das transparenteste Unternehmen in Deutschland. Knapp dahinter liegen dm drogerie-markt mit sechs Prozent, gefolgt von der Telekom mit fünf Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation vs. Image: Ohne Vertrauen ist alles nichts

Politiker und Manager verspielen leichtfertig das Vertrauen von Bürgern und Kunden. Dabei benötigen sie für ihren Erfolg genau dieses Vertrauen. Doch so kostbar Vertrauen ist, so leicht verflüchtigt es sich auch. Die Demoskopen bestätigen, was im Grunde jeder weiß und spürt: Die Bundesbürger vertrauen Parteien, Politik, EU, Großbanken, Konzernen, Managern und selbst der Kirche immer weniger. Die inzwischen seit Jahren schwelende Euro-, Wirtschafts- und Finanzkrise ist daher wesentlich eine Vertrauenskrise. Und wer sich umhört, erkennt, dass sich daran absehbar

nichts ändern wird. Im Gegenteil: Affären wie aktuell die der Deutschen Bank, das Feilschen um Europas Zukunft und den Euro oder das Comeback-Gerede von Bunga-Bunga-Cavaliere Silvio Berlusconi tragen tagtäglich mit dazu bei, dass die vermeintlichen „Eliten“ immer mehr Vertrauen der Menschen in Europa leichtfertig verspielen. *Den Artikel von Michael Gestmann am 27. Dezember in "Perspektive Mittelstand" [hier online weiterlesen.](#)*

CSR Unternehmensverantwortung

Studie: Versicherer ignorieren Nachhaltigkeit

Ressourcen schonen, soziale Aspekte und den demografischen Wandel berücksichtigen, kurz: nachhaltig Wirtschaften. Das spielt nur in jedem zweiten Versicherungsunternehmen Deutschlands eine entscheidende Rolle. Zu diesem Ergebnis kommt der „Managementkompass Nachhaltigkeit Wertschöpfung“ des Beratungsunternehmens Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Nachhaltigkeit: CSR-Kommunikation von Unternehmen oft defizitär

Die Deutsche Post, Henkel und Bayer machen richtig, was viele Unternehmen offenbar noch nicht können: Sie kommunizieren ihre Nachhaltigkeitsarbeit erfolgreich im Internet. Das ist das Ergebnis der Studie "Corporate Social Responsibility Benchmark 2012" der Unternehmensberatung Net Federation in Köln. Weiterlesen aus www.horizont.net

CSR compact (2) (02. KW-2013)

1. Das 9. **Deutsche CSR-Forum** findet am 9. und 10. April 2013 in Ludwigsburg bei Stuttgart statt. Das Leitmotiv für die Tagung heißt: „**Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft**“. Der internationale Anspruch wird durch zahlreiche Referenten aus Ländern wie Brasilien, China, Indien, Japan, Mexiko oder Thailand unterstrichen. Der diesjährige **CSR-Preis** wird während der Tagung von Bundesminister Dirk Niebel vergeben. Die **Bewerbungs- und Anmeldefrist** für den SCR-Preis wurde bis 31. Januar 2013 **verlängert**.
2. Unter der Domain www.csr-atlas.de steht seit kurzem der **CSR-Atlas edition Hochschulen NRW** zum Download bereit. Knapp die Hälfte der wirtschaftswissenschaftlichen Fachbereiche – darunter die RWTH Aachen, die Universität Duisburg-Essen, die Universität zu Köln, die FH Köln und Düsseldorf – stellen ihre Aktivitäten rund um Corporate Social Responsibility (CSR) vor. Ergänzt wird diese Übersicht durch Fachbeiträge aus Forschung und Wirtschaft. Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft vom Wissenschafts- und Wirtschaftsministerium, die wissenschaftliche Koordination lag bei der FOM Hochschule und der Universität Paderborn.

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 86. Schulze van Loon: Gute Kommunikation setzt disziplin-übergreifende Strategien voraus



„Das PR-Interview“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation, Köln](#)
Interview mit Dietrich Schulze van Loon, Hamburg zum Ausbau und der Neuorganisation der Orca-

Gruppe.

PR-Journal: *Mit dem Zusammenschluss zur erweiterten ORCA-Gruppe verbinden Sie einen neuen Beratungsansatz im Agenturgeschäft. Wie sieht dieser aus?*

Dietrich Schulze van Loon: Anlass für den Zusammenschluss ist der gravierende Wandel innerhalb der Kommunikationsbranche. Dabei geht es nicht um Kommunikationsdisziplinen und deren Instrumente, sondern um Lösungen, die einen messbaren Beitrag zur unternehmerischen Wertschöpfung leisten. Der Markt hat sich verändert. Noch vor wenigen Jahren war die Nachfrage nach Einzelleistungen sehr hoch, so dass eine Spezialisierung auf beispielsweise klassische Werbung oder Public Relations sinnvoll war. Heute setzt gute Kommunikation disziplinübergreifende Strategien und Maßnahmen sowie Crossmedialität voraus. Dies bedeutet die Erarbeitung von verzahnten Inhalten für die unterschiedlichen Kommunikationskanäle. Die ORCA-Gruppe deckt deshalb sämtliche Kommunikationsdisziplinen und Instrumente von Strategie und Public Relations über klassische Werbung, Kampagnen, Online und Social Media-Kommunikation bis hin zu Corporate Publishing und Public Affairs ab.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

SpOn: Desaster bei öffentlichen Großprojekten Wie die Politik die Bürger täuscht

Berlin leidet unter dem Endlos-Skandal um den neuen Flughafen. Kritiker sehen schon den Ruf der Hauptstadt in Gefahr. Der Wahnsinn hat im ganzen Land Methode: Wenn die Politik Großprojekte angeht, ist mit Pfusch am Bau, Verzögerungen und Kostenexplosionen zu rechnen - acht Beispiele belegen das. Am Anfang

sieht alles wunderschön aus: opulente Modelle, liebevoll dekoriert mit Plastikmännchen - der Bahnhof oder der Flughafen sehen perfekt aus. Die Kosten scheinen erträglich, Politiker präsentieren ihr Projekt euphorisch. Welch schöne Perspektive für die Region! Allzu lange dauern soll das Ganze natürlich nicht, ein paar Jahre nur.

Und dann läuft es doch wie immer. Einsprüche, neue Wünsche, andere Anforderungen. Der Bahnhof, die Bahnstrecke, der Flughafen oder das Konzerthaus werden nicht fertig. Und die Kosten steigen. Aufs Doppelte, aufs Vierfache. Dann sind die Menschen sauer, der Ruf einer ganzen Stadt leidet, so wie jetzt beim Debakel um den Großflughafen Berlin-Brandenburg. Die Politiker, die das Projekt stets angepriesen haben, wollen von einer eigenen Verantwortung nichts mehr wissen.

Den Artikel von Florian Diekmann, Michael Kröger und Anna Reimann am 9. Januar in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#).

Bildung

AMD startet Studiengang Unternehmenskommunikation

Die *Akademie Mode & Design, AMD*, eine der führenden privaten Hochschulen für Design, Mode und Kommunikation in Deutschland, startet den bundesweit ersten akademischen **Corporate Communication-Studiengang** mit einem Abschluss als Gestalter. Interessenten können sich ab sofort bewerben. Der achtsemestrige Bachelor of Arts-Studiengang „Marken- und Kommunikationsdesign – Visual and Corporate Communication“ startet zum **Sommersemester 2013 in München** und zum kommenden Wintersemester an allen anderen Standorten. Die AMD wurde 1988 in Hamburg gegründet und im September 2005 vom Senat der Freien und Hansestadt Hamburg als private Hochschule

staatlich anerkannt. Sie verfügt über Studienzentren in Hamburg, Düsseldorf, München und Berlin.

Neuer Lehrgang zum akademisch geprüften Social Media Manager - Österreichs erste akademische Ausbildung startet

Am 5. März 2013 beginnt an der Life Long Learning Academy Technikum Wien (LLL Academy) die erste akademische Ausbildung zum Social Media Manager. 17 Top-TrainerInnen machen die TeilnehmerInnen in zwei Semestern fit für das erfolgreiche Social Media Management. Der Bogen der Themen reicht von der Erstellung unternehmensweiter Richtlinien bis hin zur Entwicklung von kreativen Inhalten, von der Einbettung der Social Media in die Gesamtstrategie bis hin zu den rechtlichen Aspekten und der Erfolgsmessung. Der Lehrgang ist für Berufstätige konzipiert, unterrichtet wird an drei Abenden der Woche.

(Quelle:

<http://www.presstext.com/news/20130108009>).

Weitere Informationen: www.lllacademy.at/smm

Bildung compact (3) (02. KW-2013)

1. Am 31. Januar startet die **PR plus GmbH** in Heidelberg den [61. Fernstudiums-Kurs mit dem akademischen Abschluss PR-Beraterin bzw. PR-Berater](#). Mit diesem Kurs steigt PR plus in das fünfzehnte Jahr dieser Grundlagenausbildung der PR ein. Mittlerweile ist ein Netzwerk von mehr als 1.000 Absolventen entstanden. Schwerpunkt des Fernstudiums ist die Vermittlung strategischer Kommunikation, der Grundlage professioneller und effizienter PR.
2. Am **27. Februar** beginnt an der **Quadriga Hochschule-Executive Education**, Berlin, das [Online-Studium](#)

"Praxiswissen Public Affairs". In sieben Modulen lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die klassischen Techniken und Instrumente der Public Affairs kennen und mit digitalen Tools zu ergänzen. Als Vorteil des Online-Studiums stellt die Hochschule heraus, dass die Teilnahme vom Büro oder von zu Hause aus möglich ist und via Chat ein direkter Austausch mit den Referenten möglich ist. Ein Frühbucherrabatt wird noch bis zum 11. Februar gewährt.

3. Die 44. Grundausbildung der **Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR)** beginnt im April 2013. Da der vorherige Kurs bereits ausgebucht ist, haben Interessenten die Möglichkeit, sich mit ihrer Anmeldung ab sofort für die **44. Ausbildung vom 19. April bis 14. Juli 2013 in Frankfurt am Main** einen Platz zu sichern. Das Programm besteht aus vier Modulen, die jeweils von freitags bis sonntags dauern. Der Lehrgang richtet sich an Hochschulabsolventen, Trainees und Volontäre in Kommunikationsagenturen und Kommunikationsabteilungen in Unternehmen oder Institutionen. Weitere Informationen unter: www.dapr.de.

Studien

Studien compact (1) (02. KW-2013)

1. Die Managementberatung **Kienbaum** in Gummersbach veröffentlicht eine **Studie zum Verbraucherverhalten**. Eines der Ergebnisse: Verbraucher legen Wert auf nachhaltig und ökologisch korrekt produzierte Waren. Als Verkaufsargumente spielen diese Aspekte eine immer wichtigere Rolle. Das gilt für Investitionsgüter ebenso wie für Produkte des täglichen Gebrauchs. Die Studie hat Kienbaum gemeinsam mit dem Center of Automotive Research (CAR) an der Universität Duisburg-Essen erstellt.

Termine

Termine compact (2) (02. KW-2013)

1. Zu einem [Praxisworkshop "Pressearbeit"](#) lädt die **Konrad-Adenauer-Stiftung** ein. Vom 1. bis 3. März lernen die Teilnehmer im Bildungszentrum Schloss Eichholz in Wesseling, wie erfolgreiche Pressearbeit gestaltet werden sollte. Praktische Übungen zum Schreiben von Pressemitteilungen, zur Ankündigung von Veranstaltungen und zur Organisation von Pressekonferenzen stehen im Mittelpunkt. Referenten sind Mathias Alexander Wolf, freier Journalist und Dozent, sowie Dr. Stefan Brunn, freier PR-Redakteur.
2. Am 6. und 7. März veranstaltet die **scm school for communication and management**, Berlin die [Praxistage "Interne Kommunikation 2.0"](#) in Frankfurt am Main. In neun Workshops geht es um Themen wie den Wandel der Internen Kommunikation durch Social Media, Tools und Guidelines, Mitarbeiterpartizipation und Wissensmanagement 2.0 sowie Kennzahlen und Erfolgsmessung. Keynotes der Deutschen Telekom und Allianz eröffnen die beiden interaktiven Workshopstage.

Tipps

Bewerbungsgespräch: Diese 15 Fragen kommen bestimmt

“Welche Fragen muss ich denn für das Bewerbungsgespräch unbedingt beantworten können?” – Diese Frage haben wir hier bei der Karrierebibel in verschiedenen Variationen dutzendfach gehört. Mir wird sie meist im Kontext des Coachings gestellt. Dort geht es zwar primär um andere Themen, doch wenn ein Bewerbungsgespräch ansteht, wollen sich meine

Coachees natürlich optimal vorbereiten. Das Probleme ist: Auf die eingangs gestellte Frage gibt es keine Patentantwort. Einige Fragen kommen im Bewerbungsgespräch zwar immer wieder vor, doch eine Garantie für das Auftauchen bestimmter Fragen kann es nicht geben. Daher haben wir heute 15 Fragen aus drei verschiedenen Bereichen zusammengestellt. Diese sind so ausgewählt, dass sie inhaltlich ein großes Themenspektrum – und damit möglichst viele ähnliche Fragen – abdecken. Und diese Themen sind ganz bestimmt Teil des Bewerbungsgespräches.

Den Artikel von Christian Mueller am 09. Januar in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Tipps compact (4) (02. KW-2013)

1. Die deutsche Wirtschaft kommt nach Einschätzung des **Berliner DIW** dank der **guten Nachfrage im Inland 2014** kräftig in Schwung. Es sei ein **Wachstum von mehr als zwei Prozent möglich**, nach 0,9 Prozent im laufenden Jahr, sagen die Experten des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) voraus. Vor allem die gute Lage am Arbeitsmarkt dürfte den privaten Konsum beflügeln. Größter Hemmschuh für die deutsche Wirtschaft sei die immer noch andauernde Krise und Rezession im Euroraum.
2. Wer einen **prominenten Gastredner** für seine Veranstaltung sucht, kann auf einen neuen Vermittlungsanbieter in Deutschland zurückgreifen: In Frankfurt am Main wurde jetzt die [Premium Speakers Deutschland GmbH](#) gegründet. Die Unternehmen vermittelt hochkarätige Referenten für Konferenzen, Tagungen und Unternehmensveranstaltungen. Premium Speakers verfügt nach eigenen Angaben über weltweite Kontakte zu führenden Persönlichkeiten wie Sir Bob Geldof, Joschka Fischer, Nouriel Roubini, Jack Welch, Joseph Stiglitz, Garry Kasparov, Ottmar Hitzfeld und vielen anderen.
3. Die **Kölner Agentur headworker.de** bietet mit Beginn des Jahres ein neues Produkt:

die Erstellung von *Firmen-Image-Videos*. In Zusammenarbeit mit Matthias Michel, Filmemacher, Regisseur und Cutter, werden die Videos produziert und auf den konkreten Bedarf der Auftraggeber zugeschnitten.

4. Das Handelsblatt öffnet seine interne Research-Abteilung für die Öffentlichkeit: Über das neu gegründete **Handelsblatt Research Institute (HRI)**, Düsseldorf können Unternehmen, Verbände und Privatpersonen ab sofort von der Kompetenz und langjährigen Erfahrung der Handelsblatt-Researcher profitieren. Sie erhalten über das HRI Zugang zu exklusivem Datenmaterial und unabhängigen Recherche-Leistungen – von der tagesaktuellen Kurzanalyse über ausführliche Dossiers und Datenanalysen bis hin zu komplexen wissenschaftlichen Studien. Präsident des HRI ist **Bernd Rürup**.

Literatur

Über Partizipationsmöglichkeiten bei Großprojekten

"Partizipation - Neue Herausforderungen für die Kommunikation", lautet der Titel eines neuen Bandes der PR-Bibliothek der Deutschen Presseakademie. Die Herausgeber Thorsten Hofmann und Kristina Sinemus haben Beiträge namhafter Experten zusammengesträgt. Unter den Autoren sind Bundesverkehrsminister Peter Ramsauer und der ehemalige Regierende Bürgermeister der Hansestadt Hamburg, Ole von Beust. Sie gehen der Frage nach, wie eine neue Kultur der Bürgerbeteiligung aussehen kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

438.497 Besucher, 4.329 Newsletter-Meldungen:

PR-Journal ist mit 2012 zufrieden

Das "PR-Journal", ältestes und meistgenutztes PR-Portal für die Kommunikationsbranche behauptet sich mit stabilen Ergebnissen. 1,2 Millionen PageImpressions und 438.497 Visits zählte das Internetmedium von Januar bis Dezember 2012 lt. IVW. Daraus errechnet sich ein Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern. Gemäß GoogleAnalytics verweilen die Leser durchschnittlich 08:38 Minuten auf dem Portal und rufen 2,7 Seiten auf. Mit knapp 94 Prozent hat das Portal seine Hauptleserschaft in Deutschland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (49)

Volontariat/Trainee

Die 14 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- PR-Berater (m/w) Corporate & Brands, Berlin
- Junior Account Manager PR (m/w)
- Account Manager PR (m/w), München
- Junior PR-Berater (m/w), Bremen
- PR-Redakteur/Texter und/oder PR-Manager (m/w) für Industrie & Technologie, Aachen/Würselen
- PR-Berater/in bei FAKTUM, Heidelberg
- Berater (m/w) Healthcare Communications, Frankfurt a.M.
- Junior PR-Berater (m/w), Hamburg
- PR-Redakteur/in, Stuttgart
- Consultant / Senior Consultant (m/w) Automotive PR, Frankfurt
- Junior- / Berater (m/w), Berlin
- Senior-PR-Berater/in bei Publik, Ludwigshafen
- PR-Berater/-in, Hamburg
- Agentur in Hamburg sucht erfahrene/n PR-Berater/in
- PR Junior-Beraterin/PR Assistentin, Hamburg
- Juniorberater/Projektmanager (w/m), München
- Seidl PR & Marketing sucht Kommunikationsprofi, Essen
- (Junior) PR-Berater/in & Volontär/in im Bereich Mode/Lifestyle, München
- KOOB sucht Junior PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.
- Corporate Publishing: Journalist/in / Redakteur/in in Köln gesucht
- Markenzeichen sucht in Düsseldorf Kundenberater/in und Junior/in IT/TK für Werbung und PR
- Senior PR Manager (m/w), München

Behörden (Öffentl.Dienst)

- Online-Redakteur (m/w), Rosenheim

Unternehmen

- Manager Interne Kommunikation/Pressesprecher Stahl- und Metallrecycling (m/w), Frankfurt a.M.
- Kommunikationsmanager (m/w), Hannover

- Leiter der Unternehmenskommunikation (m/w), Mülheim
- Online Redakteur (m/w), München
- Mitarbeiter Corporate Affairs (m/w) in Teilzeit, München
- Pressesprecher/in - Supervisor Corporate Communications, München
- PR und Communications Manager (w/m), Viersen

Verbände (Non-Profit)

- PR-Manager (m/w), Frankfurt a.M.
- PR/Marketing-Mitarbeiter/in beim FSC Deutschland, Freiburg
- Online-Redakteur/in bei Campact

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. Januar 2013 um 22:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.978 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"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; 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"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

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

Rubrik "PR-Websitecheck": N.N.

Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine": Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]jachelis.com);

München/Oberbayern: Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de);

Düsseldorf/Rhein-Ruhr: Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de);

Hamburg/Norddeutschland: Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** N.N.; **freie Themenwahl:** Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Sascha Stoltenow, Waldems (Bendler-Blog) (stoltenow[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

Autoren 2012: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Die Gesichter + Infos zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir hier auf unserer [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

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>.