

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 300 / 29 + 30. KW 2011

Seite 1

Mirko Kaminski: Ausbeuteragenturen vermessen sich ihre eigene Zukunft

Mirko Kaminski (39), Chef der Agentur achtung! (GPRA) in Hamburg, hat nach den Pitch-Ausbeutern in Unternehmen nun die Mitarbeiter-Ausbeuter in Agenturen ins Visir genommen. Entspannt am Strand seiner Heimatinsel Fehmarn äussert er seine Gedanken darüber, dass das Ausquetschen von Agenturmitarbeitern zum Zweck der Gewinnmaximierung wenig zielführend ist. Burnout-Opfer dürfen nach Kaminskis Meinung nach nicht das Resultat des Agenturalltags sein. Die Quintessenz seines Video-Pamphlets "[Auf ein Wort am Strand](#)": Attraktive Arbeitsbedingungen und eine ausgewogene Work-Life-Balance sind wichtig, um zukünftig qualifizierte und motivierte Mitarbeiter zu bekommen und zu halten. Dass das gar nicht so schwer sein kann, erläutert er mit einer Drei-Punkte-Plan-These und anhand der Massnahmen seiner eigenen Agentur.

Märkte im Wandel durch Mobile- und Social-Media

Wir schreiben das Jahr 1999. Damals von den meisten Unternehmen müde belächelt und als Übertreibung, Aufruf zur Anarchie und Science Fiction abgetan, erlangte das Cluetrain-Manifest jedoch immer mehr Aufmerksamkeit. Die Kernaussage des Manifestes lautete: "Märkte sind Gespräche. Wir sind keine Zielgruppen oder Endnutzer oder Konsumenten. Wir sind Menschen – und unser Einfluss entzieht sich eurem Zugriff." [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ag.ma: Rund 48 Millionen Bürger lesen Tageszeitung

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) hat die aktuellen Reichweiten der Tageszeitungen veröffentlicht. Für die diesjährige "ma 2011 Tageszeitungen" wurden fast 138.000 Menschen befragt. Das zentrale Ergebnis vorab: Die Gesamtreichweite aller Zeitungen liegt bei 68,4 Prozent und damit bei über 48 Millionen deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Transparenz-Studie: Volkswagen ist das transparenteste DAX-30-Unternehmen

Unternehmen mit transparenten Prozessen und nachvollziehbarem Verhalten sind Verbrauchern sympathischer. Das zeigt die erste deutsche Transparenz-Studie von Klenk & Hoursch, für die



3.000 Verbraucher befragt wurden. Weiteres zentrales Ergebnis: Von allen DAX-30-Unternehmen gilt Volkswagen (44,5 %) als das transparenteste, gefolgt von BMW (38,7 %), adidas (37,0 %), Lufthansa (36,4 %) und Daimler (36,2 %). Transparenz-Schlusslicht im DAX ist Eon (17 %).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Sodar (39) – zuletzt Leiter der internationalen Standort- und Imagekampagne "be Berlin" bei Berlin Partner – verfügt über langjährige Erfahrung in der Unternehmens-, Verbands- und Markenkommunikation auf Agentur- wie Unternehmensseite.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

PR-Team von Bilfinger Berger Power Services neu aufgestellt

Bilfinger Berger Power Services in Oberhausen hat den kommunikativen Mitarbeiterstab weiter ausgebaut und die personellen Neubesetzungen der letzten Monate abgeschlossen. Das neu aufgestellte Team ist für die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Teilkonzerns zuständig und unterstützt die zur Gruppe gehörenden nationalen und internationalen Hauptgesellschaften bei kommunikativen Aufgaben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Aperto Plenum mit neuen Köpfen

Als neuer Geschäftszweig der Berliner Agentur Aperto ist Aperto Plenum binnen kürzester Zeit auf ein 15 Mitarbeiter starkes Team in Berlin-Mitte angewachsen. Geschäftsführer Michael

Personalien compact (45) (29.+30.KW-2011)

AGENTUREN:

01: Drei Neuzugänge im Team der Heidelberger PR-Agentur Communication Harmonists: **Stephan Fichtner** verstärkt die Agentur als PR-Berater mit seiner über zehnjährigen Erfahrung als Redakteur und Projektmanager in den Bereichen F&E, IT, Technologie, und Wirtschaft. **Mark P. Haverkamp** ist neuer PR-Juniorberater. Zuvor war der zweisprachige Fachredakteur in der Redaktion des Europäischen Wirtschaftsdienst (EUWID) in den Bereichen Papier & Zellstoff, Verpackung und Packaging Markets tätig. **Gabriele Lebek** ist ebenfalls als PR-Juniorberaterin bei den Communication Harmonists tätig. Sie verstärkt die Agentur besonders durch ihre Erfahrung im Verlagswesen, wo sie als Redakteurin, Lektorin und in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig war.

02: **Erika Hansmann** (56) hat nach über 30 Jahren in der PR und fast 23 Jahren Selbstständigkeit ihre Agentur Hansmann PR an die bisherigen Junior-Partner **Marcel Brunthaler** (34) und **Tobias Geisler** (35) übergeben, die neue Firmierung in München ist Hansmann PR, Brunthaler & Geisler.



Hansmann will sich persönlich aus der Branche zurückziehen, um sich in Südafrika zu engagieren, wo der Grundstein für eine neue Zukunft bereits gelegt ist. Brunthaler war freier Journalist, bevor er 2003 als Berater zur Agentur kam, er wurde 2006 Junior Partner und war zuletzt seit 2008 Mitglied der Geschäftsleitung. Geisler stieg 2004 bei Hansmann PR als PR Berater und Unit-Leiter ein

03: **Juliane vom Orde** (25) verstärkt als Grafikerin das Social-Media-Team der PR-Agentur Frische Fische in Dresden. Zuvor betreute sie mehrere Onlineshops und war als Grafikerin bei mantiburi und bilderwelten.net tätig. **Annie Schoppe** (27) verstärkt als Account Managerin das Team für Klassik-PR und Online Relations. Die Germanistin wechselt von der Agentur Daylight PR International.

04: **Daniel Kapp** (43) wird ab 1. September beim internationalen Beratungsunternehmen Brunswick Group LLP als Direktor am Standort Wien (AT) tätig und verantwortet damit den österreichischen Markt der Agentur sowie Mittel- und Osteuropa. Er war früher Sprecher des österreichischen Ex-Vizekanzlers Josef Pröll (ÖVP) und seit über zehn Jahren Pressesprecher auf Regierungsebene. Brunswick verstärkt das Wiener Büro zusätzlich mit dem früheren Sprecher der Oesterreichischen Nationalbank (OeNB) **Oliver Huber** als Berater.

05: **Denise Schröber** unterstützt das Team von KWP in Neu-Isenburg als Junior Account Managerin im Bereich Projektmanagement und Kundenberatung. **Agnes Schubert** ist ebenfalls neue Junior Account Managerinnen bei KWP. Neben ihrem geisteswissenschaftlichen Studium sammelte sie bereits erste Berufserfahrungen in Online-Kommunikation und –Marketing.

- Anzeige -



Communication Performance Manager

Verschaffen Sie sich einen schnellen Überblick über das aktuelle Meinungsumfeld Ihres Unternehmens. Prüfen Sie Ihren Kommunikations-erfolg durch schnellen Zugriff auf die wichtigsten Kennzahlen. Erzeugen Sie mit einem Klick ein attraktives Reporting für das Management.

Das webbasierte Tool für das Kommunikationsmanagement

Wir stellen alle relevanten Informationen über eine zentrale Plattform bereit. Sie können verschiedene Module flexibel nach Ihren Anforderungen zusammenstellen.

www.communication-performance.de

06: **Thomas Hahnel** verantwortet als Managing Director das gesamte Business der PR & MarCom Agentur Lucy Turpin Communications (LTC) in München. Die Gründerin **Lucy Turpin** übernimmt die Position des President, bleibt Eigentümerin und engagiert sich für eine Übergangsphase weiterhin im täglichen Geschäft der international tätigen Agentur. Hahnel kommt von Hill & Knowlton in Frankfurt am Main, wo er zuletzt als Board Director und Head der Tech Practice für die Technologiethemen zuständig war

07: **Anke Kisters** ist neuer Director PR und Social Media bei wildcard communications, sie leitet ab sofort das Krefelder Office und ist zuständig für die strategische Kundenbetreuung und Neukundenakquise. Kisters hatte zuvor seit April 2010 als Managing Director die stellvertretende Leitung des Düsseldorfer Büros der Agentur Grayling inne.

08: **Alexander Junk** (32) verstärkt das Redaktionsteam der Münchener PR-Agentur PR-COM und betreut Kunden aus dem IT-Bereich. Zuvor schrieb er für weitere Burda-Publikationen wie "CHIP", "CHIP HD Welt" und die "Tomorrow".

09: **Oskar Schwittay** (42) verstärkt ab sofort als Redakteur für Sonderprojekte das Team des Bauerlags in Gütersloh. Zuvor verantwortete der PR-Berater die Pressearbeit des Bereichs Solar bei Schüco in Bielefeld.

10: **Nina Stilling** (34) verantwortet die Bereiche Corporate Finance, Investor Relations und Marketing der Schnigge Wertpapierhandelsbank in Düsseldorf. Zuvor war sie seit 2007 bei der Börse Düsseldorf in den Bereichen (Online-)Kommunikation, Internet, Eventmanagement, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit tätig.

11: **Carola Lohmann** (31) hat die Spitze des Münchener Teams der Kommunikationsagentur achtung! (GPRA) übernommen. Die Expertin für Marken- und Marketingkommunikation war zuvor fünf Jahre als Communication Director bei der JWT Germany Group für Kommunikations- bzw. Werbeetats verantwortlich.

12: **Julia Baumgärtel** (23) verstärkt das Consulting-Team von Möller Horcher Public Relations (GPRA) in Offenbach. Während ihres Studiums sammelte sie Erfahrungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, unter anderem bei den Agenturen Burson-Marsteller und Arts & Others Communication.

13: **Christiane Dörsam** (30) ist neue Redakteurin im Team der Stuttgarter PR-Agentur Communication Consultants (CC). Sie hat Ihren Master of Arts in Kanada gemacht und leitete anschließend die Presseabteilung der Auslandshandelskammer in Toronto.



14: **Dagmar Storck** (45) unterstützt die Agentur ars publicandi in Rodalben als PR-Assistentin. Die Haupttätigkeitsfelder der gelernten Bürokauffrau liegen in der Kundenbetreuung und im Medienkontaktbereich.

MEDIEN:

15: **Claudia Kamensky** (44) vertritt die djd deutsche journalisten dienste in der neuen Repräsentanz in der Schweiz. Sie verantwortete zuvor die Konsumenten-PR der Zahnpflegemarken elmex und meridol in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

UNTERNEHMEN:

16: **Matthias Hartmann** (45) wird spätestens am 1. Januar 2012 neuer Vorstandsvorsitzender des Marktforschers GfK SE in Nürnberg und ist auf drei Jahre bestellt. Er folgt auf **Klaus L. Wübbenhorst**, der seinen laufenden Vertrag nach 20 Jahren im

GfK-Vorstand, davon 13 Jahre als Vorstandsvorsitzender, aus persönlichen Gründen nicht verlängert hat. Der Diplom-Betriebswirt Hartmann ist derzeit noch als Global Head of Strategy and Industries für die globale Strategie und Branchenausrichtung der Beratungssparte IBM Global Business Services, innerhalb des IBM Konzerns, verantwortlich.

17: **Frank Martin Hein** (53) ist als Head of Communications - Europe beim Antriebshersteller, Service- und Technologiekonzern Rolls-Royce in Berlin eingestiegen. Der studierte Kommunikationswissenschaftler und Journalist war zuvor als Director of Communications in der weltweiten Zentrale von Bombardier Transportation tätig und hat zuletzt als selbstständiger Kommunikationsberater Kommunikation, Marketing und Sales von Synthetron in Deutschland und Österreich geleitet.

18: **Verena Köttker** (38), derzeit Head of Corporate Communications, Investor Relations & Public Affairs bei der Alba Group in Berlin, verantwortet ab dem 1. Oktober zusätzlich die Marketingaktivitäten des Recyclingkonzerns und wird gleichzeitig zur Generalbevollmächtigten der Unternehmensgruppe. Sie kam 2008 zum Alba-Unternehmen Intersoh und war vorher zehn Jahre als politische Korrespondentin für die Verlage Axel-Springer und Hubert-Burda tätig.

19: **Olaf Rühmeier** (45) ist neuer Abteilungsleiter für interne und externe Kommunikation bei der comdirect bank in Quickborn. Der ehemalige Kohtes & Klewes Berater kommt von HDI-Gerling, wo er Pressesprecher und später Leiter Brand Management war. Rühmeier arbeitet wie sein Kollege **André Martens** (33), Abteilungsleiter Investor Relations, unter der

- Anzeige

KOMMUNIKATIONS KONGRESS 2011

- INTERNATIONALE FACHTAGUNG FÜR PUBLIC RELATIONS

Am **15. und 16. September** präsentiert sich der Kommunikationskongress 2011 mit 120 renommierte Referenten, 50 Best Cases, Diskussionen und Workshops, spannenden Vorträgen zum Fokus **Leadership**, dem **Impulsforum** als neues Veranstaltungsformat und zahlreichen Gelegenheiten zum branchenübergreifenden Networking. Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) und das Magazin pressesprecher veranstalten das Branchenhighlight in diesem Jahr zum achten Mal und freuen sich mit **Gabor Steingart**, **Klaus Töpfer** und **Prof. Götz Werner** auf bedeutende Keynotespeaker. Mehr unter www.kommunikationskongress.de.

Leitung von **Johannes Friedemann** (47), Bereichsleiter Unternehmenskommunikation.

20: **André Schloemer** (44) übernimmt am 15. August als Vice President Brand Management und Corporate Communication die Verantwortung für die Marke sowie für die interne und externe Kommunikation von Unitymedia in Köln. Schloemer berät den Kabelnetzbetreiber bereits seit Mai dieses Jahres in der Neupositionierung der Marke, zuvor war er fünf Jahre lang bei Telefónica O2 als Senior Vice President Brand Management tätig.

21: **Michael Schickling** (49) hat die neu geschaffene Position des Head of Investor Relations & Corporate Communications bei SHW Automotive in Aalen und damit die Verantwortung für die die Kapitalmarktkommunikation sowie die interne und externe Kommunikation des Automobilzulieferers übernommen. Zuvor war er Senior Consultant - Investor Relations & Financial

Communications bei der Brunswick Group in Frankfurt am Main.

22: **Sandra Bauer** (41) ist Leiterin der neuen Stabsstelle Corporate Communications bei der Immofinanz Group in Wien (AT) und steht als Pressesprecherin des Konzerns den Medien als Ansprechpartnerin zur Verfügung. Die Kommunikationsexpertin mit 20 Jahren Berufserfahrung war zuletzt als PR- und Marketingleiterin beim weltweit tätigen Management-, Technologie- und Outsourcing-Dienstleister Accenture tätig.

23: **Roland Heintze**, Geschäftsführer der Kommunikationsberatung Faktenkontor in Hamburg, ist in die [Beraterbörse](#) der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) aufgenommen worden. Schwerpunkt der Beratertätigkeit liegt auf dem Aufbau der Öffentlichkeitsarbeit in Unternehmen. Heintze steht Existenzgründern in sämtlichen Fragen zur Profilschärfung ihrer Leistungen und Angebote zur Seite.

24: **Beat Römer** (48) verstärkt ab dem 1. September die Konzernkommunikation der Georg Fischer in Schaffhausen (CH) als Mediensprecher und stellvertretender Kommunikationsleiter. Er folgt auf **Christian Thalheimer**, der das Unternehmen verlassen hat. Römer war über 15 Jahre als Journalist tätig, seit 2008 leitete er die externe Kommunikation des Stromkonzerns Axpo Holding.

25: **Heidi Stöckli** (32) hat die Stelle als Corporate Publisher beim Logistik- und Speditionsunternehmen Panalpina in Basel angetreten. Die Historikerin war in den letzten sechs Jahren in der Kommunikationsabteilung des Schweizer Radio und Fernsehens tätig, zuletzt als Projektleiterin von Media und Public Relations und dann der Unternehmenskommunikation.



**7. Fachtag
Kommunikations-Controlling**

**29.09. 2011
FH Mainz**

eine Initiative der
Professoren Rolke, Jäger,
der DPRG und dem ICV

Der **7. Fachtag Kommunikations-Controlling „Wissen, Steuern, Lernen“ am 29.09.2011 an der FH Mainz** zeigt neue Entwicklungen und präsentiert innovative Konzepte. In diesem Jahr u.a.

- Evaluiertes Kommunikationsmanagement der GIZ
- Kommunikationssteuerung in der Commerzbank
- Internal Communications Performance Measurement von Siemens
- Benchmarking durch gemeinsame Kennzahlen bei Roche Austria u.a.
- Reputationsmessung im Worldwideweb am Beispiel der DAX 30-Unternehmen

Teilnahme: Euro 595,- zzgl. MwSt;
DPRG- und ICV-Mitglieder: Euro 495,- zzgl. MwSt.
Ausführliche Informationen und Anmeldung:
www.djm.de/kommunikation/komcon_fachtag.htm

26: **Patrizia Tonin** (43) hat die Leitung der Unternehmenskommunikation des Sofitel Vienna Stephansdom in Wien (AT) übernommen und zeichnet für sämtliche Kommunikationsagenden verantwortlich. Sie war zuvor über zehn Jahre als Communications Manager und Corporate Social Responsibility-Verantwortliche bei T-Systems Austria in Wien (AT) tätig.

27: **Nicole Schneider-Brennecke** (40) verantwortet ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Anwaltskanzlei Buse Heberer Fromm in Frankfurt am Main. Die ehemalige Redakteurin des wissenschaftlichen Fachmagazins "Information, Management & Consulting" leitete zuletzt seit Januar 2008 die Pressestelle des Deutschen Instituts für Interne Revision.

28: **Florian Dieckmann** (26) ist neuer Manager Politische Kommunikation und Kampagnen beim Arzneimittelhersteller Astra Zeneca in Wedel. Die Stelle unter der Leitung von Pressesprecherin **Kerstin Heinemann** wurde neu geschaffen.

Dieckmann kommt von der Kommunikationsagentur Scholz & Friends Agenda, wo er zuletzt als PR-Berater tätig war.

29: **Marc Wiefel** (40) übernimmt die Leitung von Marketing und Kommunikation International bei Constructa-Neff Vertrieb in München. Zuvor leitete er seit 2007 das Marketing von BSH Hausgeräte in der Schweiz. Wiefel folgt auf **Sonja Ehmer** (46), die das Unternehmen verlässt und zukünftig die Marketingleitung der Siemens-Electrogeräte übernimmt.

30: **Andreas Notter** (37) ist neuer Mediensprecher im Team Corporate Communications and Brand Management der Helvetia Gruppe in St. Gallen (CH). Er folgt auf **Sindy Schmiegel**, die das Unternehmen im Frühjahr verlassen hat. Notter leitete zuvor drei Jahren lang den Bereich Kommunikation von Schweizer Radio DRS

31: **Katharina Scheurer** lenkt als neue Pressesprecherin ab sofort die Bereich Corporate Communications, interne und externe Kommunikation bei dem IT-Distributionsunternehmen b.com Computer in Köln. Sie kommt von der PR-Agentur Lewis Communications, wo sie Großkunden aus dem B2B IT-Umfeld beriet.

32: **Katharina Brandt** (34) ist als Head of Publisher Services D.A.CH. bei dem Online-Werbemarktplatz adscale eingestiegen in München. Die Diplom-Betriebswirtin kommt von Vibrant Media in Hamburg, wo sie als Media Director D.A.C.H. seit 2006 die Bereiche Media und Business Development verantwortete.

33: **Vanessa Zaher** verstärkt als neue Pressesprecherin ab sofort das Team der Unternehmenskommunikation von Grundy UFA in Potsdam. In den vergangenen zweieinhalb

- Anzeige -



Im 2. Halbjahr 2011 bietet die scm im Bereich **E-Learning** ein vielfältiges Themenangebot an. Weiterbildung bequem von zu Hause oder aus dem Büro!

Unser Angebot:

Social Media für Unternehmen: 12.10. - 30.11. 2011
 Interne Kommunikation 2.0: Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation: 08.11. - 06.12. 2011
 Grundlagen d. Public Relations: 20.10. - 08.12. 2011
 Diese + alle weiteren Termine finden Sie hier online:

www.scomonline.de/veranstaltungen/e-learning

Jahren war sie als Projektleiterin für die Bereiche PR und Social Media bei piäbo medienmanagement in Berlin tätig.

34: **Christina Neuffer** (24) verstärkt als Referentin die Abteilung Unternehmenskommunikation der Kaufhauskette Karstadt in Essen. Zuvor war die studierte Journalistin für die Finanznachrichtenagentur dpa-AFX.

35: **Manfred Poschenrieder** (41), bisher Leiter der Kommunikation BMW Group Mittel-Ost Europäische Märkte (EU), übernimmt am 1. September die Kommunikation für Husqvarna Motorcycles innerhalb der BMW Group in München.

VEREINE, VERBÄNDE, INSTITUTE, NGOs:

36: **Thomas Woitsch** (31) ist neuer Pressesprecher des Auto-, Motor- und Radfahrerbund Österreichs (ARBÖ) in Wien (AT). Er folgt auf **Lydia Ninz**, die seit 1. Juli neue Generalsekretärin des ARBÖ ist. Der geprüfte

Datenverarbeitungskaufmann Woitsch kam im Juli 2001 in den Informationsdienst des ARBÖ. Neue stellvertretende Leiterin der Abteilung Presse und Öffentlichkeitsarbeit ist **Sieglinde Rernböck** (48). Sie ist seit 17 Jahren beim ARBÖ und war bisher als Assistentin der Presse und Öffentlichkeitsarbeit tätig.

37: **Marco Lippert** (32) ist neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der FOM Hochschule für Ökonomie und Management mit Hauptsitz in Essen und verantwortet die Pressearbeit und Social Media Aktivitäten aller Einrichtungen der gemeinnützigen Stiftung BildungsCentrum der Wirtschaft (BCW). Er kommt vom Düsseldorfer Henkel-Konzern, wo er als Leiter Corporate PR Germany tätig war.

38: **Christian Bruch** (38) erweitert die Geschäftsführung beim Gesamtverband Dämmstoffindustrie (GDI), seine Hauptaufgaben liegen im Bereich politischer Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes. Zuvor war der Jurist und zugelassene Anwalt als Rechts- und Energiereferent des Bundesverbandes Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen (BFW) tätig.

39: **Frank Muscheid** verlässt nach zwei Jahren Presse- und Medienarbeit am Standort Lingen die Hochschule Osnabrück, um zukünftig als freier Texter und Online-Redakteur zu arbeiten. Nachfolgerin als Ansprechpartnerin für die Presse- und Medienarbeit der neuen Fakultät Management, Kultur und Technik der Hochschule Osnabrück ist **Isabelle Diekmann**.

40: **Verena Kügel** ist neue Verbandsreferentin beim Bundesverband Industrie Kommunikation (bvik) in Landsberg. Die studierte Germanistin bringt Erfahrung in den Bereichen Event-Management, Redaktion und PR mit.

POLITIK UND BEHÖRDEN:

41: **Peter Fischer-Bollin** (44) übernimmt am 1. August die Leitung der Abteilung Politik, Kommunikation und Veranstaltungen der nordrhein-westfälischen CDU in Düsseldorf. Zuvor war er seit 1996 für die Konrad-Adenauer-Stiftung tätig. **Julika Lendvai** (28) wird am 1. August Pressesprecherin der NRW-CDU. Die ehemalige "Welt"-Journalistin arbeitet seit 2008 in der Presseabteilung der CDU Nordrhein-Westfalen. Beide folgen auf **Matthias Heidmeier** (35), der am 1. September Pressesprecher des Unternehmerverbands in Duisburg wird. Er war seit 2003 für die CDU-NRW tätig, derzeit zugleich als Pressesprecher und Abteilungsleiter Politik, Kommunikation und Veranstaltungen.

42: **Andrea Müller** (56) und **Sebastian Hueber** (39) verstärken die Kommunikation des Eidgenössischen Nuklearsicherheitsinspektorat (ENSI) in Brugg (CH). Müller ist ab 1. August vollzeitlich Public-Affairs-Beauftragter und Kommunikationsberater des ENSI-Direktors Hans Wanner und des ENSI-Rats, zuvor übte er diese Position in Teilzeit aus. Hueber wird Mitte Oktober Mediensprecher und Leiter der neu zu schaffenden Sektion Kommunikation des ENSI, er war bisher Informationschef des Eidgenössischen Departements für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport (VBS).

43: **Christina Stücheli** (42) wird neue Informationsbeauftragte des Rates der Stadt Zürich (CH). Sie tritt damit die Nachfolge von **Daniela Sgier** als Leiterin Kommunikation Stadtkanzlei und Informationsbeauftragte an. Stücheli ist seit Ende 2001 als Leiterin Kommunikation des Sozialdepartements bei der Stadt Zürich (CH) tätig.

44: **Michael Pluschke** (50) verstärkt ab 1. November als Sprecher der Stadtverwaltung die Pressestelle der Stadt Viersen. Er ist ausgebildeter

Redakteur und volonteerte bei der Westdeutschen Zeitung, zuletzt war er 20 Jahre Sprecher der Stadt Willich.

45: **Barbara Reinwein** (38) übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit beim Magistrat MA 45 Wiener Gewässer der Stadt Wien (AT). Zuvor war sie in der Öffentlichkeitsarbeit beim Magistrat MA 55 Bürgerdienst Wien tätig.

Etats

Element C gewinnt PR-Etat von PayPal Deutschland

Die auf PR und Design spezialisierte Agentur Element C hat den PR-Etat des E-Payment-Dienstleisters PayPal Deutschland mit Sitz in München gewonnen. Die Agentur zeichnet seit Juli für die On- und Offline-PR verantwortlich und übernimmt die Aufgaben der externen Pressestelle für das Unternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausschreibung: EZB vergibt Kommunikationsetat für neue Euro-Banknoten und -Münzen

Die Europäische Zentralbank (EZB) in Frankfurt am Main sucht derzeit mit einer europaweiten Ausschreibung Agenturen, die eine gross angelegte Informationskampagne gestalten sollen. Die Kampagne soll die Bürger der Euro-Zone mit einer neuen Banknoten-Serie vertraut machen. Das Auswahlverfahren für die Agentur und die Entwicklung der Kampagne sollen im kommenden Jahr abgeschlossen sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tourism Australia vertraut weiter auf Faktor 3

Nach einem zweistufigen Pitch vergibt Tourism Australia die PR-Arbeit für den deutschsprachigen Markt erneut an die Hamburger Kommunikationsagentur Faktor 3 (GPRA). Kunde und Agentur haben in den vergangenen drei Jahren bereits erfolgreich zusammen gearbeitet. Ein Schwerpunkt der Kommunikation wird weiterhin die globale Kommunikation unter dem Motto "There's nothing like Australia" darstellen. Tourism Australia will zukünftig reichweitenstarke PR immer mehr mit interaktionsorientierten Social Media-Aspekten kombinieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (22) (29.+30.KW-2011)

01: Xella Gruppe, Duisburg
was: *Nachhaltigkeitsbericht 2011*
an: **Kirchhoff Consult**, Hamburg

02: Heidelberger Payment Heidelpay, Heidelberg
was: *Kommunikationsmaßnahmen*
an: **Möller Horcher Public Relations** (GPRA), Offenbach

03: NP4, Darmstadt
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*
an: **PR Solutions by Melanie Schacker**, Frankfurt am Main

04: Coty Germany, Mainz
was: *Pressearbeit für Chloé Fragrances*
an: **haeberlein & mauerer agentur für public relations**, München

05: Hasbro Deutschland, Dreieich
was: *Social Media-Etat für "Monopoly"*
an: **Jeschenko MedienAgentur**, Köln

06: Bundeszentrale für politische Bildung, Berlin
was: *Relaunch des Magazins "drehscheibe"*
an: **Agentur Raufeld Medien**, Berlin

07: Wimdu.de, Berlin
was: *Öffentlichkeitsarbeit im B2C-Bereich*
an: **Wilde & Partner Public Relations**, München

08: Segafredo Zanetti Deutschland, München
was: *Kommunikationsetat für Deutschland*
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München

09: Robert Bosch Hausgeräte, München
was: *Gewinnspiel auf der Bosch Facebook-Seite*
an: **straight, agentur für kommunikation**, München

10: Schloss Hasenwinkel (TdW)
Hotelbetriebsgesellschaft, Hasenwinkel
was: *Imagefilm für Tagungshotel der Wirtschaft*
an: **Eyecansee**, Hamburg

11: Unilever, Hamburg
was: *Öffentlichkeitsarbeit für die Marke Pfanni*
an: **ad publica Public Relations**, Hamburg

12: Centrosolar, Hamburg/Paderborn
was: *Unternehmens- und Produktkommunikation*
an: **Ludwig und Team**, Hamburg

13: Sparxent Europe, München
was: *Kommunikation im deutschsprachigen Raum*
an: **Dr. Haffa & Partner**, München

14: Oknoplast Deutschland, Ibbenbüren
was: *Markenaufbau und der PR-Arbeit für "Konzept-Fenster"*
an: **dako pr**, Leverkusen

15: Haufe-Lexware, Freiburg
was: *Pressearbeit für die Markteinführung von*

Haufe Talent Management in Deutschland
an: **Maisberger**, München

16: Wirtschaftsförderungsgesellschaft Wolfsburg
was: *PR-Etat des Entwicklungskonzeptes "Gemeinsam gestalten – ErlebnisRegion 2020"*
an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg

17: CW Innovative-Tex, Solingen
was: *Markenaufbau für "Molon Labe" durch systematische Öffentlichkeitsarbeit mit Schwerpunkt Social Media*
an: **Ziegs Kuchel Müller Communication Service**, Köln

18: Hamburg Airways, Hamburg
was: *klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, gesamte Marketingkommunikation, Entwicklung eines neuen Online-Auftrittes*
an: **Medienbüro am Reichstag**, Berlin

19: Holy, Metzingen
was: *Programmkonzept, Pressearbeit und Online-Kommunikation für die Premiere der Veranstaltung Fashion & Music 2011 in der Outlecity Metzingen*
an: **red onion**, Berlin

20: Gemeinnützige Hertie-Stiftung, Frankfurt am Main.
was: *Web-Launch und kontinuierliche Kommunikation im Bereich klassischer PR sowie Online- und Social-Media-Kommunikation für das deutschsprachige Webportal zum Thema "Gehirn"*
an: **Storymaker**, Tübingen

21: Seccua Deutschland, Steingaden
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*

22: deutsche golf online (dgo), München
was: *Projektkommunikation für die Implementierung verschiedener Online-Services von dgo im Ausland*
an: **Grüne Welle Kommunikation**, München

Branche

Wir brauchen eine gesellschaftsweit geltende Kommunikationsethik

Interview mit Achim Baum zu Chancen und Risiken des Web 2.0. Baum ist am Institut für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück Professor für den Bereich Public Relations und Journalismus. Er betreut die Studierenden in den Praxisphasen und ist verantwortlich für die Deklaration Praktikum. Eine Vita und eine Liste seiner Publikationen finden Sie [hier](#).

Das Interview wurde dem PR-Journal zur Verfügung gestellt von Frank Muscheid, Presse- und Medienarbeit der Hochschule Osnabrück in Lingen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Rat mahnt die Agentur BKP und deren Lobbyinitiative NTSA

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) mahnt nach eingehender Prüfung die Agentur Bohnen Kallmorgen & Partner (BKP) und die von ihr gegründete Non-Toxic Solar Alliance e.V. (NTSA). Der DRPR stellt fest, dass bei der Außendarstellung von NTSA ein Fall fehlender Absendertransparenz vorliegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (11) (29.+30.KW-2011)

01: **Hering Schuppener Consulting führt im ersten Halbjahr 2011 die M&A-Rankings von mergermarket an** und belegt erneut Platz 1 in Deutschland - sowohl nach Anzahl als auch nach Volumen der Transaktionen. Im Zeitraum vom

01. Januar bis zum 30. Juni begleitete die Strategieberatung für Kommunikation 15 Fusionen und Übernahmen mit einem Gesamtvolumen von rund 69,2 Milliarden Euro. Auch im internationalen Vergleich zählt Hering Schuppener in Düsseldorf und Frankfurt am Main mit seinem globalen Netzwerk AMO zu den führenden Kommunikationsberatungen. Mit insgesamt 37 Büros in 27 Ländern begleitete AMO im ersten Halbjahr 2011 weltweit über 100 M&A-Transaktionen. Hering Schuppener führt bereits seit sieben Jahren in Folge die deutschen M&A-Rankings von mergermarket an.

02: **Die Leipziger Agentur 4iMedia hat ihre Markenstrategie gestrafft**, das Geschäftsfeld der Agenturgruppe ist nicht mehr in acht leistungsbezogene Geschäftsbereiche unterteilt, sondern es gibt eine duale Ausrichtung. Im Zuge dieser Entwicklungen werden die ehemaligen Bereiche Corporate Publishing, Public & Media Relations, Strategie & Beratung, Journalistenbüro, SEO Professionals, Innovation Lab sowie der Online-Bereich jam&chips als auch das Foto- und WebTV-Studio gemeinsam unter der bestehenden Dachmarke 4iMedia Agenturgruppe zusammengeführt. Fortan erfolgt die Trennung der Geschäftsfelder nach den Zielgruppenbereichen "Mittelständische Unternehmen & Industrie" und "Öffentliche Einrichtungen & Institutionen". In diesem Zusammenhang wird auch die Geschäftsstelle Berlin/Brandenburg in das Stammhaus der Agenturgruppe in Leipzig integriert.

03: **BMW und die Deutsche Bank haben bei Wirtschaftsjournalisten das beste Image** für gute und professionell gemachte Pressearbeit unter 40 Großunternehmen. Dies belegt die Umfrage 2011 des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doebelin, Heroldsberg bei 259 Wirtschaftsjournalisten. Das Institut erfasst seit mehr als 20 Jahren die Qualität der Wirtschaftskommunikation wichtiger Pressestellen. Während BMW den ersten Rang

vom Vorjahr in 2011 bestätigt, kann die Deutsche Bank sich von Rang 3 in 2010 auf den gemeinsamen Spitzenplatz mit BMW nach oben schieben. Unmittelbar hinter den beiden Spitzenreitern platzieren sich gleichauf die Allianz (stark verbessert gegenüber dem Vorjahr) und Volkswagen. Daimler folgt auf Rang 5. Die Agentur fischerAppelt (GPRA) in Hamburg wurde zum vierten Mal in Folge zur Agentur mit der besten Pressearbeit gewählt. → [wp-online.de](#)

04: Der Bedarf nach Fachkräften wächst. Das bietet Existenzgründern Chancen, wie Karl Niemann vom Gründungsservice der Osnabrücker Hochschulen findet. Er begleitet Existenzgründungen aus Universität und Hochschule Osnabrück heraus. **Für die Kommunikationswirtinnen Angela Neumann und Andrea Kolf ist die Fachkraft-Suche selbst die Geschäftsidee:** Sie haben sich mit dem Diplom des Instituts für Kommunikationsmanagement der Hochschule Osnabrück im Jahr 2008 in Lingen selbstständig gemacht und beraten unter anderem Unternehmen im Employer Branding dabei, für Fachkräfte attraktiv zu sein. Angesichts demografischen Wandels und steigenden Fachkräftebedarfs ist sich Neumann sicher: Unternehmen müssen sich künftig bei Fachkräften bewerben.

05: Die Stuttgarter PR- und Eventagentur Ansel & Möllers feierte 15 Jahre Bestehen am Markt mit einer ungewöhnlichen Aktion. Die gesamte 20-köpfige Belegschaft trat vor der Feier zu einem Corporate Volunteering-Einsatz an. Auf dem benachbarten Stadtteilbauernhof in Bad Cannstatt haben die PR-Profis für den guten Zweck eine Überdachung gebaut und am Hof verschiedene Renovierungsarbeiten übernommen. Die Agentur, die von der Fachzeitschrift "Werben & Verkaufen" als besonders familienfreundlich ausgezeichnet

wurde, betreut Kunden aus der Baubranche. Die Kunden Metabo und Heco-Schrauben unterstützten den ehrenamtlichen Einsatz ihrer Agentur mit dem Gratisverleih von Maschinen und Materialsponsoring.

06: Möller Horcher Public Relations (GPRA) in Offenbach am Main gehört ab sofort auch zum internationalen PR-Netzwerk ION.

Gegründet wurde das Ion Netzwerk 2008 von der Londoner Agentur Rocket. Rocket ist Teil der britischen Octopus Group. Mittlerweile gehören 44 unabhängige Agenturen mit mehr als 355 PR-Profis zu ION.

07: Unter der Geschäftsführung von Andreas Hofmann, ehemals Geschäftsleitung bei AZ Bertelsmann, gründet der audio media verlag in München die adOne media und bietet seinen Kunden alle Disziplinen der digitalen Kommunikation aus einer Hand. Zum Leistungsportfolio der Fullservice-Agentur zählen u. a. Social Media-, Online- und Mobile-Kampagnen, E- und Social-Commerce, Kreation, Media, SEM und Consulting. Zusammen mit der audio media-Schwesteragentur extra pr + marketing deckt adOne media somit den kompletten Marketing-Mix ab.

08: Anlässlich des zehnjährigen Firmenjubiläums hat die Bad Homburger Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit max.PR die Fotoaktion "Give me 10" initiiert:

Gesucht werden witzige und skurrile Fotos rund um die Zahl Zehn mit Bezug auf das Thema Reisen. Die originellsten werden auf [www.max-pr.eu](#) sowie in Facebook und Twitter veröffentlicht. Unter allen Einsendungen verlost die auf Hotellerie und Tourismus spezialisierte Agentur im November 2011 attraktive Preise wie Hotel-, Restaurant- oder Reisegutscheine. Mehr unter [max-pr.eu](#)

09: Zum 15-jährigen Bestehen erhält die inhabergeführte Bergisch Gladbacher PR-

Agentur eine modernisierte Internetpräsenz mit neuem Logo und einen neuen Namen: Agentur Strothmann, der neue Name soll die beiden Geschäftsbereiche Public Relations und Events repräsentieren. Die Agentur wurde 1996 von Elke Strothmann gegründet und bietet von der Pressemeldung über Messe-PR bis zum Ghostwriting ihren Kunden die Möglichkeit, die Öffentlichkeitsarbeit in professionelle Hände zu geben.

10: Die Dresdener Kommunikationsagentur "Faber & Moldenhauer" firmiert ab 1. August unter dem neuen Namen "Faber & Marke". Im gleichen Zuge trennen sich die bisherigen Agenturinhaber Claus Christoph Faber und Jens Moldenhauer nach acht Jahren Zusammenarbeit. Seit Ende Juni hat die Agentur neue Räume in Dresden-Strehlen bezogen. Faber & Marke führt zugleich die Tradition von Rost & Partner, Dresden fort, 2009 wurde diese Agenturformation erworben.

11: Die öffentliche *Pitch-Absage in einem Youtube-Video* durch den Chef der Hamburger Kommunikationsagentur **Achtung, Mirko Kaminski, hat in der vergangenen Woche in der Branche für erheblichen Wirbel gesorgt.** John Sealey von der internationalen Pitch-Beratung The Observatory spricht im Interview mit W&V Online über die internationalen Pitch-Gepflogenheiten und darüber, woran es bei Wettbewerbs-Ausschreibungen am meisten hapert. → wuv.de . [Kaminski-Video 1](#) . [Kaminski-Video 2](#)

Reputation Management + CSR

Symbiose mit Folgen: CSR und Reputation Management

(cw) Wer Corporate Social Responsibility noch als reine Imagepflege betrachtet, ist längst out. Stakeholder und allen voran NGO's schauen genau hin und wollen es genau wissen: Wie ernst ist das CSR-Engagement eines Unternehmens gemeint? Konzerne, die ihr gesellschaftliches Engagement auf ein Mindestmaß reduzieren verschenken eine wichtige Reputation-Chance. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Best Case: McDonald's oder der Zankapfel der Reputation

(cw) Die einen schwören drauf, den anderen gehen die Argumente nicht aus, warum Fastfood und überhaupt McDonald's eine ziemlich ungesunde und unverantwortliche Sache sei. Defacto steht McDoland's für ein Unternehmen, das immer wieder in erstaunlicher Weise zeigt, wie das Unternehmen geschickt Reputationsrisiken präventiv begegnet beziehungsweise professionell managed. Eine vorstandsnahe Kommunikationsabteilung, eine transparente Unternehmensstrategie, Dialogbereitschaft sind dabei nur einige der Faktoren, die den Burgerbauer zur ersten Wahl nicht nur bei Fast-Food-Gästen macht, sondern sich dem dauerhaften Vertrauen von Investoren erfreut. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schattenseiten der digitalen Reputation

(cw) Persönliche Kontaktdaten und fremde Kommentare im Internet liegen vielen Nutzern schwer im Magen. Vor allem Geschäfts- und Karriereschädigende Inhalte möchten die meisten gelöscht haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationale PR

Großbritannien: Londoner Polizei kündigt Ermittlungen gegen eigenen PR-Chef an

Die Londoner Polizei hat eine interne Überwachungsinstanz mit Ermittlungen gegen eine weitere Person aus den eigenen Reihen beauftragt. Die Unabhängige Beschwerdekommission werde die Rolle des Leiters der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit, Dick Fedorcio, bei der Anstellung eines früheren Mitarbeiters der Zeitung "News of the World" als Berater der Scotland Yard untersuchen, hiess es am Dienstag. Im Zusammenhang mit dem Abhörskandal um das Medienunternehmen News Corp. sollte Fedorcio am Dienstag auch bei einer Anhörung vor dem britischen Parlament erscheinen. → [nzz.ch](#)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Südafrika: Weber Shandwick ernennt Jill Hamilton zum ersten Regional Director in Afrika

Die Kommunikationsagentur Weber Shandwick ernennt Jill Hamilton zum ersten Regional Director in Afrika. Von Johannesburg aus wird Hamilton das Agenturgeschäft in Afrika vorantreiben. Zu ihren Aufgaben gehört neben der Stärkung multinationaler Kundenbeziehungen auch der Ausbau des Agenturnetzwerks. Hamilton berichtet an Colin Byrne, CEO von Weber Shandwick in EMEA, und ist Mitglied des EMEA Management Teams. Seit vielen Jahren unterhält Weber Shandwick Kundenbeziehungen in Afrika. Mit ihrem Netzwerk an Partnern und Affiliates ist die Agentur in Großteilen des Kontinents vertreten. Zu den Standorten zählen unter anderem Nigeria, Kenia, Senegal und Südafrika.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Großbritannien: Hotwire erweitert globales Netzwerk

Die internationale PR-Agentur Hotwire baut ihr globales Netzwerk mit neuen Partnerschaften aus. Die Agenturen Active PR (Mittlerer Osten), East Side Consulting (Osteuropa), Influencer PR (China), Northern Link (Nordeuropa), Rice Communications (Südostasien) und Six Degrees PR (Indien) ergänzen zukünftig das Hotwire-Netzwerk. Andy West, neuer Group Managing Director für Global Client Development bei Hotwire, leitet die neue Initiative. Unter seiner Leitung wird das Netzwerk über die bisher existierenden globalen Beziehungen hinaus erweitert. In seiner neuen Funktion stärkt er vom Standort London (GB) aus den Hotwire-Kundensupport auch über Ländergrenzen hinweg und unterstützt die Kunden in der globalen Kommunikation.

Social Media + Web 2.0

Netzökonom: Google+ ist erst der Anfang

Google+ wird der erste große Erfolg des neuen Google-Vorstandschefs Larry Page. 20 Millionen Nutzer - davon rund 700.000 in Deutschland - hat das neue Google-Netzwerk in nur wenigen Wochen gewonnen und ist damit weit schneller populär geworden als Facebook oder Twitter. „Eric Schmidt hat Google+ gestartet, aber erst Larry Page hat dem Projekt wirklich Priorität gegeben“, schob Vic Gundotra, als Vizepräsident für das Thema „Social“ zuständig, die Lorbeeren dafür brav seinem neuen Chef zu. *Den Artikel von Holger Schmidt am 26. Juli in seinem FAZ-Blog "Netzökonom" [hier online weiterlesen](#).*

Ausschnitt gründet Produktabteilung Social Media Evaluation

Das Berliner Medienbeobachtungsunternehmen Ausschnitt bündelt die Kompetenzen und das Wissen zu den Themen Social Media Monitoring und Analyse in einer eigenen Produktabteilung. Das Berliner Unternehmen reagiert damit auf die raschen und weitreichenden Veränderungen am Medienmarkt. Andreas Westermann, Geschäftsführer: "Social Media gewinnen weiter an Bedeutung und gehören schon jetzt zum Kommunikationsalltag von Unternehmen, Institutionen und Agenturen. Umso wichtiger ist es, dass wir unseren Kunden das geballte Know-How im Bereich Social Media bieten und mit unseren Produkten und Dienstleistungen direkt an ihren Kommunikationsentscheidungen beteiligt sind." *[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

Social Media compact (9) (29.+30.KW-2011)

01: **Am 20. Juli startete die Webseite [Lebensmittelklarheit.de](#)**, entwickelt von den Verbraucherzentralen des Bundes (VZBV) und Hessens. Im Kern geht es um die Kennzeichnung von Lebensmitteln. Außerdem ist die Rede davon, Verbrauchern zu helfen, die sich "durch die Aufmachung von Produkten oder die Werbung dafür getäuscht fühlen". Da geht die Verwirrung, die der mutmaßliche Online-Pranger für Firmen bedeutet, schon los: Den Ausdruck "Getäuscht fühlen" halten die Vertreter von Verbänden und Unternehmen für eine fragwürdige Phrase. "Das ist ein kritischer Begriff", findet Joachim Schütz, der Geschäftsführer der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM). → [wuv.de](#) Weitere Infos [hier bei manager-magazin.de](#).

02: Die Agentur für Social Media & Public Relations **conpublica bietet ab sofort einen softwareunterstützten Twitter-Follower Aufbauservice für Unternehmen**. Dabei übernimmt ein intelligenter Software-Algorithmus namens Twit-o-lizer das zeitaufwendige Analysieren und Recherchieren thematisch passender Twitter-Nutzer einer bestimmten Sprache auf Basis der offen zugänglichen Profilinformationen und bereits veröffentlichter Tweets. In regelmäßigen HTML-Reports werden die zielgruppengenauen Twitter-Nutzer vorgeschlagen und vom Twitter-Experten und Agenturinhaber Frank Bärmann geprüft. Anschließend übernimmt die Agentur auf Wunsch auch das Folgen für den Kunden. → [conpublica.de](#)

03: **Mehr Werbegeld für Blogs?** Mehrere Hunderttausend Blogger bestücken das Web täglich mit Inhalten zu den unterschiedlichsten Themen und investieren dabei viel Herzblut und Zeit. Nur wenige dieser Überzeugungstäter

bestreiten allerdings ihren Lebensunterhalt damit. Dabei sind die Möglichkeiten der Refinanzierung, insbesondere bei Spezialthemen, noch lange nicht ausgeschöpft. (...) Sascha Pallenberg ist einer der wenigen, der vom Bloggen leben kann. Gemeinsam mit einer Handvoll Mitstreiter bestückt er das Techblog Netbooknews.de von Taiwan aus mit Nachrichten und Testberichten und erzielt damit nach eigenen Angaben monatlich Einnahmen im fünfstelligen Bereich. → adzine.de

04: Die Deutschen finden zunehmend Gefallen an der Nutzung des mobilen Internets. Laut dem Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Umfrage vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) und dem Marktforschungsinstitut YouGov Deutschland reizt über 33 Prozent der Bundesbürger der Wunsch, unterwegs von überall aus im Internet zu surfen. Das Interesse der Bevölkerung am mobilen Internet wächst stetig. Diese Entwicklung entspricht einem Wachstum von zwölf Prozentpunkten gegenüber der ersten Erhebung aus dem Jahr 2008. In der Umfrage wurden 1.142 Bundesbürger ab 16 Jahren am 05. und 06. Juni 2011 befragt. → bvdw.org

05: Facebook-Nutzer sind unzufrieden mit dem Social Network: Zu diesem Ergebnis kommt der jährliche E-Business-Report des "American Customer Satisfaction Index" (ACSI). Noch schlechter als Facebook schneiden nur einige Fluglinien, Kabel-TV-Anbieter und Energie-Unternehmen ab. Gerade einmal 66 von 100 Punkten kann Facebook auf der Zufriedenheits-Skala für sich verbuchen. Das sind zwar immerhin zwei Punkte mehr als im Vorjahr, im Vergleich mit anderen Social-Media-Seiten sieht es aber nach wie vor düster aus: Mit 66 Punkten landet Facebook auf dem letzten Platz. → chip.de

06: Die Agenturgruppe Press'n'Relations hat ihr Dienstleistungsangebot um Services im Bereich Web 2.0 und Social Media ausgeweitet. Für das Internet optimierte Texte sind seit Jahren fester Bestandteil der Agentur-Arbeit. Jetzt hat sich jedoch auch das sogenannte Mitmach-Web so weit etabliert, dass die mittelständischen Unternehmen vom Engagement in diesem Bereich profitieren kann, so Geschäftsführer Uwe Pagel. Die Ulmer Agentur bietet daher ab sofort die Beratung und Konzeption entsprechender Strategien sowie Unterstützung bei der praktischen Umsetzung an. → press-n-relations.de

07: Mittlerweile nutzen 30 Prozent der Gesamtbevölkerung in Deutschland die sozialen Medien. Dies ergab eine repräsentative Grundlagenstudie der Berliner Strategieagentur different unter 1.613 Social Media Usern. Auch das Markenbewusstsein unter den Social Media Nutzern ist ähnlich verbreitet wie bei Nutzern anderer Medien. Offenbar wollen aber nur wenige Menschen im Social Media direkt mit Marken kommunizieren: Nur 16 % aller intensiven Nutzer von Social Media haben eine hohe Interaktionsbereitschaft mit Marken. → different.de

08: Gunnar Bender, Leiter Unternehmenskommunikation & Politik bei E-Plus, ist selbst bei Twitter, Facebook und Google+ aktiv. Als Pflichtprogramm für Pressechefs betrachtet er diese Kanäle dennoch nicht. Ein Kommunikationschef, so Bender im [Interview mit horizont.net](http://interview.mit-horizont.net), sollte diese Kanäle aber zumindest „intensiv beobachten“. Dabei dürfe nicht die Technologie im Vordergrund stehen, sondern das Verständnis für neue Kulturtechniken. Und von denen kann die Kommunikation erheblich profitieren.

09: Soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter und Co. sind aus der heutigen Medienlandschaften

kaum noch wegzudenken. So verwundert es nicht, dass diese Plattformen auch von Unternehmen genutzt werden, um Marketing zu betreiben. **Doch wann bewegen sich diese Unternehmen mit dem so genannten Social Media Marketing im rechtlich zulässigen Bereich?** Die Rechtsanwälte von Jurawerk haben sich die wichtigsten Funktionen für Websites genauer angeschaut. → openpr.de

SocialMediaAnalyse

Die Nachrichtenlage im Social Web: Formel 1

Die schnelle Formel 1 kommt im Web 2.0 nur langsam in Gang. Die meisten Fahrer haben ihre private Nutzung der Social Media professionalisiert und profitieren von ihrer steigenden Reichweite. Timo Glock hat sich als Marke platziert (<http://bit.ly/hiJOCf>), Nico Rosberg verwendete sie kürzlich auch erfolgreich, um eine viel zitierte falsche Darstellung seiner Ansichten über Frauen-Fußball richtig zu stellen (<http://bit.ly/q3Znwm>). Williams-Geschäftsführer Adam Parr forderte Mitte Juni beim FOTA Fan Forum in Montreal, dass die Formel 1 auf die veränderte mediale Landschaft reagieren und mehr auf die Social Media Kanäle setzen müsse (<http://bit.ly/m0PFI>). Dabei geht es ihm nicht nur um Kommunikation und Inhalte, sondern auch um die ökonomischen Dimension. Wie viele TV-Spots eines Clio ist es wert, wenn Barrichello seinen mehr als einer Millionen Followern etwas Positives über Renault twittert? Bernie Ecclestones Verweis auf Lizenzprobleme mit den TV-Sendern wird hier als Ablehnungsgrund neuer Kanäle auf Dauer nicht ausreichen. Die 35. Nachrichten-Übersicht (29.+30.KW-2011) des Serviceangebots "SocialMediaAnalyse" des

PR-Journals (powered by altares Mediamonitoring, Düsseldorf) [hier als PDF herunterladen](#).

Medien

ag.ma: Zeitschriftenreichweiten bei Jugendlichen auf ähnlichem Niveau wie bei Erwachsenen

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) hat die Reichweiten der ma 2011 Pressemedien II veröffentlicht: Die Zeitschriftennutzung bleibt weitgehend stabil: Bei der Betrachtung der Einzeltitel halten sich Gewinner und Verlierer fast die Waage. Von den 171 ausgewiesenen Zeitschriften, Wochenzeitungen und Supplements verlieren 83 an Reichweite 86 Titel steigern ihr Reichweiteniveau oder halten es. Bei zwei Titeln, "myself" und "Wunderwelt Wissen", die in der ma 2011 Pressemedien II erstmals ausgewiesen werden, fehlt naturgemäß der Vergleich zur letzten Erhebung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (2) (29.+30.KW-2011)

01: In den Zeitschriftenmarkt kommt wieder Bewegung. Seit dem Ende der Anzeigenkrise haben sich viele Verlage wieder mit Neuentwicklungen aus der Deckung gewagt. Vor allem im Segment der Frauen- und Elternzeitschriften gab es in den vergangenen Monaten eine ganze Reihe vielversprechender Neustarts. Bei den Frauenzeitschriften scheint es einen Trend weg von oberflächlichen Promi-News hin zu Ästhetik und Lebensgefühl zu geben, was besonders die Wohlfühlmagazine "Sensa" und "Happinez" zeigen. Mit "Grazia" kann Klambt mit einem fast klassischen Mix aus Mode und People

am Kiosk punkten. horizont.net stellt die wichtigsten zehn Neulinge der vergangenen zwei Jahre und ihr Potenzial vor. → horizont.net

02: "Die Zeit", die "Süddeutsche Zeitung" (SZ) und die "Frankfurter Allgemeine Zeitung" (FAZ) bieten unter den deutschen Zeitungen **die beste journalistische Qualität**. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen wissenschaftlichen Expertenbefragung des Medienökonoms Christian M. Wellbrock (Universität Hamburg). Die Resultate des Qualitätsrankings werden in der aktuellen Ausgabe der Fachzeitschrift "MedienWirtschaft. Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie" erstmals vorgestellt. → new-business.de

Services + Tipps

Karriere: Kooperation kontra Konkurrenz

Eine soziologische Studie der TU Berlin untersucht die Karrierespielregeln in der neuen Arbeitswelt der Wissensökonomie. Frauen und Männer entwickeln unterschiedliche Strategien Sie machen alles richtig. Dennoch führen die Karrierestrategien der Frauen sie nicht an die Spitze der Unternehmen. Vielmehr wird die moderne Arbeitswelt für sie zur "Falle". So der Befund einer Studie von Soziologen der TU Berlin, in der erstmals in Deutschland die Karriereanforderungen in der neu strukturierten Arbeitswelt der Wissensökonomie für Frauen und Männer beschrieben werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bundeskabinett: bessere Informationen für Verbraucher

Bundesverbraucherministerin Ilse Aigner (CSU) hat den vom Bundeskabinett heute verabschiedeten Entwurf zur Novellierung des Verbraucherinformationsgesetzes (VIG) als "wichtigen Schritt zu mehr Transparenz für die Bürger und zur Verbesserung der Informationskultur von Behörden" bezeichnet. Die Novellierung ist auch Teil des Aktionsplans, mit dem die Konsequenzen aus dem Dioxinskandal gezogen werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Service compact (4) (29.+30.KW-2011)

01: Mehr als jede dritte befragte Person in Deutschland geht bei der Jobsuche online.

Dabei suchen 23 Prozent Social Media Seiten auf, wie Facebook, LinkedIn oder Twitter, um offene Job- oder Promotionsstellen zu finden. Den aktuellen Umfrageergebnissen des Global Workforce Index von Kelly Services zufolge, wächst zugleich die Ungewissheit über den potenziellen Karriereschaden, der durch persönliche Inhalte auf Seiten Sozialer Netzwerke entstehen kann. Die Studie zeigt, dass 39 Prozent der befragten Personen ihre kürzlich erworbene Position aufgrund einer Online-Stellenanzeige gefunden haben. Die Personalvermittlungsagentur wurde mit 16 Prozent als Bezugsquelle genutzt, gefolgt von persönlichen Empfehlungen (12 %), Direktansprache durch den Arbeitgeber (10 %), Print-Anzeigen (7 %) und Social Media Seiten (1 %). → kellyservices.com

02: An den deutschen Autoherstellern führt in Sachen Employer Branding derzeit wohl kein Weg vorbei.

Auch bei den Arbeitnehmern der Kommunikationsbranche haben sie das beste Arbeitgeberimage: BMW landet auf Platz 1 im Gesamtranking der 21 Unternehmen, die 1.081 von

HorizontJobs im Mai befragte Arbeitnehmer aus der Kommunikationsbranche bewertet haben. Auf den Plätzen 2 bis 4 folgen Daimler, Audi und Volkswagen. Markenartikler, die klassischen Arbeitgeber von Kommunikationsfachleuten, finden sich dagegen nur im Mittelfeld der Rangliste wieder: Henkel und Unilever belegen den 9. und 10. Rang, Procter & Gamble (P&G) Platz 12 – ein überraschendes Ergebnis, arbeiten doch immerhin 21,3 Prozent der Befragten im Marketing. → horizont.net

03: Der aktuelle crossacademy-Leitfaden "Klinikmarketing" bietet Krankenhäusern Lösungsansätze, wie sie sich von gesichtslosen Zweckbetrieben zu sichtbaren und unterscheidungsstarken Marken im Gesundheitsmarkt entwickeln können. Die neu erschienene Broschüre soll den Blick für mögliche Schwachstellen öffnen und Anregungen für das Klinikmarketing, den Markenaufbau und eine zielgerichtete Kommunikationsarbeit geben. Sie baut auf eigenen Beratungserfahrungen auf, lässt aber auch ausgewiesene Klinik-Experten zu Wort kommen. Die Broschüre richtet sich an Führungskräfte und Kommunikationsverantwortliche in Krankenhäusern und Klinikkonzernen. Sie kann kostenlos unter klinikmarketing@crossrelations.de bestellt werden.

04: Die teure Mediens Schulung von Sachsens Regierungssprecher Johann-Adolf Cohausz wird derzeit heiß diskutiert. Das daraus resultierende Bild von der Branche wird dabei schnell ins Negative gerückt. Generell aber ist Medientraining eine kommunikative Notwendigkeit und kein Luxusgut. Die Zeiten, in denen Medientrainings ein Luxus und nur für Großunternehmen angebracht und bezahlbar waren, sind vorbei. Heute haben jedes Unternehmen und jeder Verband die Möglichkeit,

sich auf einen Auftritt in und mit den Medien professionell vorzubereiten. Der Bundesverband der Medientrainer in Deutschland (BMTD) leistet bei der Suche nach Medientrainern kompetente Beratung und Unterstützung.

Termine + Tagungen

Termine compact (5) (29.+30.KW-2010)

01: Greenpeace ist eine starke Marke im NGO-Bereich, der viele Menschen vertrauen. Die Umweltorganisation setzt seit vielen Jahren auf aufmerksamkeitsstarke PR. Seit einiger Zeit nutzt Greenpeace als einer der Vorreiter im NGO-Bereich gekonnt Social Media Kanäle wie Blog, Facebook und Twitter. Die Leiterinnen des DPRG-Arbeitskreises Markenkommunikation Anja Beckmann und Nadja Amireh (letztere machte selbst mehrere Jahre lang ehrenamtlich PR für Greenpeace) laden zum **Vortrag "Greenpeace: Aufmerksamkeitsstarke Kommunikation über Social Media" und Diskussion am 7. September in Hamburg** ein. Den Vortrag hält Volker Gaßner, der bei der Umweltorganisation den Bereich Presse, Recherche und Neue Medien leitet. → dprg.de

02: Das **Lac Lemman Communication Forum 2011** wird am 1. September zum Thema "Communication & Leadership" in Lausanne (CH) durchgeführt. Veranstalter sind der HarborClub und das Executive MScom Program der USI Università della Svizzera italiana. Der HarbourClub ist ein Forum für Führungskräfte, die sich in der traditionellen Verbandsstruktur der Kommunikationsbranche nicht mehr zu Hause fühlen: Leute, für welche die Bezeichnungen Pressesprecher, PR-Leiter, Sponsoring-Verantwortlicher oder Werbeleiter zu kurz greifen, weil sie eben Verantwortung für die

gesamte Kommunikation des Unternehmens tragen. → harbourclub.ch

03: Der Lehrmeister für gutes Deutsch erläutert im **"Wolf-Schneider-Sprachseminar"** des Bringmann-Instituts die Gesetze der Leichtverständlichkeit und erarbeitet im persönlichen Dialog mit den Teilnehmern Texte, die den Leser nicht loslassen bis zur letzten Zeile. Für Pressemitteilungen, Reden, Briefe, Artikel für die Mitarbeiterzeitschrift erfahren die Teilnehmer, wie sie nicht nur dem Inhalt, sondern auch dem Leser ihrer Texte gerecht werden. Termine: 15.-16. September in Hamburg, 10.-11. November in München, 01.-02. Dezember 2011 in Frankfurt am Main, 15.-16. März. 2012 in Berlin. Weitere Informationen auf der Website wolf-schneider-sprachseminar.de

04: Krisenkommunikation – Ausnahmefall oder Normalzustand? Dieser Frage gehen die Referenten der nächsten **K2-Fachtagung nach, die am 13. Oktober 2011 in Düsseldorf** stattfindet. Die school for communication and management (scm) lädt ein, mit erfahrenen Kommunikationsexperten über Strategien, Lösungskonzepte und Tools für die Krisenkommunikation und -prävention zu diskutieren. Es sprechen u.a. Holger Eichele (BMELV), Volker Heck (RWE), Susanne Marell (BASF), Martin Rücker (foodwatch), Oliver Schumacher (Deutsche Bahn) und Marco Vollmar (WWF). Weitere Informationen: → k2-gipfel.de

05: **Social Media Economy Days 2011 am 21./22. November in München:** An zwei Tagen und in 24 Sessions zeigen 30 nationale und internationale Experten praxisorientierte Einsatzmöglichkeiten, Tools und Prozesse rund um den erfolgreichen Einsatz von Social Media entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Erstmals werden am 21. November im Rahmen

einer Abendveranstaltung die Preisträger des "Best of Social Media 2011" geehrt. → socialmediaeconomy.de

Ausbildung + Seminare

DIPR legt Termine für 2012 fest

Das Deutsche Institut für Public Relations (DIPR) führt seine Grundseminare "Methodische Öffentlichkeitsarbeit" auch im Jahr 2012 in Hamburg durch. An neun Terminen vermittelt das DIPR den PR-Nachwuchskräften in zweimal achttägigen Intensivseminaren die Grundlagen des Berufsfeldes Public Relations. Dabei profitiert das Institut von über 40 Jahren Erfahrung in der PR-Aus- und Weiterbildung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ausbildung compact (5) (29.+30.KW-2011)

01: **Das PR Career Center vergibt ein Stipendium an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW)** in München. Das berufsbegleitende PR-Studium startet am 2. September, am Ende steht der anerkannte Abschluss "Public Relations-Fachwirt BAW". Zusätzlich besteht die Möglichkeit die Prüfung zum PR-Berater abzulegen. Nähere Informationen zum Studiengang finden sich unter baw-online.de. Die Bewerbung an julia.doerner@pr-career-center.com sollte den Lebenslauf, Schul- und/oder Studienzeugnisse sowie ein Motivationsschreiben enthalten. Berücksichtigt werden alle Bewerbungen, die bis zum 15. August beim PR Career Center eintreffen.

02: Die Fachhochschule des Mittelstands (FHM) in Bielefeld bietet in enger Kooperation mit der britischen University of Gloucestershire erstmalig ein berufsbegleitendes, strukturiertes **Doktorandenprogramm zum Doctor of Media & Communications (DMC)** an. Dieser ist speziell für Führungskräfte und leitende Angestellte sowie Unternehmer mit mehreren Jahren Erfahrung in der Medien- und Kommunikationsbranche konzipiert. Der DMC ist ein anwendungsorientiertes Promotionsprogramm, welches speziell für die Anforderungen Medienschaffender entwickelt wurde. → fhm-mittelstand.de

03: **Der neue Kurs "PR-Manager/-in" des Studieninstituts für Kommunikation startet am 23. September in Düsseldorf** und vermittelt PR-Grundlagen zu den Themenkomplexen "Text", "Konzeption" und "Präsentation". Ein theoretischer Schwerpunkt liegt auf den "Methoden und Instrumenten der PR". Die dreimonatige berufsbegleitende Weiterbildung zum/zur PR-Manager/in (komm) erfolgt in drei Wochenend-Seminaren sowie mit Studienheften, und richtet sich sowohl an PR-Einsteiger als auch an solche, die erste Erfahrungen gesammelt haben. Weitere Informationen unter: studieninstitut.de

04: **Facebook, Twitter und Co. sind auch für gemeinnützige Organisationen mittlerweile ein Muss.** Dieses Thema steht im Zentrum des Kompaktseminars Social Media für Non-Profit-Organisationen des Instituts burcom, München. Als Workshop angelegt werden Best-Practice-Beispiele vorgestellt und individuelle Fragen der Teilnehmer beantwortet. Das Seminar findet statt am 10. und 11. November in München. Zielgruppe sind sowohl Einsteiger in das Thema Social Media als auch Praktiker mit ersten Erfahrungen. Details und Anmeldung unter burcom.de

05: **Nichts ist so lehrreich, wie ehrliches Feedback – davon ist das com+plus-Team rund um Klaus Merten überzeugt** und hat mit der neu eingeführten Potenzialanalyse die Feedbackstruktur des Fernstudiengangs "Kommunikationsmanagement/PR" noch etwas engmaschiger geschnürt. Neben den individuellen Korrekturen der Studienaufgaben werden nun auch die Workshops mittels einer Potenzialanalyse für die Teilnehmer reflektiert. → complus-muenster.de

Karrierebarometer

Umfrage zur Jobzufriedenheit: „Mögen Sie, was Sie machen?“

Traumjob oder jobgewordener Albtraum? Was halten Ein- und Aufsteiger von ihrer Tätigkeit in der PR-Branche? Das soll das aktuelle Karrierebarometer ans Licht bringen. Unter dem Titel „Mögen Sie, was Sie machen?“ können Young PR-Professionals ihre Meinung sagen: Ob ihre Erwartungen aus dem Studium erfüllt wurden, was sie an der Branche lieben/hassen und ob Ihr Chef ein zweiter Bernd Stromberg ist.

Zum Abschluss wartet ein Gewinnspiel – zu gewinnen gibt es ein Exemplar des Buches „Corporate Communications im Web 2.0“ von Jörg Pfannenberg im Wert von 29,90 Euro. Das Karrierebarometer ist ein gemeinsamer Service von PR Career Center und "PR-Journal". [Hier geht's direkt zur Umfrage](#) per Survey Monkey.

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 60 - Dominik Schmitz: "Die Augsburgers Puppenkiste hat schon Angst"



"Das PR-Interview" wird realisiert von k1 gesellschaft für kommunikation

Interview mit Dominik Schmitz, Pressesprecher des Fußball-Bundesligisten FC Augsburg, über den Arbeitsplatz Fußball-

Bundesliga.

PR-Journal: Bitte beschreiben Sie uns das Aufgabengebiet eines Pressesprechers in einem Fußball-Bundesligaverein.

Dominik Schmitz: Ich kann hier nur für das Aufgabengebiet des FC Augsburg sprechen, das strukturell sicherlich nicht auf alle anderen Bundesligisten übertragbar ist. Wir sind ein kleiner Verein, der sich in den letzten Jahren nicht nur sportlich enorm entwickelt hat. Das macht die Arbeit vielschichtig und spannend, weil viele Aufgaben über den Tellerrand des klassischen Pressesprechers hinaus anfallen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Presidents' Corner

de'ge'pol: Online/Offline-PR – Unterschiedliche Sphären, gleiche Verantwortlichkeit



Ein Autorenbeitrag von Dominik Meier, Vorsitzender de'ge'pol - Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V., Berlin (26. Juli 2011)

Was darf Social Media? Gelten die Spielregeln der klassischen PR auch in der „neuen“ digitalen Welt? Das sind zugegeben keine neue Fragen, aber vom dem Hintergrund prominenter Verhaltensverstöße im Netz besonders aktuelle.

Wer nun in Folge von Normübertretungen nach verbesserter Regulierung ruft, handelt sich schnell den Vorwurf des Aktionismus ein. Schließlich werde es immer „schwarze Schafe“ geben. Es stimmt, keine Kodizes und Richtlinien können das verhindern. Wenn aber in kurzer Abfolge zu viele „schwarze Schafe“ in der Öffentlichkeit gesichtet werden, gerät eine ganz Branche in Erklärungszwang. Die Glaubwürdigkeitsfrage wird gestellt. Dann wird nämlich auch schnell der Populismus bemüht, dass auch die „weißen Schafe“ eigentlich nur „Wölfe im Schafspelz“ sind. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowskys Kommentar über... die Grillplatte Athena mit Europäischer Steuer-Sosse



Guten Tag! "Es ist entscheidend für Griechenlands Zukunft, Investitionen ins Land zu holen", stellte Markus Kerber, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) bei der Veranstaltung seiner Organisation "Neue Investitionsmöglichkeiten für Griechenland" am 21. Juni fest. Das hörten der griechische Minister für Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit, Michalis Chrysochoides und weitere Regierungsvertreter sicher gerne. Allerdings dürften sie wissen: wenn einige deutsche Unternehmer dem Ruf des Verbandes folgen, so dürfte das alles nur ein Tropfen auf den heißen Stein sein; denn griechische Unternehmer flüchten immer mehr aus ihrem eigenen Land, und zwar hauptsächlich nach Bulgarien.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Halbjahresbilanz: Regierungskommunikation, -spaß und -arbeit

Michael Spreng am 24. Juli in seinem Blog "Sprengsatz": Angela Merkel hat erklärt, die Arbeit mache ihr Spaß. Das ist ihr zu gönnen, wenn es auch wenig glaubhaft ist, denn der Kanzlerjob ist mörderisch und das europäische Krisenmanagement ohne jeden Spaßfaktor. Und selbst der Adrenalinkick des Erfolges stellt sich selten ein. Dennoch ist der Kanzlerin Spaß zu gönnen, besonders jetzt in ihrem Urlaub.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte + Gerichte

Gericht: Erdgewächs, sorgfältig veredelt - Crème Vichyssoise

(nsb) Sprechen wir über Antoine Augustin Parmentier (1737 – 1813): Dieser Pariser Apotheker bewarb sich 1769 mit einer Schrift über den Kartoffelanbau um einen Sitz in der Academie Francaise. Die Legende sagt, als der französische König der Schrift Parmentiers folgte und den Kartoffelanbau befahl, habe man die Felder von Soldaten bewachen lassen. So hätten die Bauern geglaubt, etwas sehr Wertvolles wüchse dort heran und hätten die Felder umso sorgfältiger gepflegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rezensionen

Buchtipps: Stephanie Grupe - Public Relations - Ein Wegweiser für die PR-Praxis

Stephanie Grupe: "Public Relations - Ein Wegweiser für die PR-Praxis", Springer Verlag, Heidelberg 2011.

In diesem Buch finden PR-Einsteiger kompaktes Basiswissen für die Kommunikation mit Journalisten, Mitarbeitern, Kunden und weiteren Bezugsgruppen der Öffentlichkeitsarbeit.

Ausführlich wird auch die strategische Vorgehensweise bei der Konzeption von PR-Maßnahmen und deren Kontrolle beschrieben. Dabei wählt die Autorin einen ungewöhnlichen Ansatz:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Veronika Karnowski: Diffusionstheorien

Dr. Veronika Karnowski: „Diffusionstheorien“. Verlag: Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden. 2011. 107 Seiten. Preis: 17,90



Euro. ISBN: 978-3-8329-4269-4.

Rezension von Sebastian Wuwer, Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Landtags Nordrhein-Westfalen, Absolvent von PR Plus (www.prplus.de)

Ende des vergangenen Jahres, möglicherweise sogar kurz nach Weihnachten, muss es gewesen sein, als ich den Eindruck gewann: alle Welt hat plötzlich ein iPhone – nur ich nicht. Als beim Familientreffen an der Kuchentafel selbst der sechsjährige Cousin mit seinem neuen Telefon-Alleskönner ebenso gekonnt wie beiläufig durchs Internet surfte, hatte ich die Gewissheit: diese Welle der technischen Innovation muss an mir vorbei gerauscht sein. Gut, dass nun das Buch von Dr. Veronika Karnowski erschienen ist. Denn mit dem dort zusammengefassten Wissen lässt sich theoretisch nachvollziehen, wie das iPhone aus der kalifornischen Apple-Zentrale zur familiären Apfelkuchen-Runde in die Hände eines angehenden Grundschülers gelangt sein mag. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Möhrle/Schulte: Zwei für alle Fälle

All zu oft herrschen Vorurteile und tiefes Misstrauen zwischen Juristen und Kommunikatoren in Unternehmen. Diese Sichtweisen sind für den Unternehmenserfolg eher hinderlich. Schließlich gehören die Spezialisten des Rechts und der Kommunikation zu den wichtigsten Helfern des Managements. Dass es auch anders geht, zeigen die Herausgeber, Hartwin Möhrle und Knut Schulte, in "Zwei für alle Fälle - Handbuch zur optimalen

Zusammenarbeit von Juristen und Kommunikatoren" (ISBN-13: 9783899812510). Der Ratgeber geht detailliert auf diejenigen Faktoren ein, die Qualität und Wert einer Zusammenarbeit der beiden Abteilungen Recht und Kommunikation ausmachen und vereint das Fachwissen renommierter Autoren aus der Praxis für die Praxis. → faz-institut.de

PR-Digest (Lesehinweise)

Marketing: Verpatzter Start

Selbst große Konzerne vermasseln regelmäßig die Einführung neuer Produkte. Hier sind die fünf schlimmsten Fehler - und Tipps, wie sie sich vermeiden lassen. Regelmäßig bitten uns Unternehmer und Markenmanager um Hilfe bei der Markteinführung von aus ihrer Sicht revolutionären Produkten. Wir hören uns die Aussagen aufmerksam an und fragen dann nach den Analysen, die sie stützen. Die häufigste Antwort: "Wir haben diese Analysen noch nicht gemacht. Aber wir wissen von ein paar Leuten, dass die Idee wirklich gut ist, es ist also eine sichere Bank." Wir haben bereits so viele dieser Gespräche geführt, dass wir nach dem ersten Treffen vorhersagen können, ob das Produkt ein Erfolg wird. *Den Artikel von Joan Schneider und Julie Hall am 27. Juli in "Harvard Business Manager" [hier online weiterlesen](#).*

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobgesuche>

ANGEBOTE (73)

Volontariat/Trainee

Die 20 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-volontariat>

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie hier:
<http://jobs.pr-journal.de/jobangebote/bereich-praktikum>

Agenturen

JP KOM Düsseldorf sucht Juniorberater (m/w)

Akima sucht PR Account Manager (m/w)
IT/Technologie, München

PR-Journalist/in in Siegburg gesucht

eastside communications sucht PR-Berater (m/w)
Lifestyle/Outdoor/Mode, München

Münchener Agentur sucht PR-Manager mit
Teamverantwortung

Brand Upgrade sucht PR-Berater (m/w), Hamburg

PR-Berater/in (m/w), München

PR-Berater (m/w) / PR-Volontär (m/w), Hamburg

PR-Junior-Berater(in), Hamburg

PR-Redakteur/in, Mannheim

Junior-PR-Berater/in in Münchener PR-Agentur gesucht

Senior PR-Berater (m/w) Schwerpunkt Healthcare,
Hamburg und Frankfurt

Finanz-PR-Beratung sucht Consultant (m/w) in Frankfurt

PR-Berater int. PR / PR-Berater Regierungs-PR / Junior-
Berater Social Media, Berlin

Münchener Agentur sucht engagierten PR-Berater (w/m)

Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater (m/w)

Junior-PR-Berater (m/w) in Healthcare-Agentur,
Hannover

Senior-PR-Berater (m/w), Berlin

PR-Mitarbeiter Fashion / Events (m/w), Düsseldorf

Junior Consultant (w/m) Corporate Communications,
Hamburg

Heidelberger Agentur sucht kreativen PR-Berater (m/w)

Investor- und Public Relations-Berater (w/m), Hamburg

Consultant für Topcom Communication (GPRA),
Frankfurt

PR-Berater für internationale Agentur in Frankfurt

Fachredakteur (m/w) IT/Telekommunikation, Köln

PR-Berater/innen mit Healthcare Erfahrung gesucht

PR-Volontär(in) für Online-Redaktion gesucht

Senior-Berater Marke (m/w), Hamburg

PR-Berater (m/w), Berlin

PR-Berater (m/w), Stuttgart

PR-Berater (w/m) für den Bereich Consumer, Berlin

PR-Berater (w/m) für den Bereich Healthcare Consumer,
Berlin

Beraterteam gesucht, Düsseldorf

Goergen Kommunikation GmbH sucht PR-Consultant
(m/w), Köln

Behörden (Öffentl.Dienst)

Fachkraft (m/w) für Presse- und Medienarbeit in Teilzeit 80%, Berlin

Unternehmen

Referent (m/w) Public Relations, Düsseldorf

Die TUI Service AG sucht Online-Redakteur (w/m)

Associate Manager International Communication and Marketing, Bonn

Texter / Redakteur (m/w), Köln

Leiter (m/w) Technical Corporate Communication, Esslingen a. N.

PR-Berater (m/w), Stuttgart oder Berlin

Mitarbeiter/in Corporate Media Management (75%), Koblenz

Verbände (Non-Profit)

Referenten/-in für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Schwerpunkt interne Kommunikation, Berlin

PR-Manager/in, Münster

Internet & Social Media Management (50%), Koblenz

Pressereferent (m/w), Süddeutschland

Freelancer

Temporäre Unterstützung für Ihr Team

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Dienstag, 02. August 2011 – 00:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **15.615 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-), Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (mediaselection[at]t-online.de) - für Rubrik: Kelikowskys Kommentar; Ursel Reineke, Heidelberg (ursel[at]reineke-heidelberg.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Rengsdorf (info[at]scheben-kom.de) - für Rubrik: Pfeffer & Salz & Senf; Norbert Schulz-Bruhdoel (info[at]punktumpr.de) - für Rubrik: Norbert: Gerüchte + Gerichte; Sascha Stoltenow, Waldems (sascha_stoltenoiw[at]yahoo.com).

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

Redaktionsrubrik "PR-Barometer": Prof. Michael Bürker, ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation, München (michael.buerker[at]commendo.de).

Redaktionsrubrik "Karrierebarometer": Thomas Lüdeke + Philip Müller, Düsseldorf (PR Career Center) (info[at]pr-career-center.com)

Rubrik "PR-Websitecheck": Holger Strubberg, Leipzig (LPRS) (holger.strubberg[at]gmx.de)

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten: siehe im [Impressum der Homepage](#).

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@pr-journal.de, gerhard[at]pfeffer.de

URL: www.pr-journal.de; www.pr-journal.at; www.pr-journal.ch; www.pr-journal.com; www.pr-journal.info; www.pr-journal.net