

## Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 404 / 46. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 404. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 44 Einzelmeldungen):

1. [Professionalisierung des Berufsfeldes wäre ohne fundierte und umfassende PR-Ausbildung nicht möglich](#)
2. [50 Jahre Hill+Knowlton in Deutschland – Liz Mohn gratulierte persönlich](#)
3. [Personalien compact - Sonstige \(2\) \(46. KW-2013\)](#)
4. [Personalien compact - Agenturen \(4\) \(46. KW-2013\)](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(7\) \(46. KW-2013\)](#)
6. [Etats compact \(15\) \(46. KW-2013\)](#)
7. [Agenturen compact \(7\) \(46. KW-2013\)](#)
8. [DPRG-Landesgruppe Bayern: Unterstützung für die Philippinen](#)
9. [Kommunikationspreis „Kompass“: Fünf Stiftungen ausgezeichnet](#)
10. [Young Professional-Initiative #30u30 geht ins 2. Jahr – Talente gesucht](#)
11. [Evangelische Kirche im Rheinland strukturiert Medien- und Öffentlichkeitsarbeit neu](#)
12. [absatzwirtschaft erscheint künftig beim Media-Verlag](#)
13. [Medien compact \(4\) \(46. KW-2013\)](#)
14. [Zwölf Tipps zu Social Media im B2B](#)
15. [CSR-Event: Verantwortung durch Kommunikation und Kommunikation über Verantwortung](#)
16. [Einsendeschluss für den CSR-Preis 2014 naht](#)
17. [PR-Interview Nr. 105. Maja Schäfer: Mehr echtes Leben, weniger glattpolierter Imagefilm](#)
18. [Steingart zur Zukunft des Journalismus](#)
19. [Investor Relations – wer ist in den Dax-Unternehmen dafür verantwortlich?](#)
20. [Promotionsstipendium für Mittelstandskommunikation](#)
21. [Blogcademy gestartet](#)
22. [Bildung compact \(2\) \(46. KW-2013\)](#)
23. [Studien compact \(1\) \(46. KW-2013\)](#)
24. [Kohrs diskutiert mit PR-Studenten](#)
25. [Lustreisen oder akzeptables PR-Instrument?](#)

26. [Interview mit Viaprinto. Ratgeber Online-Druckservices: "Einfacher kann man nicht drucken"](#)
27. [Tipps compact \(1\) \(46. KW-2013\)](#)
28. [Andreas Buhr: Vertrieb geht heute anders – Wie Sie den Kunden 3.0 begeistern](#)
29. [Tim Taxis: Heiß auf Kaltakquise – So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon](#)
30. [Lutz / Luck: Selbstständig in Teilzeit - Als Kleinunternehmer zum großen Erfolg](#)
31. [Kruse-Wiegand / Busse: Wir machen dieses Social Media - Erfahrungsberichte & Tipps von Profis](#)
32. [Literatur compact \(1\) \(46. KW-2013\)](#)
33. [Jobbörse](#)
34. [Impressum](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site

Ihr Gerhard A. Pfeffer und das Team vom PRJ

### Seite 1

#### Professionalisierung des Berufsfeldes wäre ohne fundierte und umfassende PR-Ausbildung nicht möglich



Ein Kommentar zum Artikel „*Personalien verzweifelt gesucht*“ im Novemberheft des *prmagazins* von Julia-Maria Blesin (Foto li.), Lan Anh Nguyen (Foto r.) und Nina Krake (Vorstand des PRSH e.V.)

PR-Agenturen haben ein Nachwuchsproblem – meint zumindest der GPRA-Präsident Uwe Kohrs in der November Ausgabe des *prmagazins* (Seite 50 ff) und bemängelt die angeblich nachlassende Qualität der Bewerber und Bewerberinnen. Bei Studierenden, die sich intensiv auf einen Berufseinstieg in die PR-Branche vorbereiten, gehen – mal wieder – sofort die Alarmglocken an, wenn sie

eine solche Einschätzung lesen und Selbstzweifel machen sich breit. Doch diese sind unbegründet! Denn schließlich nimmt die Professionalisierung des Berufsfeldes immer weiter zu und dies wäre ohne eine fundierte und umfassende PR-Ausbildung wohl nicht möglich gewesen. Wir, die Studierenden der PR-Studiengänge, erfahren an den deutschen Hochschulen eine enge Verknüpfung von Theorie und Praxis. Vor allem werden wir explizit auf das Tätigkeitsfeld des Kommunikationsmanagements vorbereitet. Heute erfahren die Berufseinsteiger nicht erst „on the job“, was es eigentlich heißt, strategische Kommunikationskonzepte zu erarbeiten und umzusetzen. Analytische Fähigkeiten, beständige Selbstreflektion, Teamwork und Projektmanagement werden kontinuierlich in anwendungsorientierten Projektarbeiten trainiert. Und selbst Pitch-Erfahrungen sind bereits etwas Alltägliches im PR-Studium.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## 50 Jahre Hill+Knowlton in Deutschland – Liz Mohn gratulierte persönlich



Hill+Knowlton ist 50 Jahre in Deutschland – Anlass genug für eine außergewöhnliche Geburtstagsfeier im „me Collectors Room“ in Berlin. Rund 200 Gäste folgten der Einladung einer der ältesten PR-Agenturen in Deutschland zum Feiern, zum Networking und – wer es denn wollte – zum Besuch der Kunstausstellung „Wunderkammer Olbricht“.

Als Gastgeber unterstrich CEO und Chairman der DACH-Region von Hill+Knowlton Strategies Ernst Primosch (auf dem Foto mit Gastrednerin Liz Mohn) die Rolle seines Unternehmens für die Entwicklung der deutschen PR-Landschaft. Er sagte: „Hill+Knowlton hat einen erheblichen Teil der deutschen PR-Geschichte der vergangenen 50 Jahre mitgeschrieben.“ Als Gastrednerin gratulierte Liz Mohn, stellvertretende Vorsitzende des Vorstandes der Bertelsmann Stiftung und Vorsitzende der Bertels-



mann Verwaltungsgesellschaft, „zu 50 Jahren voller Kreativität, Leidenschaft und Tatkraft.“ (Fotograf: Frank Ossenbrink; Media Group).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Personalien compact - Sonstige (2) (46. KW-2013)

1. **Christian Frommert** (46), ehemaliger Pressesprecher der Telekom und des T-Mobile-Rad-Teams, wird ab dem 1. Dezember neuer Medienchef beim Fußballbundesligisten 1899 Hoffenheim. Schon seit dem Frühjahr ist er als Berater für TSG tätig. In seiner neuen Rolle als Kommunikations- und Mediendirektor wird er Mitglied der Geschäftsleitung TSG Hoffenheim. Frommert wird zudem mit der Aufgabe betraut, eine Akademie aufzubauen, in deren Mittelpunkt die kommunikative Aus- und Weiterbildung steht. Vor allem die Spieler sollen dabei wohl kommunikativ geschult werden.
2. **Kathrin Jackel-Neusser** (35) ist seit dem 1. November als Referentin für politische Kontakte und Öffentlichkeitsarbeit für die Deutsche Akademie für Kinder- und Jugendmedizin (DAKJ), Berlin, tätig. Sie ist verantwortlich für den Austausch zwischen der Akademie, dem Bundestag, Ministerien und Fachverbänden. Zuvor war sie von 2006 bis 2013 wissenschaft-

liche Mitarbeiterin der SPD-Bundestagsabgeordneten **Caren Marks**.

## Personalien compact - Agenturen (4) (46. KW-2013)

1. **Anja Pajurek** (23) und **Elisabeth Schoy** (27) unterstützen ab sofort als Volontärinnen das Team von Publik. Agentur für Kommunikation GmbH in Ludwigshafen am Rhein. Die studierte Wissenschaftsjournalistin Pajurek verbrachte während ihres Studiums drei Monate bei einem Kölner Verlag. Nach ihrem Studium hospitierte sie für ein halbes Jahr bei Spiegel TV in Hamburg. Schoy konnte während ihres Studiums der Kulturwissenschaften bereits praktische Erfahrungen in einer Münchner PR-Agentur sammeln.
2. **Alexandra Pfister** und **Simon Betsch** sind neue Mitglieder der Geschäftsführung der Agentur KMS Team in München. Beide sollen **Knut Maierhofer**, Inhaber und Geschäftsführer der Agentur, die auf die Arbeitsfelder Markenstrategie, Markendesign und Markenkommunikation spezialisiert ist, in allen Belangen unterstützen. Pfister wird Director Finance und Accounting. Sie gehört KMS Team bereits seit 2002 an. Betsch, der seit 2005 dabei ist, wird Director Brand Strategy.
3. **Kete Link** (30) wird bei der Hamburger Agentur Thjnk als Nachfolgerin von **Lilli Hansen** künftig für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich sein. Sie wurde zum Chief Relations Officer (CRO) berufen. Bei ihr werden die Bereiche Business Development und Unternehmenskommunikation gebündelt. Bereits seit Jahresbeginn verantwortet sie das Neugeschäft, jetzt kommt die PR dazu. Vorgängerin Hansen wird die Agentur in Kürze verlassen. Auch **Petra Schulte**, die das Team freiberuflich im Bereich PR unterstützt hat, beendet ihre Tätigkeit für Thjnk. (Quelle: „Horizont.net“)
4. **Lennart Hanebrink** (48) verstärkt als Leiter Konzeption und Produktion ab sofort das Team der Mannheimer Agentur Signum communication. In dieser Position wird er sich neben internen Abläufen und Workflows mit Kunden vor allem um die Konzeption und Entwicklung von Medien und Kampagnen kümmern. Der Corporate Publishing-Spezialist war 14 Jahre für die Medienfabrik Gütersloh als Mitglied der



Geschäftsleitung Kreation tätig und zuletzt in der Geschäftsleitung der Gütersloher Agentur A3Plus.

## Personalien compact - Unternehmen (7) (46. KW-2013)

1. **Friederike Seliger** ist seit dem 1. November Pressesprecherin der Deutschen Zentral-Genossenschaftsbank (DZ Bank) in Frankfurt am Main. Ein inhaltlicher Schwerpunkt ihrer Kommunikationstätigkeit wird das Thema Nachhaltigkeit sein. Sie berichtet an die Leiterin der Pressestelle **Silvia Conesa**. Zuvor war Seliger seit 2008 Referentin für Kommunikation und später Pressesprecherin beim Bundesverband Deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften.
2. **Maria Gaedigk** arbeitet seit dem 1. November als Nachfolgerin von **Ben Scheubeck** als Managerin Interne Kommunikation beim Berliner Recycling-Unternehmen Alba Group. Gaedigk berichtet an **Verena Köttker**, die Leiterin des Bereichs Unternehmenskommunikation und Politik. Zuvor war Gaedigk bei der Agentur Dorland tätig, die zur Grey Group gehört.
3. **Barbara Werwendt** leitet seit dem 1. Oktober die Unternehmenskommunikation bei Philips Austria in Wien, gleichzeitig ist sie Pressesprecherin. Werwendt zeichnet verantwortlich für die Bereiche Brand, Communications und Digital und ist in dieser Funktion Mitglied des Managementteams des Unternehmens. Vor ihrem Wechsel war sie seit 2005 Communications Manager bei Hewlett-Packard, Österreich.

4. **Eberhard Roll** (45) ist seit dem 1. November neuer Pressesprecher der WGZ Bank in Düsseldorf. Er folgt auf **Frank Schweizer-Nürnberg**. Roll arbeitete zuletzt beim Finanzdienstleister Portigon, wo er in verschiedenen Kommunikationsfunktionen tätig war. Davor war er von 1999 bis 2009 bei der West LB im Kommunikationsbereich tätig. Bei der WGZ Bank berichtet er an Vorstandsvorsitzenden **Hans-Bernd Wolberg**.
5. **Donny Lee** einen ist neuer Leiter des Geschäftsbereichs Marketing und Kommunikation beim Medizintechnikunternehmen Hocoma mit Sitz in Volketswil (Schweiz). Zu den Aufgaben von Lee gehört die Neuausrichtung der Marketingaktivitäten von Hocoma. Lee soll zudem die Vernetzung der verschiedenen Geschäftsfelder ausbauen und fördern. Lee ist in Singapur aufgewachsen und lebt seit 2002 in der Schweiz. Zuletzt war er bei der Ricoh Schweiz AG als Teamleiter Corporate Marketing tätig.
6. **Kira Terstappen** (26) arbeitet seit dem 1. November als Referentin für Public Affairs beim Breitband-Endgeräte-Anbieter AVM in Berlin. Sie berichtet in der neu geschaffenen Funktion an den Leiter der Kommunikation **Urban Bastert**. Zuvor war Terstappen von 2012 bis zu ihrem Wechsel Büroleiterin bei der FDP-Bundestagsabgeordneten **Claudia Bögel-Hoyer** und davor persönliche Referentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin im nordrhein-westfälischen Landtag für die FDP-Abgeordneten **Ulrich Alda** und **Angela Freimuth**.
7. **Jan Limbach** (47) ist neuer Marketing Director der Fluggesellschaft Germania, Berlin, und damit verantwortlich für die gesamte Kommunikationspolitik des Unternehmens und seiner westafrikanischen Schwester Gambia Bird. Limbach berichtet direkt an den Chief Commercial Officer (CCO) der Airline, **Oliver Pawel**. Vor seinem Wechsel war er Managing Director Strategy der Berliner Marken-Agentur „Die Botschaft“, wo er Kampagnen und Strategien unter anderem für Lufthansa Systems, Vivendi und TUI Travel entwickelte.

 **Vertrauen.  
Ein gutes Gefühl.**

**Monitoring nahtlos  
und unkompliziert.  
Hotline: 030 / 202 42-100**

**<Landau Media>**  
monitoring analyse consulting



## Etats

### Etats compact (15) (46. KW-2013)

1. Weight Watchers (Deutschland) GmbH, Düsseldorf  
was: Kommunikationsetat  
an: **Heimat Werbeagentur GmbH**, Berlin
2. The Woolmark Company, Sydney (Australien)  
was: B-to-B- und B-to-C-PR in der Region DACH und den Niederlanden  
an: **häberlein & mauerer**, München
3. Bundesrechenzentrum GmbH (BRZ), Wien  
was: Kommunikationskonzept und -Umsetzung  
an: **Kobza Integra Public Relations GmbH**, Wien
4. AOK Rheinland/Hamburg, Düsseldorf  
was: Social Media-Etat  
an: **AKOM360 GmbH, Multi Channel Marketing**, Düsseldorf

5. a) Modelabel DL1961 Europe, Gronau  
was: Marken- und Produkt-PR für die Fach- und Publikumspresse  
b) VFB Lingerie, Paris  
was: Öffentlichkeitsarbeit für die Dessousmarken LOU Paris und Vanity Fair  
an: **PR-Agentur Willich Communications**, Hamburg
6. Produzent von Fenstern und Türen aus Kunststoff Drutex, Bytów (Polen)  
was: Kommunikations-Mix aus PR- und Event-Maßnahmen für Endverbraucher und Fachpublikum  
an: **ITMS Marketing GmbH**, Bad Nauheim
7. Convenience-Shop migrolino AG, Suhr (Schweiz)  
was: Kommunikationskonzept und -maßnahmen, Branding  
an: **Rod Kommunikation**, Zürich
8. TÜV Süd, München  
was: Mitarbeiterkommunikation weltweit  
an: **G+J Corporate Editors**, Hamburg
9. a) adidas Body Care, Herzogenaurach  
b) Playboy Fragrances, New York  
was: B-t-C-PR in der Region DACH  
an: **häberlein & mauerer**, München
10. Werbegemeinschaft am Hamburg Airport  
was: Kommunikations- und Marketingmaßnahmen  
an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
11. Konditorei Berner, Zürich  
was: Jubiläumskommunikation zum 110-jährigen Bestehen  
an: **Agentur Küng Rossier Partner**, Zürich
12. Bio-Weinhersteller Delinat AG, Basel  
was: Strategie und Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit; Pressestelle in der Schweiz  
an: **Jung von Matt/Public Relations**, Zürich
13. Energiemanagement-Unternehmen Eaton, Dublin (Irland)  
was: Fachpressearbeit in EMEA  
an: **Technical Publicity UG**, Buchholz (Nähe Hamburg)



## Agenturen

### Agenturen compact (7) (46. KW-2013)

1. Die **Webseite** der Düsseldorfer Kommunikationsagentur **komm.passion** erscheint in **neuem Gewand**. Stärker als zuvor soll der Fokus auf die Bedürfnisse der Kunden gerichtet und herausgestellt werden, was es heißt wirksam zu kommunizieren. „Wir haben getan, was wir unseren Kunden empfehlen“, sagt Alexander Güttler, CEO von komm.passion. Das Prinzip der Kundenperspektive wurde auch beim Design umgesetzt, so dass sich die Darstellung der Website nach dem Endgerät des Betrachters richtet. Hier geht's auf die neue [Website von komm-passion](#).
2. Die Mitgliederversammlung des **Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA**, Frankfurt am Main, hat **Wolf-Ingomar Faecks**, Sapient Nitro, als Präsident und einen **neuen Vorstand** gewählt. Faecks hatte dem Vorstand bereits zwei Jahre angehört und folgt Lothar S. Leonhard, der das Amt seit 2011 innehatte. Michael Trautmann und Thomas Strerath übernehmen beide das Amt eines GWA Vizepräsidenten. Trautmann wird den Bereich Markt und Kunden betreuen, Strerath wird sich den Ressorts Effie / Awards und Network-Agenturen widmen. Weitere Informationen zur Zusammensetzung des Vorstands finden sich auf der [GWA-Website](#).
3. Die Mitgliedsagenturen des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, blicken optimistisch auf die Geschäfts-

entwicklung. Für das kommende Jahr prognostizieren 74 Prozent der Teilnehmer am **Herbstmonitor des GWA** eine Umsatzsteigerung und geben diese durchschnittlich mit 6,7 Prozent an. Im laufenden Geschäftsjahr konnten 56 Prozent der Befragten einen Umsatzzuwachs verzeichnen, lediglich bei 27 Prozent verringerte sich der Umsatz. Im Durchschnitt beträgt das Umsatzwachstum 2013 vier Prozent. Alle Ergebnisse des GWA Herbstmonitors 2013 finden sich auf der [GWA-Website](#).

4. Mit dem **ORCA Convent 2013** startete die Hamburger Agenturgruppe eine neue Veranstaltungsreihe, die einmal jährlich ihre Fortsetzung finden soll. Ziel ist es, im Diskurs mit ausgesuchten Experten „strategische und kommunikative Lösungsansätze für marketing-kulturelle Fragen“ zu finden. Beim ersten **Think Convent** am 12. November präsentierten Trendforscher Professor Peter Wippermann, Stratege Dominic Veken, Jägermeister-Vorstand Denis Schrey und der Kriminologe Professor Jens Weidner überraschende Thesen zur wachsenden Kraft der Unternehmenskultur als Wettbewerbsfaktor.
5. Die **GWA Effie Sieger 2013** stehen fest. Insgesamt wurden 19 Effie Trophäen verliehen, davon zwei in Gold, sieben in Silber und zehn in Bronze. Gold erhielt in diesem Jahr die **Bausparkasse Schwäbisch Hall und Ogilvy Deutschland**. Ausgezeichnet wurde die Kampagne „Der wichtigste Ort der Welt“. Für die Kampagne „ŠKODA to go“ ging ebenfalls ein goldener Effie an den Škoda Auto Deutschland und die Agentur Leagas Delaney Hamburg. Die Verleihung des GWA Effie fand am 14. November in Frankfurt am Main statt. Informationen zu den Effie Siegern 2013 finden sich auf dieser [Website](#).
6. „Raus aus der Garage! So wirst Du mit Musik berühmt und erfolgreich“ – unter diesem Titel veröffentlicht die **Hamburger PR-Agentur plümer)communications** jetzt ihr **erstes e-Book**. Dabei handelt es sich um einen Ratgeber für aufstrebende Musiker, mit Hintergrundinformationen zur Musikindustrie, Entscheidungshilfen und vielen wertvollen Hinweisen zur Gestaltung der eigenen Karriere. Das Werk richtet sich an junge Solo-Künstler und Bands, die mehr aus ihrem Hobby machen wollen. Zu einer Leseprobe und weiteren Informationen geht es hier auf den [Agenturblog](#).



7. Die **Stuttgarter Full-Service-Agentur Convensis Group** wurde am 12. November neben sieben anderen Unternehmen mit dem **Prädikat „Familienbewusstes Unternehmen“** ausgezeichnet. Im Rahmen des landesweiten Projekts familyNET, getragen durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, die Arbeitgeberverbände Südwestmetall und Chemie sowie durch den Landesfamilienrat (alle Baden-Württemberg), erhielt Convensis das Prädikat für seine systematische familienbewusste Personalpolitik.

## Branche

### DPRG-Landesgruppe Bayern: Unterstützung für die Philippinen

Durch ihre Verbindung zur Hilfsorganisation Humedica e.V. hat die Landesgruppe Bayern der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) tiefen Einblick in die Arbeitsweise des Vereins gewonnen. Was im Sommer den Gästen der DPRG theoretisch vorgestellt wurde, wird jetzt auf den Philippinen umgesetzt: Humedica konnte bereits wenige Stunden nach Bekanntwerden der Katastrophe das erste sechsköpfige Einsatzteam in die betroffene Region, südlich der philippinischen Hauptstadt Manila schicken. Unmittelbar konnten die Helfer mit konkreten Hilfsmaßnahmen beginnen. Inzwischen

sind bereits elf Ärzte sowie medizinische Fachkräfte und Koordinatoren in und um Tacloban im Einsatz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommunikationspreis „Kompass“: Fünf Stiftungen ausgezeichnet

Stiftungskommunikation?  
Ausgezeichnet!



Fünf Stiftungen hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen am 14. November in Berlin mit dem Kommunikationspreis „Kompass 2013“ ausgezeichnet. Preisträger

in diesem Jahr sind die Herbert Quandt-Stiftung aus Bad Homburg, die Stiftung Lesen aus Mainz, die hessenstiftung – familie hat zukunft aus Bensheim, die broken hearts stiftung aus Seevetal bei Hamburg und die Stiftung Stadtgedächtnis aus Köln. Alle wurden für herausragende Öffentlichkeitsarbeit in Bezug auf geförderte Projekte ausgezeichnet. Der Kommunikationspreis Kompass, der nicht dotiert ist, wurde in diesem Jahr zum achten Mal verliehen. Die Auszeichnung ist bundesweit der einzige Preis für Stiftungskommunikation. Kriterien sind der strategische Ansatz, die handwerkliche Qualität, die Originalität der Maßnahmen sowie Transparenz im Sinne der Grundsätze guter Stiftungspraxis.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Young Professional-Initiative #30u30 geht ins 2. Jahr – Talente gesucht



Der in Hamburg erscheinende „PR-Report“ setzt seine Nachwuchs-Initiative #30u30 auch im kommenden Jahr fort. Ab jetzt geht es mit der Suche nach 30 neuen, inspirierten und dynamischen Talenten, die noch keine 30 Jahre alt sind, in die zweite Runde. Die Kandidaten sollen die Vielfalt der PR- und Kommunikationsbranche widerspiegeln: Idealerweise stu-

dieren sie an Hochschulen, arbeiten in Agenturen, Unternehmen und Organisationen und betreiben dort alles, was moderne Kommunikation ausmacht - von Social Media über interne PR und strategische Beratung bis hin zum Kommunikationscontrolling. Gesucht werden 30 Protagonisten aus der Mitte der Branche – smart, authentisch und inspiriert, als Repräsentanten für ihre Generation. Der „PR-Report“ will an ihrem Beispiel aufzeigen, wie facettenreich, spannend und bunt Karrieren in PR- und Kommunikation aussehen können.



[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Evangelische Kirche im Rheinland strukturiert Medien- und Öffentlichkeitsarbeit neu

Die Evangelische Kirche im Rheinland baut ihre Medien- und Öffentlichkeitsarbeit um. Die publizistischen Aktivitäten werden vom 2004 gegründeten Medienverband der rheinischen Kirche ins Düsseldorfer Landeskirchenamt verlegt und sollen so auch die dortige Öffentlichkeitsarbeit verstärken. Die Evangelische Medienakademie mit ihren Fortbildungen für Journalisten sowie die Fernseh- und Hörfunkstudios verbleiben dagegen im Medienverband, der seinen Sitz weiter im kirchlichen Tagungshaus FFFZ in Düsseldorf hat. Die Maßnahmen führen dazu, dass einige Mitarbeiter ihren Arbeitsplatz verlieren. Der bisherige Geschäftsfüh-

rer des Medienverbands, Lars Tutt, bleibt der Landeskirche aber erhalten. Er soll Anfang 2014 als leitender Dezernent in die Finanzabteilung des Landeskirchenamtes wechseln. Ziel des Umbaus sei es, Ressourcen zu bündeln und effizienter zu arbeiten, sagte der juristische Vizepräsident der zweitgrößten deutschen Landeskirche, Johann Weusmann, dem Evangelischen Pressedienst (epd) (Quelle: [Evangelischer Pressedienst, Landesdienst West](#))



## Medien

### absatzwirtschaft erscheint künftig beim Meedia-Verlag

Der Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB) strukturiert um. Die ersten Maßnahmen: Die Zeitschrift „absatzwirtschaft“ wird von der Meedia GmbH & Co. KG in Hamburg, einem Tochterunternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt, verlegt. Darüber hinaus verkauft die VHB den Stuttgarter Traditionsverlag Schäffer-Poeschel an die Haufe Gruppe. Beide Transaktionen werden zum 1. Januar 2014 wirksam. Zudem gibt es erhebliche Veränderungen für den Fachverlag der VHB. Er wird mit Sitz in Düsseldorf ebenfalls zum Jahresbeginn 2014 umstrukturiert: Unter der Firmierung „Handelsblatt Fachmedien GmbH“ soll sich das Tochterunternehmen stärker als bisher auf „vertriebsbasierte Geschäftsmodelle“ konzentrieren. Daher soll es eine enge Print-Online-Verzahnung zwischen der „absatzwirtschaft“ und dem Online-Dienst „meedia.de“ geben. Die Kooperation mit dem Deutschen Marketing-Verband DMV soll wie bisher fortgeführt werden, der DMV bleibt auch in Zukunft Herausgeber der „absatzwirtschaft“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (4) (46. KW-2013)

1. **Isabelle Arnold** (41) scheidet nur rund zehn Wochen nach ihrem Amtsantritt am 1. September wieder aus der Chefredaktion der dpa, Berlin, aus. Sie verlässt die Nachrichtenagentur zum 31. Dezember. Derzeit ist Isabelle Arnold als Geschäftsführende Redakteurin und Mitglied der Chefredaktion für dpa tätig. Der ehemalige Chefredakteur **Wolfgang Büchner**, jetzt "Spiegel" hatte sie von den G+J Wirtschaftsmedien geholt. Über ihre Nachfolge entscheidet der neue Chefredakteur **Sven Gösmann** nach seinem Amtsantritt am 1. Januar 2014.
2. **Alexander Kudascheff** (62) wird zum 1. Januar 2014 **Chefredakteur der Deutschen Welle** (DW). Das gab die DW am 14. November bekannt. Der promovierte Journalist und bisherige Leiter des Hauptstadtstudios in Berlin verantwortet damit die journalistischen Angebote des deutschen Auslandssenders in Fernsehen, Hörfunk und Internet. Zum 1. November hatte die DW die redaktionellen Bereiche an den Standorten Bonn und Berlin in einer Programmdirektion zusammengeführt.
3. Die sda-Tochter **news aktuell (Schweiz) AG, Zürich**, hat eine **kostenlose App für Presseportal.ch und newsaktuell.ch** veröffentlicht. Alle Texte, Bilder und Videos, die news aktuell über das Nachrichtennetzwerk OTS verbreitet, sind automatisch über die neue App abrufbar. Journalisten und PR-Schaffende können sich via App über aktuelle Medienmitteilungen von Unternehmen, Organisationen und Behörden informieren - branchenübergreifend und gebündelt auf einer zentralen Plattform. Die news aktuell-App steht für iPhone- und Android-

Geräte zum kostenlosen [Download in den App-Stores](#) bereit.

4. **Christian Meitinger**, Verlagsleiter des Unternehmensbereiches Fachinformation und Geschäftsführer der Süddeutschen Verlages (SV) Onpact, wird ab sofort zusätzlich die Geschäftsführung des Verlages Werben & Verkaufen in München übernehmen. Er wird Nachfolger von **Martin Korosec**, der das Unternehmen im Zuge der Neuausrichtung des Geschäftsbereichs Kommunikation verlassen wird. Meitinger soll gemeinsam mit Chefredakteur **Jochen Kalka** die erfolgreichen Titel und das Zielgruppenangebot des Verlages multimedial neu ausrichten und die Marktstellung weiter ausbauen.



## Social Media

### Zwölf Tipps zu Social Media im B2B



26 Millionen Deutsche nutzen Facebook – da sind doch auch alle Kunden vertreten. 6,7 Millionen Menschen sind allein im

deutschsprachigen Raum auf XING – alles potenzielle Mitarbeiter. Die Superlative und damit verbundenen Hoffnungen sind bekannt, helfen aber nicht bei Planung und Entscheidung.

Für die Ausgabe 05/2013 der Zeitschrift „g+h Gebäudetechnik und Handwerk“ hatte ich sechs Unternehmen nach ihren Erfahrungen mit Social Media befragt. Zudem hatte ich für die Website der Zeitschrift zwölf Leitsätze zum Thema Social Media formuliert. Hier sind sie:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### CSR Unternehmensverantwortung

#### CSR-Event: Verantwortung durch Kommunikation und Kommunikation über Verantwortung

"CSR ist Kommunikation" ist ein vieldiskutiertes Motto innerhalb der CSR-Debatte und damit auch ein Motiv für die Arbeit des gemeinsamen Arbeitskreises CSR Kommunikation der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und des Deutschen Netzwerkes Wirtschaftsethik (DNWE), der alle CSR-Aktiven und Interessierten nach Wiesbaden einlädt.

Dort möchte der Arbeitskreis im Dezember diesem Motto auf mehrfache Weise auf den Grund gehen und lädt alle Mitglieder der DPRG und des DNWE hiermit herzlich zur Sitzung des Arbeitskreises ein, sowie, gern auch mit Gästen, zu der anschließenden Best-Practice und Diskussionsveranstaltung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Einsendeschluss für den CSR-Preis 2014 naht

Die Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) wird in immer mehr Unternehmen zu einem Teil der Unternehmensstrategie. Der Einbezug von CSR in alle unternehmerischen Fragen eröffnet neue Chancen und macht das Unternehmen insbesondere durch die Ausrichtung auf nachhaltiges Wirtschaften wettbewerbsfähiger. Mit der Verleihung des Deutschen CSR-Preises sollen herausragende Leistungen auf verschiedenen Feldern der Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen (CSR) und des nachhaltigen Wirtschaftens öffentlichkeitswirksam ausgezeichnet werden. Jetzt naht der Einsendeschluss für den CSR-Preis 2014. Noch bis zum 30. November werden Bewerbungen für acht Themenfelder entgegengenommen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 105. Maja Schäfer: Mehr echtes Leben, weniger glattpolierter Imagefilm

„Das PR-Interview im PRJ“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](#), Köln



Interview mit Maja Schäfer (Foto), seit 2011 verantwortlich für den Bereich Jugendkommunikation bei der Diakonie Deutschland, Stuttgart. Dort leitet sie die Online-Kampagne „Soziale Berufe kann nicht jeder“.

Zum Projektteam gehört außerdem Multimediaredakteurin Claudine da Rocha. Mit der Nachwuchskampagne reagiert die Diakonie Deutschland auf



den Bewerberrückgang in den Sozial- und Pflegeberufen.

**PR-Journal:** *Wie gelingt es Ihnen in Ihrer Nachwuchs-Kampagne die jungen Menschen auch wirklich zu erreichen?*

**Maja Schäfer:** Ich bin der Meinung, dass es für zeitgemäßes Personalmarketing nicht ausreicht, eine Website freizuschalten und zu warten. Man muss auf die jungen Menschen dort aktiv zugehen, wo sie unterwegs sind: im Internet und in den sozialen Medien. Deswegen wollen wir dort so präsent sein, dass unsere Zielgruppe einfach über uns stolpern muss. Neben dem Portal [www.soziale-berufe.com](http://www.soziale-berufe.com) nutzen wir deshalb auch Facebook, Twitter, Vimeo, YouTube und eigens entwickelte Apps. All unsere Online-Beiträge werden mit Querverweisen auf die anderen Angebote versehen. So ist ein dichtes Netz an Kommunikationsangeboten entstanden, das für die Ausbildung in sozialen Berufen ein möglichst großes Maß an Aufmerksamkeit schaffen soll.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Steingart zur Zukunft des Journalismus

Der frühere Chefredakteur und jetzige Herausgeber des „Handelsblatts“ Gabor Steingart hat sich Ge-

danken um die Zukunft des Journalismus gemacht. In seiner Analyse listet er sieben Versäumnisse auf und spricht darüber in der „Wir-Form“. Vorgetragen hat er dies in einer Rede vor Kollegen der „W&V“. Eine Reaktion ist zwar nicht überliefert, seine Gedanken sind aber allemal lesenswert. „Meedia.de“ hat seinen Vortrag dokumentiert. Steingarts Forderungen stehen am Schluss: „Wir müssen nur diese elendige Selbstunterforderung beenden. Weinerlichkeit ist ein für Journalisten unzulässiger Aggregatzustand. Wir brauchen in den Redaktionen nicht Synergie, sondern Reibung. Die Demuthaltung gegenüber den Mächtigen gehört verboten. Und unsere Zeitungen und Zeitschriften sollten wir nicht länger als Unterabteilung der Holzindustrie definieren, sondern als Gemeinschaft zur Verbreitung und Aufklärung.“ Lesen Sie den Vortrag Steingarts in voller Länge auf „[Meedia.de](#)“.

### Investor Relations – wer ist in den Dax-Unternehmen dafür verantwortlich?

Wer hat in großen Unternehmen die Kontrolle über „die Story“? Diese Frage hat der neue Siemens-CEO Joe Kaeser klar beantwortet. Als ehemaliger Finanzvorstand hat er die Verantwortung für Investor Relations mit auf den Chefsessel genommen. Die „Börsen-Zeitung“ hat sich daraufhin der Frage systematisch gewidmet und eine Umfrage unter den deutschen Dax-Unternehmen gestartet, ob der Finanzchef (CFO) oder der CEO selbst verantwortlich zeichnet für Investor Relations. Eindeutig schlägt das Pendel für CFO aus, die Mehrheit der Dax-Unternehmen übertragen ihm die, den Kontakt zu den Aktionären zu halten. Der Beitrag von Michael Flämig, München, unter der Überschrift „Der Griff nach Investor Relations“ ist in der „Börsen-Zeitung“ vom 22. Oktober erschienen. Die Online-Fassung findet sich unter diesem [Link](#), ist allerdings kostenpflichtig (2,65 €).



## Bildung

### Promotionsstipendium für Mittelstandskommunikation

Die Universität Leipzig und die Fink & Fuchs Public Relations AG, Wiesbaden, vergeben zum dritten Mal ein Promotionsstipendium für Kommunikations- und Medienwissenschaftler. Das damit verbundene Forschungsvorhaben wird sich primär mit Fragen der Mittelstandskommunikation beschäftigen, einem bislang wenig beachteten Forschungsgebiet. Der Doktorand / die Doktorandin erhält für den Zeitraum von drei Jahren von der Universität Leipzig ein Stipendium in Höhe von 1.300 Euro im Monat. Die Kommunikationsagentur Fink & Fuchs PR stellt die Finanzierung bereit und unterstützt darüber hinaus bei empirischen Studien im beforschten Themenfeld. Damit verlängern die Kommunikationsagentur Fink & Fuchs und die Abteilung Kommunikationsmanagement und Public Relations der Universität Leipzig die seit 2006 bestehende, erfolgreiche Zusammenarbeit um weitere drei Jahre.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Blogcademy gestartet



Nach Ansicht der Hamburger PR-Agentur Faktenkontor GmbH entdecken deutsche Unternehmen erst jetzt so langsam die strategische Bedeutung von eigenen Blogs im Netz: Jede zweite Pressestelle, so teilt die Agentur mit, arbeite zurzeit daran, einen Corporate Blog einzurichten. Da es

den meisten Unternehmen aber an Fachwissen und Erfahrung mangle, wie man ein Webtagebuch zum Erfolg führe, hat die Agentur nun gemeinsam mit Lothar Rolke (Foto), Professor an der Fachhochschule Mainz, „Blogcademy“ für PR-Profis aus Unternehmen ins Leben gerufen. Das Ziel ist hoch gesteckt: Innerhalb eines Jahres sollen alle Teilnehmer für ihr Unternehmen einen erfolgreichen Blog aufbauen. Im Gegensatz zu punktuellen Seminaren oder Workshops werden die Neu-Blogger in der „Blogcademy“ von Rolke und Agenturmann Jörg Forthmann von der Konzeption über die Umsetzung bis hin zum laufenden Betrieb des Blogs begleitet. Die neuen Webtagebücher sollen dabei einer laufenden Erfolgsmessung unterzogen. Weitere Informationen auf der [Website von Faktorkontor](#).

### Bildung compact (2) (46. KW-2013)

1. Ein praxisorientiertes **PR-Basistraining** bietet die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom **2. bis 6. Dezember**. Das B1 Basistraining PR mit dem Titel „Einführung und Grundlagen“ will den Teilnehmerinnen und Teilnehmern in diesem ersten Teil die Möglichkeit bieten, sich eine fundierte Grundlage für ihre PR-Laufbahn zu erarbeiten. Auf dem Seminarprogramm stehen: eine Einführung in die Medienarbeit und das journalistische Schreiben, Konzeptionstechnik, Veranstaltungskommunikation, Interne und Corporate Communications sowie Kommunikationsmodelle, -theorie und -ethik. Das Training findet bei AFK in Oberursel bei Frankfurt am Main statt. Weitere Informationen auf der [AFK-Website](#).
2. Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA, Frankfurt am Main, startete am 14. November die **Weiterbildungsplattform „Need for Brains“** für seine Mitgliedsagenturen. Die Wissensvermittlung erfolgt über kurze Videos in denen Branchenexperten agenturrelevante Themen zu Bereichen wie digitales Marketing, Planning, Kreation oder Soft Skills erörtern. Jedes Video bildet zusammen mit einem Kurztest eine Lerneinheit. Mit jedem erfolgreich bestandenen Test sammelt der Nutzer Punkte, um sich für ein Zertifikat zu qualifizieren, das seine erworbenen Kompe-

tenzen belegt. Weitere Informationen direkt auf der [Plattform](#).

## Studien

### Studien compact (1) (46. KW-2013)

1. Die Beteiligung der Mitarbeiter (72 Prozent), Professionelles Projektmanagement (67 Prozent) und die Übernahme von Verantwortung durch die Linie (61 Prozent) sind die drei wichtigsten **Einflussfaktoren für den Erfolg eines Change-Projektes**. Das ist das Ergebnis des aktuellen Change-Barometers der **Mutaree GmbH**, Eltville-Erbach. Es belegt, dass es die Mitarbeiter sind, die maßgeblich über den Erfolg oder Misserfolg von Veränderungsprojekten entscheiden. Weitere Informationen auf der [Website von Mutaree](#).

## Termine

### Kohrs diskutiert mit PR-Studenten



Es dürfte eine spannende Veranstaltung werden: Uwe Kohrs (Foto), Präsident der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRa), tritt am 26. November beim LPLRS – dem Leipziger Public Relations Studenten e.V. auf. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „WISSENSCHAFTPRAXIS“ sollte er eigentlich zum Thema „Zeit für mehr Rock´n´Roll! – Die Zukunft der deutschen PR-Agenturlandschaft“ reden. Nach seinen kritischen Äußerungen im Novemberheft des „prmagazins“ zu den Nachwuchsproblemen in PR-Agenturen dürfte sich die Diskussion aber vor allem um die nach seiner Meinung nachlassende Qualität der Bewerber und Bewerberinnen drehen. Bei vielen Studentinnen und Studenten sind die Äußerungen Kohrs auf Widerspruch gestoßen (beachten Sie dazu bitte auch den [Kommentar zu diesem Thema vom 15. November im „PR-Journal“](#)).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lustreisen oder akzeptables PR-Instrument?



Eine Podiumsdiskussion zur Praxis bei Pressereisen veranstalten am 3. Dezember der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) und der Deutsche Presserat in der Humboldt-Universität

zu Berlin. Als Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle greifen sie gemeinsam mit Experten aus Praxis und Wissenschaft die Forderung nach klaren und schärferen ethischen Verhaltensregeln auf und diskutieren über Für und Wider sowie die Formen von Einladungen zu Journalistenreisen.

### Podium hochkarätig besetzt

Günther Bentele (Foto), Professor am Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR der Universität Leipzig und Vorsitzender des DRPR, führt mit einem Impulsreferat ins Thema ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Tipps

### Interview mit Viaprinto. Ratgeber Online-Druckservices: "Einfacher kann man nicht drucken"



*Gerd Dussler (Foto), Geschäftsführer von viaprinto, Münster, gibt Ratschläge, was es beim Online-Druck zu beachten gibt und welche Services eine Online-Druckerei anbieten sollte.*

**PR-Journal:** Der Trend geht ja immer mehr zum papierlosen Arbeiten, Versenden von digitalen Dokumenten oder Online-Präsentationen: Gibt es trotzdem Gründe, warum ich als PR-Agentur/ Pressestelle den Service einer Online-Druckerei nutzen sollte?

**Gerd Dussler:** Das ist ganz einfach: Qualität. Entscheiden Sie sich für Qualität, dann entscheiden Sie sich für den erfolgreicherem Auftritt. Denn es ist

laut aktuellen Umfragen immer noch Fakt, dass „Schwarz auf Weiß“ mehr vertraut wird als Bildschirm-Inhalten. Dass Themen besser in Erinnerungen bleiben, wenn Sie auch in materieller/gedruckter Form vorliegen. Und dass Sie durch die Haptik eine zusätzliche Aussage über Ihre Arbeit treffen können, die überzeugt und begeistert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Tipps compact (1) (46. KW-2013)

1. **Mount Barley Publishing**, Dietzenbach, ermöglicht mit seinen **neuen Features der Themen- und Mediendatenbank Topic Pro** jetzt eine zielgenaue Medienkommunikation in Echtzeit. Kommunikatoren von Unternehmen und Agenturen finden mit Hilfe der neuen Blog- und Social Media-Suche aktuelle Inhalte im Social Web. Die neue Funktion der Datenbank erlaubt einen frühzeitigen Kontaktaufbau zu relevanten Bloggern, Microbloggern und Journalisten klassischer Medien. Zu einer **Testversion der Datenbank geht es hier**.

## Literatur

### Andreas Buhr: Vertrieb geht heute anders – Wie Sie den Kunden 3.0 begeistern

*Andreas Buhr: Vertrieb geht heute anders – Wie Sie den Kunden 3.0 begeistern; Verlag: Gabal, Offenbach; 2011; 250 Seiten; Preis: 29,90 Euro; ISBN-10: 3869362308.*

Ja, die Welt ist im Wandel. Die Kommunikation ändert sich. Das Informationsverhalten ändert sich. Da bleibt der Vertrieb nicht ausgeschlossen. Da es in dieser Welt praktisch keine vertriebsfreie Zone mehr gibt, hat sich Andreas Buhr gefragt, wie man den Kunden 3.0 begeistern kann, denn: „Vertrieb geht heute anders“.

Vor welchen Herausforderungen steht der Vertrieb

heute? Was macht einen erfolgreichen Verkäufer aus? Welche Rolle spielt die Vertriebsphilosophie des Unternehmens? Welche Produkte lassen sich noch verkaufen? Und vor allem: Wer ist eigentlich dieser „Kunde 3.0“? Buhr, der sich selbstbewusst „Die Umsatzmaschine“ nennt, bringt auf den Punkt, was viele Marketing- und Vertriebsstrategen vermutet haben: Vertrieb muss von innen heraus überzeugen. Schluss mit dem Geschwätz. Schluss mit der Geiz-ist-geil-Mentalität. Kunden lassen sich nicht für dumm verkaufen – und haben das, streng betrachtet, noch nie mit sich machen lassen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Tim Taxis: Heiß auf Kaltakquise – So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote**

*Tim Taxis: Heiß auf Kaltakquise – So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon; Verlag: Haufe Lexware, Freiburg/Brsg.; 2013; 230 Seiten; Preis: 24,80 Euro; ISBN-10: 3648019910.*

Es gibt ja viele Dinge, die man nicht sooo gerne tut. Zum Beispiel Leute voll zu quatschen, die man gar nicht kennt. Und dann noch ohne Grund. Das ist einfach nur peinlich. Aber genau darum geht es Tim Taxis in seinem neuen Buch „Heiß auf Kaltakquise“: Wenn man keinen Grund hat, sollte man es lassen. Wenn man jedoch etwas zu verkaufen hat, und die Möglichkeit besteht, dass dieser eine, den man gar nicht kennt, es kaufen könnte, dann hat man einen Grund, ihn zu bequatschen. Und das ist dann gar nicht mehr peinlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Lutz / Luck: Selbstständig in Teilzeit - Als Kleinunternehmer zum Erfolg**

*Andreas Lutz und Nadine Luck: Selbstständig in Teilzeit - Als Kleinunternehmer zum großen Erfolg; Verlag: Linde, Wien; 2013; 176 Seiten; Preis: 19,90 Euro; ISBN-10: 3709305284.*

„53 Prozent aller Gründer beginnen in Teilzeit. Fast 450.000 Deutsche machen sich pro Jahr neben

Familie, Studium, Festanstellung, Rentenbezug oder während einer Phase der Arbeitslosigkeit selbstständig.“ Andreas Lutz und Nadine Luck gehen in ihrem neuen Buch der Frage auf den Grund, wie man als Kleinunternehmer zum großen Erfolg kommt.

„Selbstständig in Teilzeit“ will Teilzeit-Selbstständigen Mut zu Professionalität und Selbstständigkeit machen; und das ganz auf Niveau von Vollzeit-Selbstständigen. Trotz dieses hochgesteckten Ziels lassen die beiden Autoren das Thema recht seicht beginnen. Es werden Besonderheiten, Vorurteile und – was mich etwas irritiert hat – die Suche nach der richtigen Geschäftsidee thematisiert, bevor auf Seite 87 dann das Kapitel „Endlich durchstarten“ Großes verspricht. Und dann doch wieder nur auf Rechtsform, Namenswahl und Finanzamt eingeht. Irgendwie ernüchternd. Oder deprimierend. Je nachdem.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **Kruse-Wiegand / Busse: Wir machen dieses Social Media - Erfahrungsberichte & Tipps von Profis**

*Malina Kruse-Wiegand und Dr. Annika Busse: Wir machen dieses Social Media - Erfahrungsberichte & Tipps von Profis; Verlag: O'Reilly, Bonn; 2013; 504 Seiten; Preis: 34,90 Euro; ISBN-10: 3868999760.*

Im 2.0-Zeitalter von Word of Mouth, Virals und Digital Relations bleibt in Marketing und PR doch eines unangefochten: Der Austausch. Und nicht nur dieses WhatsApp? Was geht? Bin hier. Und leb., wie es jüngst vertont wurde. Es geht um mehr. Um Erfahrungsaustausch. Um ein klassisches Gespräch bei Kaffee und Kuchen. Und wer das wiederum ohne Kaffee und ohne Kuchen und quasi auch ohne persönliches Gespräch aber irgendwie dringend „haben will“, der liest am besten „Wir machen dieses Social Media“ von Malina Kruse-Wiegand und Annika Busse.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Literatur compact (1) (46. KW-2013)

1. „Journalistinnen“: Unter diesem Titel ist erstmals eine **Berufs- und Sozialgeschichte von Journalistinnen** im deutschsprachigen Raum erschienen. Die beiden **Autorinnen Elisabeth Klaus und Ulla Wischermann** rekonstruieren die Geschichte anhand von ausgewählten Biographien und Texten der zwischen 1848 und 1990 in den Printmedien tätigen Journalistinnen. So ist ein Lese- und Arbeitsbuch entstanden, das zum Schmökern und Querlesen, auch zum Nachschlagen einlädt. Hier geht es direkt zum Webshop des *LIT Verlags*, Münster.

- *Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main*
- *Teamleiter/-in für Public Relations, Berlin oder Leipzig*
- *PR-Berater/-in, Hamburg*
- *PR-Berater(in) für Fashion, Beauty & Lifestyle, Düsseldorf*
- *Junior PR-Berater für Mode- & Lifestylekunden, München*
- *Consultant (m/w), Frankfurt a.M.*

### Unternehmen

- *Presse- und Kommunikationsprofi (m/w), Berlin*
- *Kommunikationsassistent (m/w), Essen*
- *Referent (w/m) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim*

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (33)

#### Volontariat/Trainee

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Agenturen

- *vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater (m/w), Düsseldorf*
- *Junior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main*
- *vom Hoff Kommunikation sucht Junior-Berater (m/w), Düsseldorf*

\*\*\*\*\*

### Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 18. November 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.513 Empfänger** versandt.

\*\*\*\*\*

## Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg  
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg  
Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg  
(USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[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"; Marcus Eichhorn, Köln

(eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); 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, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

**Rubrik "PR-Websitecheck":** Nina Krake, Hannover, (krake[at]prsh.de) (Teamleiterin); Julia-Maria Blesin, Carina Bogus; Cirsten Ebeling; Frederike Kouker; Lan Anh Nguyen.

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

**Korrespondenten: Internationales:** Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **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:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas[at]pr-journal.de).

**Rezensionen:** Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); 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).

**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: 02241 2013060  
Telefax: 02241 2013061  
Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de

URL: [pr-journal](#); pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.de; neues-prportal.de; pr-journal.de/newsletter/archiv.html .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für **2012** wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

**Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage**

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)