

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 366 / 03. KW 2013

Hier das Inhaltsverzeichnis des 366. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 39 Einzelmeldungen):

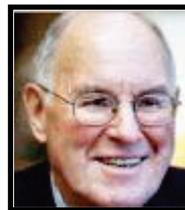
1. *Trauer um "Dan" Edelman*
2. *Andreas Knaut wird Kommunikationschef der Schufa*
3. *Dolderer nicht mehr Leiter Unternehmenskommunikation bei McFit*
4. *Personalien compact - Sonstige (7) (03. KW-2013)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (10) (03. KW-2013)*
6. *Personalien compact - Agenturen (7) (03. KW-2013)*
7. *Vier neue Kunden für Edicto*
8. *Etats compact (9) (03. KW-2013)*
9. *Fünf PR-Mythen auf dem Prüfstand: Märchen der Öffentlichkeitsarbeit*
10. *Branche compact (1) (03. KW-2013)*
11. *Studie belegt: Zeitungen bleiben zentrales Informationsmedium*
12. *Medien compact (2) (03. KW-2013)*
13. *Die wichtigsten Blogs Deutschlands*
14. *Graph Search: Facebooks führt Suche im Social Graph ein*
15. *CEO-Reputation: Die Guten ins Töpchen, die Schlechten ins ...*
16. *Bankenplatz Liechtenstein: Fokus Reputation Management*
17. *Synergien: Markenbildung und Reputation*
18. *Cornelia Kunze: PR in Indien - Can-Do-Attitude und Krisenmanagement*
19. *Kerlikowsky: Manipulation der Öffentlichkeit ist Tagesgeschäft geworden*
20. *Gericht: Leichte Kost mit Grünkohl*
21. *Transparenz erhöht Akzeptanz - Planung und Risiken von Großprojekten transparent kommunizieren*
22. *Effizienzfallen: Sieben Faktoren, die wirkungsvolle Kommunikation beflügeln oder behindern*
23. *Edelman Vertrauens Barometer 2013: Deutschland hat Schlüsselrolle in Europa*

24. *CEO Engagement im Social Web von 2010 bis 2012 fast verdoppelt*
25. *Termine compact (1) (03. KW-2013)*
26. *Einstiegsgehälter 2013: Was bekommt man mit Bachelor, Master oder Dr.?*
27. *Tipps compact (1) (3. KW-2013)*
28. *Neumann / Reineke (Hrsg.): Kommunikationscontrolling - Entwicklung, Techniken und Implementierung*
29. *Literatur compact (1) (03. KW-2013)*
30. *Jobbörse*
31. *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

Trauer um "Dan" Edelman



Die PR-Branche weltweit trauert um Daniel J. Edelman. Der PR-Pionier und Gründer des gleichnamigen Agenturnetzwerks starb am 15. Januar 2013 im Alter von 92 Jahren in Chicago.

Edelman war einer der erfolgreichsten Vertreter des internationalen PR-Business.

Vor 61 Jahren gründete der ehemalige Journalist seine Agentur in Chicago und baute sie kontinuierlich in der ganzen Welt aus. Die für das laufende Jahr geplante Eröffnung einer Niederlassung in China konnte er nicht mehr miterleben. Die Edelman-Gruppe hat heute über 4.200 Mitarbeiter an 65 Agenturstandorten. Was mit drei Mitarbeitern und einem monatlichen Honorar von 500 Dollar für die PR für ein amerikanisches Haarpflegemittel begann wurde in den 1960er Jahren zu einer amerikanischen und später dann auch zu einer weltweiten Erfolgsgeschichte. Die deutsche Niederlassung der Edelman-Gruppe wurde 1972 in Frankfurt am Main eröffnet. Dan Edelman setzte sich 1996 im Alter von 76 Jahren als CEO zur Ruhe und übergab die

Agenturgeschäfte an seinen Sohn Richard. Edelman ist bis heute das größte inhabergeführte PR-Agentur-Netzwerk in der Welt. *Die Edelman-Gruppe würdigt seine Verdienste auf einer eigens eingerichteten Webseite.*



Personalien

Andreas Knaut wird Kommunikationschef der Schufa

Andreas Knaut (52) leitet ab 01. Februar 2013 die Kommunikation der Schufa Holding AG in Wiesbaden. Knaut verfügt über umfangreiche Erfahrung als Chefredakteur und als Unternehmenssprecher: 2001 bis 2005 leitete er die Unternehmenskommunikation der Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf. 2005 bis 2009 verantwortete er den gesamten Bereich Corporate Communications der Gruner + Jahr AG in Hamburg. Anschließend wechselte er als Director Corporate Communications in die Geschäftsleitung der Danone GmbH nach München.

Astrid Kasper (42) übernimmt ab 01. Februar 2013 die Leitung der neuen Abteilung Public Affairs und verantwortet damit die politischen Kontakte, den Verbraucherschutz und die Corporate Social Responsibility (CSR)-Maßnahmen. Vor ihrer Schufa-Tätigkeit war Kasper seit 2006 bei Microsoft Deutschland als Pressesprecherin für die Leitung Public Affairs Communications zuständig.

Dolderer nicht mehr Leiter Unternehmenskommunikation bei McFit

Uwe Dolderer, seit 2011 Mitglied der Geschäftsleitung und **Leiter Unternehmenskommunikation der McFit GmbH** in Berlin, gehört dem Unternehmen nicht mehr an. Das

Unternehmen hat auf Nachfrage des PR-Journals mitgeteilt, dass man sich von Uwe Dolderer zum 31. Dezember 2012 getrennt habe und die Stelle aufgrund **interner Umstrukturierungsmaßnahmen** gänzlich wegfallen und nicht mehr besetzt werde. Dem widerspricht, dass McFit bereits seit dem 11. Dezember 2012 via Stellenausschreibung im Karrierebereich der eigenen Webseite die **Leitung Kommunikation und Strategie (m/w) Deutschland** ausgeschrieben hat. Zudem werden bei McFit weitere **zwölf Mitarbeiter für die zentrale PR gesucht**. Bereits neu an Bord bei McFit ist **Nicola Pattberg** (34), die seit dem 1. Januar als Head of Communications International firmiert. Die Position sei neu geschaffen worden, ließ McFit verlauten. Uwe Dolderer ist auf ehrenamtlicher Basis Präsident des **Bundesverbandes deutscher Pressesprecher (BdP)**, Berlin.

Personalien compact - Sonstige (7) (03. KW-2013)

1. **Thomas Nesseler** (53) wurde Hauptgeschäftsführer und Leiter Öffentlichkeitsarbeit der neu gegründeten Deutschen Gesellschaft für Arbeitsmedizin und Umweltmedizin (DGAUM) in München. Von 2005 bis 2012 war er in Berlin Geschäftsführer für zwei wissenschaftlich-medizinischen Fachgesellschaften (DGPPN und DGKJP).
2. **Cathrin Christoph**, bisher schon Verrtretungsprofessorin, wurde zur neuen Professorin für Public Relations an der Fakultät für Medien, Information und Design der Hochschule Hannover berufen. Ihr

- Arbeitsschwerpunkt ist die angewandte Public Relations.
3. **Martin Schnitker** (46) wird ab dem 1. April neuer **Pressesprecher beim AGA Norddeutscher Unternehmensverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistung** in Hamburg. Er folgt **Holger Eisold**, der den Verband verlässt.
 4. **Martin Jungmann** (42) ist seit dem 14. Januar **Head of Communications and Public Affairs** des **Verbands unabhängiger Musikunternehmen (VUT)** in Berlin. Die Position wurde neu geschaffen. Jungmann berichtet an die Verbandsgeschäftsführerin **Eva Kiltz**.
 5. **André Puchta** (29) ist seit dem 1. Januar **Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Friedrichstadt-Palast** in Berlin. Er folgt auf **Nicola Pattberg**, die als Head of Communications International zu **McFit** gewechselt ist ([bitte dazu diese Meldung beachten](#)).
 6. **Jan Gömer** (49) ist ab sofort **Pressesprecher der Landtagsverwaltung Schleswig-Holstein**, Kiel, und des Landtagspräsidenten Klaus Schlie. Er folgt auf **Carsten Maltzan**, der jetzt **Regierungssprecher der Landesregierung Schleswig-Holstein** ist.
 7. **Ellen Madeker** (32) ist seit Anfang Januar Leiterin des Referats Öffentlichkeitsarbeit und Veranstaltungen für die **Brüsseler Vertretung des Landes Hessen bei der EU**. Sie folgt auf **Christian Henkes**, der im Sommer als Pressesprecher der Hessischen Kultusministerin nach Wiesbaden gewechselt ist.

Personalien compact - Unternehmen (10) (03. KW-2013)

1. **Stefanie Lakovits** (27) ist bereits seit Dezember 2012 neue **PR- und Communications-Managerin** der **Arcotel Hotelgruppe**. Sie ist

komm.passion



- verantwortlich für die externe und interne Kommunikation der Zentrale in Wien sowie der zehn Hotels in Österreich, Deutschland und Kroatien.
2. **Tina Nolting** (32) ist seit Anfang Januar neue **Redakteurin** in der Unternehmenskommunikation der **WAGO Kontakttechnik GmbH & Co. KG**, Minden. Das international agierende High-Tech-Unternehmen ist auf elektrische Verbindungstechnik und Automatisierungslösungen spezialisiert. Nolting wird in der in- und externen Kommunikation eingesetzt und berichtet an den Leiter **Jens Herrmann**. Zuvor war sie von 2008 bis 2012 als Referentin Unternehmenskommunikation für die Harting Technologiegruppe tätig.
 3. **Dirk Heinrichs** (31) ist seit dem 1. Dezember 2012 **Press Relations Manager der Egrima Gruppe** in Ratingen. Er verantwortet die Pressearbeit für die Egrima Holding und die Tochtergesellschaften DKV Euro Service und Novofleet. Heinrichs übernimmt die Aufgaben von **Sandra Krieger**, die das Unternehmen verlassen hat. Er berichtet an den Head of Marketing der Egrima Gruppe, **Ulrich Wolter**.
 4. **Mirko Wellner** (38) ist seit dem 1. Januar **Pressesprecher beim Medizintechnikunternehmen Wilamed** in Kammerstein. In der neu geschaffenen Position verantwortet er die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens sowie Aufgaben aus dem Bereich Marketing.
 5. **Silvia Schnidrig** ist seit dem 1. Januar **Leiterin Unternehmenskommunikation** bei der **Gesundheitsorganisation Swica** in Winterthur. Sie folgt auf **Gaby Szöllösy**, die zum Bundesamt für Migration gewechselt ist.
 6. **Franziska Frey** (39) ist seit Anfang Januar **Konzernmediensprecherin** bei den **Schweizerischen Bundesbahnen (SBB)** in Bern. Sie folgt auf **Christian Ginsig**, der

- jetzt stellvertretender Leiter externe Kommunikation bei den SBB ist.
7. **Nina Eberth** (35) ist seit dem 1. Januar **PR und Marketing Executive bei Singapore Airlines** in Zürich. Sie folgt auf **Louise Kaben**, die zur SimmenGroup gewechselt ist.
 8. **Andrea Bärwalde** (32) ist seit dem 1. Januar **Pressesprecherin Corporate beim Pharmakonzern Stada Arzneimittel** in Bad Vilbel. Die Position wurde neu geschaffen. Bärwalde berichtet an den Director Media Relations, **Patrick Meschenmoser**.
 9. **Bettina Müller** (37) ist neue **Leiterin der Internen Kommunikation** bei der **DZ Bank** in Frankfurt am Main. Zuvor war sie in der Frankfurter Bank bereits seit 2007 als Senior-Referentin im selben Bereich tätig. Im Jahr 2007 wechselte Müller von Weber Shandwick zur DZ Bank.
 10. **Kathrin Amacker** (50), Leiterin Unternehmenskommunikation und Mitglied der Konzernleitung von Swisscom, wechselt im Laufe des Jahres 2013 zu den **Schweizerischen Bundesbahnen (SBB)**, Bern, wo sie **neue Leiterin Kommunikation und Public Affairs** wird. Amacker leitet seit Oktober 2010 die Unternehmenskommunikation der Swisscom und ist Mitglied der Konzernleitung des Telekommunikations-Unternehmens. Sie verantwortet dort unter anderem die interne und externe Unternehmenskommunikation, Public Affairs und Markenführung.
 11. **José Peixoto** wird zum 1. März 2013 **neuer Pressesprecher bei Citroën Suisse**, Schlieren ZH, und damit Nachfolger von **Philip Zimmermann**. Peixoto arbeitete vorher als technischer und später leitender Redakteur bei der EurotaxGlass`s International AG. Als Pressesprecher bei Citroën Suisse wird er auch die interne und externe Kommunikation leiten.



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, BMWi • Dr. Andreas Penk, Pfizer Deutschland • Joe Kaeser, Siemens AG • Ines Pohl, taz

WWW.POLITIK-WIRTSCHAFTSTAG.DE

Personalien compact - Agenturen (7) (03. KW-2013)

1. **Inés Maloigne** verstärkt seit Jahresbeginn das Team der **Zürcher Agentur Union 3** als **Projektleiterin PR und Marketing**. Aktuell betreut sie vor allem die Mandate "Zürich tanzt" und die Stiftung Kinderhilfe Sternschnuppe. Inés Maloigne hat 2006 ihr Studium Journalismus und Organisationskommunikation an der ZHAW abgeschlossen. Nach dem Einstieg in die Kommunikations- und Marketingbranche bei X-tra Productions arbeitete sie fünf Jahre im Marketing von Lucerne Festival.
2. **Carla Jung** (33), Projektleiterin Verlage bei der Münchner **Prospero GmbH**, hat am 1. Dezember 2012 **Prokura** für das Unternehmen erhalten. Die inhabergeführte **PR-Agentur** ist auf Verlage und technische Industrie spezialisiert. Carla Jung trat 2004 nach ihrem Studium der Psycholinguistik, Psychologie und Soziologie als Volontärin bei Prospero ein.
3. **Hannah Würthwein, Katrin Philipp** und **Bernard Schüler** verstärken als Volontäre

die Stuttgarter **PR-Agentur Communication Consultants GmbH Engel & Heinz**. Während Würthwein die Film-Unit ergänzt, widmen sich Philipp und Schüler den klassischen PR-Aufgaben Medienarbeit, Corporate Publishing und Online-PR.

4. **Sara Viola Gerdes** ist neuer **Account Manager PR und Social Media** bei der **Kommunikationsagentur Achtung!**, mit Sitz in Hamburg und München. Gerdes wird bei achtung! in Hamburg vor allem den Kunden eBay betreuen. Die 30-Jährige kommt von der Agentur Silk Relations in Berlin, wo sie als PR-, Event- und Marketing-Manager tätig war.
5. **Michaela Groß** (46) leitet seit dem 1. Dezember 2012 die Deutschland-Niederlassung von **Atomic PR in München**. Zuletzt verantwortete Michaela Groß bei der Seeburger AG als Head of Corporate Communications die internationale Unternehmenskommunikation. Zuvor war sie seit 2002 in leitenden Positionen für Harvard Public Relations tätig. Frühere Karriere-Stationen auf Agenturseite waren bei Publicis Group und A&B One.
6. **Lena Fuhrmann** (29) und **Nina Saupe** (27) verstärken seit Anfang Januar das Team der Münchner **PR-Agentur Consense Communications GmbH**. Fuhrmann ist im Consense-Team als PR Senior Account tätig. Zuvor war sie PR-Redakteurin beim Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Journalistische Erfahrungen sammelte sie vorher bei der "Welt". Saupe, Diplom Kulturwirtin, kommt von der Berlin Partner GmbH, Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Standortmarketing für Berlin, wo sie als PR Referentin arbeitete.
7. **Sebastian Fasbender** (44), ist neuer Senior-Berater bei **Ergo Kommunikation** in Berlin. Fasbender war zuvor Pressesprecher bei First Solar und Kommunikationsleiter beim Bundesverband Solarwirtschaft. Er arbeitet im Berliner Energieteam von Ergo mit, das unter anderem für das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) tätig ist.



Etats

Vier neue Kunden für Edicto

Die **Edicto GmbH**, Frankfurt am Main, nach eigenen Angaben einer der führenden Spezialisten für **Finanzkommunikation und Investor Relations** im deutschsprachigen Raum, vermeldet zu Jahresbeginn vier neue Etats.

Kapitalmarktkommunikation und Corporate Communications betreibt die Agentur jetzt für die Krefelder **Weng Fine Art AG**, dem ersten börsennotierten Kunsthändler in Deutschland, und die Berliner **Bmp Media Investors AG**, eine auf Media- und Marketing- Services spezialisierte Beteiligungsgesellschaft. Zudem lassen sich die **Travel24.com AG**, Leipzig, und **Oasmia Pharmaceutical AB**, Schweden, von Edicto in Sachen Financial Communications für den deutschsprachigen Raum beraten.

Etats compact (9) (03. KW-2013)

1. Geberit Vertriebs GmbH, Pfullendorf
was: Presse- und Medienarbeit
wer: **Ansel & Möllers GmbH**, Stuttgart
2. a) Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Berlin
was: Kommunikationskampagne zum "Wissenschaftsjahr"
b) Unabhängiger Beauftragter für Fragen des sexuellen Kindesmissbrauchs, Berlin
was: Kommunikationskampagne: "Kein Raum für Missbrauch"
wer: **Scholz & Friends Agenda**, Düsseldorf
3. Tourismusverband Franken, Nürnberg
was: Presse- und Medienarbeit
wer: **Noble Kommunikation**, Neu-Isenburg

4. GreenTec Communications GmbH, Berlin
was: Kommunikation für den GreenTec Award
wer: **Serviceplan Corporate Reputation**, München
5. Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS), Berlin
was: Kampagne zur energetischen Gebäudesanierung
an: **Orca Affairs**, Berlin
6. Modehaus Wehrmeister, Berlin
was: Betreuung Public Relations
an: **PR-Agentur PR4You**, Berlin
7. E2open, Düsseldorf
was: Öffentlichkeitsarbeit im deutschsprachigen Raum
wer: **Weissenbach PR**, München
8. Bundesverband der Energie-Abnehmer e. V. (VEA), Hannover
was: Medienarbeit, Onlinekommunikation, Corporate Publishing, Veranstaltungs-PR
wer: **Neuland PR**, Leipzig
9. Surcoatec AG, Baar, Schweiz
was: Öffentlichkeitsarbeit in der Fach- und Wirtschaftspresse
wer: **Ofischer communication**, Bonn



haben und Öffentlichkeitsarbeit mit Werbung gleichsetzen. Es wird Zeit, die fünf größten Stolpersteine für PR-Experten einmal zu beleuchten:

Den Artikel von Kai Faulbaum am 16. Januar 2013 im Blog "Leweis PR 360° [hier online weiterlesen](#).

Branche

Fünf PR-Mythen auf dem Prüfstand: Märchen der Öffentlichkeitsarbeit

Ein idealer PR-Tag sieht ungefähr so aus: Im Vordergrund steht die absolute Unternehmenstransparenz. Via Social Media werden tausende Fans informiert und unterhalten. Redakteure erhalten spannende Unternehmensinformationen, die sie sofort in den neuen Aufmacher einbauen. Das Marketing bekommt ebenfalls 1-A-Input. Unannehmlichkeiten oder negative Schlagzeilen sind gestrichen. Das macht Sinn, das macht Spaß, das funktioniert. Trotzdem gibt es noch immer viele Unternehmen, die den Stellenwert von PR in ihrem Geschäft noch nicht erkannt

Branche compact (1) (03. KW-2013)

1. **Hering Schuppener Consulting** bleibt die **führende Kommunikationsberatung für die Begleitung von Fusionen und Übernahmen (M&A) in Deutschland**. Auch im Jahr 2012, und damit zum neunten Mal in Folge, lag die Düsseldorfer Strategieberatung für Kommunikation im M&A-Ranking des Informationsdienstleisters Mergermarket an der Spitze. Insgesamt beriet Hering Schuppener Consulting im vergangenen Jahr bei 32 Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen, der Gesamtwert dieser Transaktionen lag bei 54,3 Milliarden US-Dollar (rund 42,4 Milliarden Euro). Damit belegt das Unternehmen erneut in beiden Kategorien Platz eins im Mergermarket-Ranking.

Medien

Studie belegt: Zeitungen bleiben zentrales Informationsmedium

Die Nutzung von Zeitungen geht inzwischen über die gedruckte Ausgabe hinaus. Zu diesem Schluss kommt die Basisstudie „Zeitungsqualitäten“, die die *ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft*, Frankfurt am Main, dieses Jahr zum elften Mal veröffentlicht. 71 Prozent der Deutschen greifen regelmäßig zur gedruckten Zeitung. Das entspricht einer Reichweite von 49,8 Millionen Lesern ab 14 Jahren. Im Vergleich dazu erreicht das Gesamtangebot der Zeitungen im Internet schon jetzt über 27,7 Millionen Unique User pro Monat. Anhand der Verbraucheranalyse lässt sich auch die crossmediale Nettoreichweite ausweisen, die bei 79,3 Prozent liegt. 10,5 Millionen Zeitungsleser werden demnach zusätzlich über die Online-Auftritte der Zeitungen erreicht. „Die Forschungsergebnisse zeigen den Wandel in der Zeitungsnutzung“, erklärt Alexander Potgeter, Forschungsleiter der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft. „Zeitungen sind mehr als ihre gedruckten Ausgaben, auch auf den digitalen Kanälen setzen die Leser auf die vertrauten Zeitungsmarken.“

Wer weitere Einzelheiten über die Studie erfahren möchte, kann Sie per E-Mail unter sek@zmg.de als gedruckten Berichtsband oder PDF-Dokument bei der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft bestellen.

Medien compact (2) (03. KW-2013)

1. Bei den Human Resources Excellence Awards des **Fachmagazins Human Resources Manager** erreichte das von **mpm Corporate Communication Solutions** mitentwickelte **ING-DiBa Mitarbeitermagazin „intern“** in der Kategorie „Mitarbeitermagazine

Zu schnell für Ziele?

Kommunikationsplanung bei Lautenbach Sass.

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

(Print/Online)“ den **zweiten Platz**. Der Award zeichnet herausragende und innovative Projekte im Bereich Personalmanagement aus.

2. **Horst von Buttlar**, zuletzt Ressortleiter Agenda der "Financial Times Deutschland", FTD, wird neuer **Chefredakteur bei Capital**. Das Wirtschaftsmagazins verlegt seinen Redaktionssitz nach Berlin.

Social Media

Die wichtigsten Blogs Deutschlands

Die deutsche Bloglandschaft entwickelt sich rasant. Der Social News Dienst *Virato* liefert Marken und Nutzern einen Überblick darüber, welche Sites die größte Reichweite im sozialen Netz entfalten und wer mit wenigen Beiträgen eine große Leserschaft bewegt. Diese Faktoren sind wichtig für Unternehmen und Marken, die Blogs in ihre PR-

und Marketing-Aktivitäten einbeziehen möchten.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Graph Search: Facebooks führt Suche im Social Graph ein

Dass Facebook Suchergebnisse "sozial", also nach Affinität zum Suchenden anzeigt, ist ja nichts Neues. Gestern nun stellte das Unternehmen im Rahmen einer Pressekonferenz die Facebook Graph Search vor, der detailliertere Suchfunktionen erlaubt.

In der Pressemeldung von Facebook heißt es: "Die Suche im Social Graph unterscheidet sich von bekannten Suchmaschinen im Web, denn auf Facebook finden und entdecken die Menschen leichter Inhalte wie Personen, Orte, Fotos, die mit ihnen geteilt wurden oder die öffentlich sind." Mark Zuckerberg beteuerte, dass es ihm bei der Entwicklung besonders wichtig gewesen sei, ein möglichst natürliches Suchen zu unterstützen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management

CEO-Reputation: Die Guten ins Töpchen, die Schlechten ins ...

"There is no school for CEOs—except the school of experience. Chief executives must learn on the job how to lead a company, and they must learn while every stakeholder is watching."

Harvard Business Review

(cw) Die CEO Reputation hat massiven Einfluss auf Corporate Image bei Verbrauchern. Laut Einschätzung von Führungskräften sind 60 Prozent des Marktwertes eines Unternehmens von dessen Reputation abhängig, so die Weber Shandwick Studie The Company behind the Brand: In Reputation We Trust. Gleichzeitig



knüpfen knapp die Hälfte (49 Prozent) der befragten Führungskräfte und Konsumenten das Image eines Unternehmens und seiner Produkte an die Reputation des CEO.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bankenplatz Liechtenstein: Fokus Reputation Management

Der Liechtensteinische Bankenverband (LBV) macht auch im 2013 die Pflege der Reputation des Finanzplatzes im Ausland zu seiner wichtigsten Aufgabe. Das beschloss der LBV-Vorstand bei der Festlegung der Tätigkeitsschwerpunkte für das laufende Jahr. Die Vorstandsmitglieder seien sich einig, dass eine «konsequente Fortsetzung der Aktivitäten zugunsten der Reputation unerlässlich sei», teilte der Branchenverband mit. Den Fokus legt der LBV auf Deutschland, Österreich und die Schweiz. Aktiv bleiben will der Verband auch bei der EU und der OECD.

Weiterlesen > <http://tinyurl.com/bkthkqo>

Synergien: Markenbildung und Reputation

(cw) Die beliebtesten Marken der Deutschen. Markenbildung und Reputation Management sind eng miteinander verbunden,

synergetisch strahlt die Marke auf die Reputation, die Reputation profitiert von der Marke. So ist es kein Wunder, dass der Markenindex 2012 durchweg Unternehmen im Ranking hat, die einen guten Ruf im Markt haben. Welche Firmen und Marken bei deutschen Verbrauchern mit ihrem Image konkret punkten, zeigt die Auswertung der beliebtesten Marken 2012. Die Top-Automarke bleibt Audi, auch in anderen Branchen gibt es etablierte Spitzenreiter. Telekommunikationsmarken sind den Deutschen im Allgemeinen weniger sympathisch als Vertreter anderer Branchen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

Cornelia Kunze: PR in Indien - Can-Do-Attitude und Krisenmanagement

Das Interview wurde für das PR-Journal geführt von Birgit Grigoriou, Berlin



Als Cornelia Kunze 1998 Director Consumer bei Edelman in Hamburg wurde, ahnte sie sicherlich noch nicht, wohin es sie rund 14 Jahre später treiben würde. Bis September 2012 agierte

die gebürtige Westfälin als CEO bei Edelman Germany und EMEA Executive Committee Member, dann wurde sie zur Vice Chairman APAC zu Edelman nach Mumbai/Indien berufen. Seitdem ist fast ein halbes Jahr vergangen und das "PR-Journal" will nun wissen, welche Eindrücke Kunze bislang gesammelt hat.

PR-Journal: Welche Aufgaben haben Sie im neuen Job übernommen und welche Ziele verfolgen Sie dabei?



Cornelia Kunze: Ich arbeite als Vice Chairman Asia Pacific am Ausbau unseres Geschäfts in der gesamten Region und wirke an der Qualitätssicherung mit. Einer meiner Schwerpunkte in der ersten Zeit wird die Erweiterung unseres Consumer Marketing-Geschäfts im Fokus sein. Die Region wird in Kürze auch wertmäßig größere Konsumentenmärkte haben als die USA und Europa zusammen. Der Ansatz, den wir fahren ist integrierte Kommunikation, die auf strategischer Planung und kreativen Ideen basiert, mit einem hohen Anteil an Social Media und Content Marketing, ohne zu vergessen, dass wir PR-Agenturen von der traditionellen Medienarbeit kommen. Unsere Auftraggeber sind zunehmend die Marketing-Abteilungen und abnehmend die Unternehmenspressestellen. Mein anderer Schwerpunkt ist die Betreuung der deutschen Kunden in der Region und der weitere Ausbau unserer Mandate mit deutschen multinationalen Konzernen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowsky: Manipulation der Öffentlichkeit ist Tagesgeschäft geworden



Guten Tag! Eigentlich fing das Jahr 2013 gut an. Selbst die öffentlichen Auftritte und Interviews von Politikern waren erträglich. Allerdings ärgere ich mich über die Unsitte von Journalisten, den Lesern wörtliche Interviews

zuzumuten. In den knapp 10 Jahren, die ich bei der FAZ Wirtschaftsredakteur war, wurde mir beigebracht, daß wörtliche Interviews nie das wiedergeben, was gesagt worden ist. Die Texte werden nach einem Gespräch redigiert, also ergänzt oder verändert. Meist sind sie auch von einem Ghostwriter oder Pressesprecher formuliert und vom Interviewten freigegeben. Inzwischen werden diese Interviews auch in der FAZ veröffentlicht. Im Spiegel sind die Gesprächstexte genauso redigiert, werden aber von Lesern als „Spiegel-Gespräch“ hoch geschätzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Leichte Kost mit Grünkohl



(nsb) Jeglicher Kohl hat seine Wurzeln am Mittelmeer, nicht nur sprachlich: „caulis“ (lateinisch) oder „καυλός“ (griechisch) meint „essbare Stängel“. Tatsächlich ähnelten die wilden Kohlsorten eher dem Raps oder Ackersenf,

ihren nächsten Verwandten. In unseren Breiten am nächsten dran an der Urform ist der Grünkohl, für Norddeutsche der Kohl schlechthin. Aber der muss nicht immer lange in Schmalz geschmort, mit fetten Würsten und geräuchertem Schweinefleisch daher kommen. Wer ihn mal auf Art unserer Nachbarn in Südeuropa zubereitet, wird ein großartiges Geschmackserlebnis haben und sich zugleich gesund ernähren. Denn durch kurze Garzeiten bleiben Aroma, Vitamine und Faserstoffe viel besser erhalten. Die beiden folgenden Rezepte sind Beispiele.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Transparenz erhöht Akzeptanz - Planung und Risiken von Großprojekten transparent kommunizieren



Ein Autorenbeitrag von Frank Brodmerkel, Inhaber der Agentur Grüne Welle Kommunikation in München

Wieder einmal ist derzeit der Berliner Flughafenneubau BER in aller Munde: das Projekt ist ein Debakel jahrelanger Fehlplanung, eine milliardenschwere Provinzposse und offenbar ein weiteres Beispiel für ein Prestigeobjekt der Politik, bei dem Planung, Kosten und/oder Zeitrahmen völlig aus dem Ruder laufen. Weitere Beispiele: Stuttgart 21, ursprünglich mit 4,9 Milliarden Mark kalkuliert und inzwischen bei sechs Milliarden Euro, oder die Hamburger Elbphilharmonie, die 77 Millionen kosten sollte und jetzt bei 575 Mio. Euro steht. Drei deutsche Großprojekte, drei Desaster: rasant steigende Kosten, fehlerhafte und schlechte Planungen, Verzögerung bzw. Stillstand, Intransparenz und Schuldzuweisungen von Politik und Bauindustrie. Konflikte bei steuerfinanzierten Großprojekten wie aktuell bei BER mit entsprechenden Verzögerungen und Budgetüberschreitungen wirken sich verheerend auf die Haltung der Bürger zu Großprojekten aus. Denn die Akzeptanz von Großprojekten ist zu einem großen Teil abhängig von der Art und Weise der Kommunikation zwischen der Politik, den Projektträgern und den Bürgern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Effizienzfallen: Sieben Faktoren, die wirkungsvolle Kommunikation beflügeln oder behindern



Ein Beitrag vom PRJ-Autoren
Wolfgang Griepentrog, Leichlingen
(am 15. Januar 2013 in seinem
Blog)

Nutzen Unternehmen in der
Kommunikation alle Chancen? Ist

die Wirtschaft fit für die Anforderungen der modernen Kommunikationsgesellschaft? Ohne Zweifel, die Kommunikationsabteilungen sind in den letzten 10, 15 Jahren selbstbewusster und leistungsfähiger geworden. Aber die Lernkurve hat sich abgeflacht. Trotz aller Professionalität geraten Unternehmen immer wieder Effizienzfallen, die dem Kommunikationserfolg und der Reputation schaden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Edelman Vertrauens Barometer 2013: Schlüsselrolle für Deutschland

Europa steckt in der Krise – und die Europäer blicken hoffnungsvoll auf Deutschland. Wie die neue **Edelman Studie** zu **Vertrauen und Glaubwürdigkeit**, die mit weltweit mehr als 31.000 Befragten größte repräsentative Erhebung zum Vertrauen in Regierungen, Nichtregierungsorganisationen (NGO), Unternehmen und Medien zeigt, schreiben die Menschen in Europa Deutschland die Schlüsselrolle bei der Bewältigung der Schuldenkrise zu. Vor allem in den Niederlanden (81 Prozent), Schweden (61 Prozent) und Frankreich (58 Prozent) vertrauen die Befragten auf Deutschland, die Krise zu bewältigen. Der

EU- Durchschnitt liegt bei 52 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CEO Engagement im Social Web von 2010 bis 2012 fast verdoppelt

Unternehmenswebsites und Videos stark im Kommen; soziale Netzwerke wenig genutzt. Die Social Media Präsenz der CEOs von den weltweiten Top 50 Unternehmen hat sich in den letzten zwei Jahren fast verdoppelt.

Kommuniziert 2010 gerade einmal 36 Prozent im Social Web, stieg die Zahl im vergangenen Jahr auf 66 Prozent an. Das ergab die neueste Ausgabe der Weber Shandwick Studie Socialising Your CEO: From (Un)Social to Social. "Um ihre Reputation aufzubauen und zu fördern, nutzten CEOs bisher eher andere Mittel und Kanäle als Social Media. Die aktuellen Untersuchungen zeigen jedoch, dass Geschäftsführer immer entschiedener in soziale Medien vordringen", bemerkt Leslie Gaines-Ross, Chief Reputation Strategist bei Weber Shandwick. "Durch diese Online-Auftritte zeigen CEOs, dass sie ihren Kunden zuhören, sich für die Wahrnehmung ihrer Produkte interessieren und Top-Talente für ihren Mitarbeiterstamm haben wollen - kurz: sie zeigen ein menschliches Gesicht und sind so näher an ihren Stakeholdern."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (1) (03. KW-2013)

1. Die **scm** veranstaltet am **19. und 20. März zum dritten Mal die Social Media Praxistage** in Frankfurt am Main. Unter dem Motto „Fit für PR und Marketing im Social Web“ arbeiten Social-Media-Experten zwei Tage lang mit den Teilnehmern in zehn Workshops zu Themen wie Pressearbeit 2.0, Kampagnen im Social Web und der

Nutzung von Facebook und Google+ in der B2B- und B2C-Kommunikation. Keynotes von Westaflex und Krones eröffnen die interaktiven Workshopstage. Ein weiterer Vortrag von Microsoft ergänzt die Einblicke in Best Cases.

kommunikative Handlungssouveränität. Wer mehr zum [Programm "One TraC"](#) erfahren möchte, bekommt bei A&B nähere Informationen.

Tipps

Einstiegsgehälter 2013: Was bekommt man mit Bachelor, Master oder Dr.?

Lernen lohnt sich: Eine längere Ausbildung zahlt sich auch beim Gehalt aus. Laut einer IAB-Studie bringt ein zusätzliches Jahr Bildung später ein Gehaltsplus von fünf Prozent. Doch das ist natürlich ein relativer Wert – abhängig vom Fixgehalt. Daher stellt sich schon die Frage: Was können Akademiker und Hochschulabsolventen aktuell verdienen – wie hoch liegen die Einstiegsgehälter 2013? Eine aktuelle Studie gibt einen Überblick... Um es kurz zu machen: rund 3.400 Euro im Monat, brutto, ohne Sonderzahlungen – so hoch liegt das derzeitige Durchschnittsgehalt von Hochschulabsolventen. *Den Artikel von Jochen Mai am 16. Januar in seinem Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen.](#)*

Tipps compact (1) (3. KW-2013)

1. Die **Frankfurter A&B One Kommunikationsagentur** hat ein neues **"Personal-Performance-Program"** für Führungs- und Nachwuchsführungskräfte entwickelt, das helfen soll, die persönliche Kommunikation zu verbessern. In dem kombinierten Programm mit Elementen aus Training, Beratung, Coaching und Sparring sollen die Teilnehmer durch Feedback von erfahrenen Trainern erfahren, wie sie sich verbessern können. Im Mittelpunkt des Programms steht die **persönliche**

Literatur

Neumann / Reineke (Hrsg.): Kommunikationscontrolling - Entwicklung, Techniken und Implementierung

Dieter Neumann / Wolfgang Reineke (Hrsg.): Kommunikationscontrolling - Entwicklung, Techniken und Implementierung. Grin Verlag, München/Ravensburg. 176 Seiten. Oktober 2012. Preis: 50 Euro. ISBN-13: 978-365629031.

In den sich entwickelnden Kommunikationsgesellschaften ist die Kommunikation eines Unternehmens neben den klassischen Produktionsfaktoren (Boden, Kapital, Arbeit) zu einem weiteren unverzichtbaren Produktionsfaktor geworden. Nicht nur orientieren sich potentielle Kunden auf den immer unüberschaubareren Märkten zunehmend am Image eines Produktes oder einer Dienstleistung. Unternehmen sehen sich heute auch in dem sich wandelnden gesellschaftlichen Umfeld den gesteigerten Anforderungen einer sensibilisierten Öffentlichkeit in Bezug auf Gesundheit, Umweltverträglichkeit, Verbraucherschutz und Sozialfürsorge gegenübergestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (03. KW-2013)

1. **Buchtip:** Veranstaltungsmanagement wird auch im PR-Business immer wichtiger. Um Organisatoren die Arbeit zu erleichtern, haben **Gerhard Bleile** und **Cornelius Philipp Blei** das **Fachbuch "Veranstaltungsrichtlinien"**

herausgegeben. Auf 116 Seiten haben sie praxisorientierte Tipps, Anleitungen und Checklisten für ein zielführendes Eventmanagement zusammengestellt. Verlag: Wissenschaft & Praxis, 2., überarbeitete und erweiterte Auflage (Dezember 2012), ISBN-10: 3896736388, ISBN-13: 978-3896736383.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (64)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- *Junior-PR-Berater/-in Healthcare, Raum Düsseldorf/Köln*
- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Ambitionen und Leidenschaft, Hamburg*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen*
- *PR-Junior-Berater (m/w) Schwerpunkt Corporate Communication, Hamburg*
- *(Senior-) PR-Berater(in), Düsseldorf*
- *Assistenten/-in und Projektmanager/-in, Düsseldorf*
- *Kommunikationsagentur für gesellschaftliche Themen sucht Projektassistent, Köln*

- *Junior- und Senior PR Manager/innen, München*
- *Junior-PR-Berater (m/w) mit Schwerpunkt Gesundheitskommunikation, Frankfurt a.M.*
- *PR-Berater/in und PR-Junior-Berater/in in Stuttgart*
- *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*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Online-Redakteur (m/w), Rosenheim*

Unternehmen

- *Junior PR-Berater (w/m), Berlin*
- *Junior Manager - Corporate Communications & Responsibility (m/w), München*
- *Communications Specialist (m/w)*
- *Pressesprecher und Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation (m/w), Düsseldorf*
- *PR Manager für den Bereich Marketing in Stolberg bei Aachen (m/w)*
- *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*

Verbände (Non-Profit)

- *Pressesprecher(in), München*
- *PR-Manager (m/w), Frankfurt a.M.*
- *PR/Marketing-Mitarbeiter/in beim FSC Deutschland, Freiburg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 21. Januar 2012 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.447 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 (-ff-), 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 (dillman[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]achelis.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-portal.de>.