

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 340 / 23. KW 2012

So - und hier noch das Inhaltsverzeichnis des 340. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 84 Einzelmeldungen):

1. [PR-Arbeitsmarkt: Talente fördern und nicht nur fordern](#)
2. [Christian Hoose ist neuer Regierungssprecher in Sachsen](#)
3. [Personalien compact - Sonstige \(11\) \(23.KW-2012\)](#)
4. [Personalien compact - Agenturen \(9\) \(23.KW-2012\)](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(10\) \(23.KW-2012\)](#)
6. [Etats compact \(16\) \(23.KW-2012\)](#)
7. [Branche compact \(16\) \(23.KW-2012\)](#)
8. [Presserat spricht insgesamt fünf Rügen aus.](#)
9. [Medien compact \(1\) \(23.KW-2012\)](#)
10. [Treichel: Es wird darauf ankommen, eine integrierte Kommunikation erfolgreich zu praktizieren](#)
11. [VZ Netzwerke werden zu Poolworks](#)
12. [Bonitätscheck: Schufa will Facebook-Nutzer ausforschen](#)
13. [BITKOM: Mittelstand setzt auf soziale Medien](#)
14. [Social Media compact \(9\) \(23.KW-2012\)](#)
15. [Reputation im Netz: Tipps für Content Marketing](#)
16. [Zahlt CSR tatsächlich auf die Reputation ein?](#)
17. [PR-Interview Nr. 77. Heiko Kretschmer: Neuer Eckpfeiler für PR-Werte und -Normen](#)

18. [Gericht: Das große Sommermenü \(1\) - Gruß aus der Küche](#)
19. [Die neuen Presseplayer - Die gesellschaftliche Aufgabe des Journalismus](#)
20. [Effizienz im Nachhaltigkeitsmanagement: Haltung, Strategie und Organisation zusammen helfen, das Richtige richtig zu machen](#)
21. [PR, Jura, BWL? Welcher Weg führt in die PR?](#)
22. [Bildung compact \(3\) \(23.KW-2012\)](#)
23. [CSR auf dem Prüfstand 2012: Die Deutschen werden immer kritischer](#)
24. [HiPP, Alete und BMW sind aus Sicht der Verbraucher die nachhaltigsten Unternehmen](#)
25. [Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software](#)
26. [Studien compact \(1\) \(23.KW-2012\)](#)
27. [Termine compact \(4\) \(23.KW-2012\)](#)
28. [Arbeitsrecht: Ausplaudern erwünscht](#)
29. [Checkliste: Einige Regeln für eine professionelle Online-Pressearbeit](#)
30. [Checkliste: Einige Regeln für eine professionelle Pressearbeit](#)
31. [Tipps compact \(2\) \(23.KW-2012\)](#)
32. [Literatur compact \(2\) \(23.KW-2012\)](#)

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

Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ-Team

Seite 1

PR-Arbeitsmarkt: Talente fördern und nicht nur fordern

Ein Autorenbeitrag von Oliver Jorzik, Agentur add pr, Berlin

Der "Krieg um die Köpfe" hat auch in der PR





begonnen. In einem Bericht des "PR Report" über das "Sommer Symposium" des "PR Career Center" wird die Messlatte für junge PR-Professionals sehr hoch gelegt und ein Wirtschafts- oder

Jurastudium zum Top-Kriterium bei der Bewerberauswahl auserkoren. Doch die Wirklichkeit in der Aus- und Weiterbildung sieht anders aus. Kommt es nicht vielmehr darauf an, die richtigen Talente für den passenden Job zu entdecken? Und haben Juristen nicht in ihrer Branche bessere Chancen?

Eine typische Erfahrung in einem meiner Seminare: Eine junge Kursteilnehmerin stellt sich vor. Sie arbeitet in einer erfolgreichen mittelgroßen PR-Agentur, die sich auf Gesundheitskommunikation spezialisiert hat. Dort hat die frisch gebackene Juniorberaterin ihr Volontariat gemacht, studiert hat sie Ökotrophologie. Mit dieser Qualifikation konnte sie sich ohne größere Probleme gegen ihre Mitbewerber durchsetzen, warum?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Christian Hoose ist neuer Regierungssprecher in Sachsen

Vom Bundestag in die Staatskanzlei: Der Leiter des Pressereferats des Deutschen Bundestages, Christian Hoose, wird Regierungssprecher in

Sachsen. Der 60-Jährige tritt am 1. August die Nachfolge von Johann-Adolf Cohausz an, der Ende Mai in den Ruhestand ging, teilte die Staatskanzlei am Dienstag in Dresden mit. → dnn-online.de

Personalien compact - Sonstige (11) (23.KW-2012)

01: **Marco Krause** (39) ist neuer Pressesprecher und Referatsleiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL) in Wiesbaden. Er folgt auf Ulrike **Franz-Stöcker**. Krause war zuvor Pressesprecher der FDP-Fraktion im Hessischen Landtag.

02: **Gaby Szöllösy** wird Anfang August neue Chefin des Stabsbereichs Information und Kommunikation im Bundesamt für Migration (BFM) in Bern-Wabern (CH). Die Politjournalistin leitet seit 2010 die Unternehmenskommunikation der SWICA Krankenversicherung in Winterthur (CH).

03: **Hauke Gruhn** (32) verstärkt den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Gemeinde Ganderkesee. Er war bislang leitender Redakteur in der Stuhrer Regionalredaktion des "Weser Kurier".

04: **Harry Luck** (39) ist neuer Pressesprecher und Leiter der Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit im Erzbischöflichen Ordinariat Bamberg. Der Journalist war seit April 2006 bei Focus Online in München tätig, zuletzt als stellvertretender Nachrichtenchef für Politik, Kultur, Panorama. Er tritt die Nachfolge von **Michael Kleiner** (50) an, der seit Oktober 2011 die Abteilung kommissarisch leitete und neuer Leiter der Stabsstelle Weltkirche im Erzbistum



Bamberg wird. **Christoph Gahlau** (43) arbeitet in der Pressestelle als Referent für Projektarbeit. Zuvor war er auf freiberuflicher Basis für das Erzbistum Bamberg tätig. Zudem arbeitete er in der Online-Redaktion des Bayerischen Rundfunks.

05: **Volker Weber** (27) wurde zum neuen Pressesprecher der SPD Saar in Saarbrücken bestellt. Der stellvertretende Vorsitzende des SPD Ortsvereins Marpingen und Chef der Gemeinderatsfraktion ist seit 2010 hauptamtlich für die SPD tätig und betreute als Geschäftsführer die Kreisverbände St. Wendel, Saarpfalz und Neunkirchen. Weber folgt auf **Thorsten Bischoff**, der in die Position des stellvertretenden Regierungssprechers und Pressesprechers im Saarländischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Verkehr gewechselt ist.

06: **Matthias Büschking** ist neuer Landespressesprecher und Leiter der Abteilung Presse und Kommunikation bei dem Sozialverband Deutschland-Landesverband Niedersachsen (SoVD-Nds) in Hannover. Der gelernte Journalist ist weiterhin Geschäftsführer der Event- und Kommunikationsagentur events hoch zwei in Hannover.

07: **Oliver Mayer** (32) ist bei der Eishockeyspielbetriebsgesellschaft (ESBG) in München neuer Pressesprecher für die Zweite Eishockey-Bundesliga. Diese ehrenamtliche Position, die bei der ESBG neu geschaffen wurde, bekleidete er zehn Jahre bei den Bietigheim Steelers.

08: **Levke Bente Petersen** (29) ist Pressesprecherin der Stiftung 2° - Deutsche Unternehmer für Klimaschutz, in Berlin. Zuvor war sie seit Januar 2007 wissenschaftliche

Mitarbeiterin/ Büroleiterin im Deutscher Bundestag.

09: **Diana Weißer** (32) ist ab Juli als persönliche Mitarbeiterin des Bürgermeisters der Stadt Kehl unter anderem auch für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Standortmarketing sowie Projektsteuerung zuständig. Die Diplom-Verwaltungswirtin war zuvor seit 2011 im Kreisjugendamt des Landratsamtes beschäftigt. Weißer folgt auf **Matthias Henel**, der nach Mannheim gewechselt ist.

10: **Elisabeth Mattes** leitet den Bereich Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie das Pressebüro der Universität Wien (AT). Sie war zuvor für die Kommunikation der Telekom Austria in Wien (AT) zuständig. Pressesprecherin des Rektorats der Universität Wien bleibt **Cornelia Blum**.

11: **Paul Pietsch** (100), Mitbegründer und langjährige Verleger der Motor Presse Stuttgart, starb am 31. Mai, nur wenige Wochen vor

Vollendung des 101. Lebensjahres, in seinem Haus in Karlsruhe. Das Lebenswerk des am 20. Juni 1911 in Freiburg im Breisgau geborenen Pietsch ist geprägt von sportlichen und verlegerischen Erfolgen, die immer eng mit dem Automobil verbunden waren. 1946 legte er gemeinsam mit seinen Freunden **Ernst Troeltsch** und **Siegfried Hummel** den Grundstein für den heutigen Verlag Motor Presse Stuttgart. → motorpresse.de

Personalien compact - Agenturen (9) (23.KW-2012)

01: **Michael Jaeger** ist neues Mitglied der Geschäftsleitung der Flad & Flad Communication Group in Heroldsberg. Der Diplom-Kommunikationswirt verantwortet die Schärfung der Unternehmenspositionierung und den Aufbau neuer Geschäftsfelder. Er kann auf über zehn Jahre Kommunikationserfahrung auf Agenturseite zurückblicken, zuletzt war er als Director ATL Marketing bei Sky Deutschland tätig.

02: **Jan Strecker** ist Managing Partner der Agentur Jordan & Partner. Damit eröffnet die Kommunikationsberatung mit Hauptsitz in München auch ein Büro in Berlin. Strecker war zuvor Prokurist und Mitglied der Geschäftsleitung der Berliner Public Affairs Agentur republik movida.

03: **Daniel Rehn** (26) startet im August in der Digital/Social Media Unit von achtung! (GPRA) in Hamburg. Der erfahrene Online-Journalist und Blogger kommt von talkabout in München, wo er seit September 2010 als Strategischer Berater tätig war.

04: **Markus Heidrich** ist neuer Partner des Düsseldorfer Beratungsunternehmens Kerkhoff

Mal was mit Social Media machen. Oder doch nicht?

Strategie bei Lautenbach Sass.

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

Consulting. Er war zuvor Vice President bei der Unternehmensberatung Driving Growth Group in Frankfurt am Main.

05: **Justin Pearce** verstärkt als "Head of Innovations" die Beratungs- und Redaktionskompetenz im Bereich digitale Kommunikation von Bite Communications in München. Der Experte für digitale Medien ist seit zwölf Jahren Autor der renommierten englischen Zeitschrift "New Media Age".

06: **Manuela Proske** (42) verstärkt das Team von Yamaoka PR in Hamburg und ist für den strategischen Ausbau der Agentur und den Bereich New Business verantwortlich. Die studierte Diplom-Kauffrau kommt von der Hamburger Dependence der Agentur Edelman, wo sie als Director Consumer verschiedene Markenkunden betreute.

07: **Vera Pavlovna Kolkutina** (32) verstärkt als Consultant das Team von Berlin communications

und ist vorrangig für Kunden in Osteuropa und Russland zuständig. Sie arbeitete zuvor anderem als freie Journalistin bei dem deutsch-russischen Portal "to4ka.treff.ru" und zuletzt bei der Kommunikationsagentur Ergo in Perm (RU).

08: **Corina Prutti, Ellie Zips-Pape** und **Jochen Laub** haben in München die Agentur das komm.büro gegründet. Die Juristin Prutti war zunächst bei wbpr (GPRA), anschließend bei Talk of Town. Wächter & Wächter und seit 2007 in eigener Sache tätig. Die Anglistin und Germanistin Zips-Pape ist seit 2000 in der Kommunikationsbranche tätig, zunächst in den Agenturen Goldman PR & Kulturmanagement, wbpr (GPRA) und Ira Wülfing Kommunikation, seit 2007 als selbstständige Beraterin. Der Südostasienskundler und Politikwissenschaftler Laub war von 2000 bis 2011 bei wbpr Public Relations (GPRA) tätig, zuletzt Teamleiter Employer Branding und Markenkommunikation. Seit Ende 2011 arbeitet er als selbständiger PR-Berater.

09: **Cathrin Weidner** hat die Leitung der in Berlin neu gebündelten PR Abteilung von megacult marketing for the masses übernommen. Sie war zuvor unter "C.C. Management" freiberuflich im Künstlermanagement und Marketing sowie bei Universal Music und BMG tätig. **Karla Stanek** gehört ebenfalls zum PR-Team, die langjährige freie PR-Beraterin aus Köln ist bei megacult unter anderem für die PR des Fisherman's Friend Strongman Run verantwortlich. **Anna Lalla** unterstützt das PR-Team als PR-Assistentin, die damit ihren Start in die Berufswelt nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung im Bereich Marketing/Kommunikation beginnt.

K2 SOCIAL MEDIA & ONLINE-KOMMUNIKATION
Fachtagung

Zwischen Shitstorm und verwaisten Facebook-Pages

14. Juni 2012 Düsseldorf

Auswahl der Referenten

- Jens Appelt, DB Mobility Logistics
- Michael Buck, Dell
- Christian Buggisch, DATEV
- Volker Gaßner, Greenpeace
- Gudrun Herrmann, LinkedIn
- Tom Kedor, MOTORTALK.de
- Jochen Mai, Yello Strom
- Matthias Mehlen, McDonald's
- Prof. Thomas Mickleit, Microsoft
- Ingo Notthoff, T-Systems
- Frank Roth, Ergo Direkt Versicherungen
- Michael Wegscheider, Allianz

Personalien compact - Unternehmen (10) (23.KW-2012)

01: **Valérie Gerl** (35), **Katharina Merkle** (47) und **Monika Trost** (41) werden am 1. Juli Mediensprecherinnen in der neuen Medienstelle des Konzernbereichs PostAuto der Schweizerischen Post in Bern (CH). Gerl ist Geografin, verfügt über eine PR-Ausbildung und ist seit zehn Jahren in der Kommunikation tätig, seit zwei Jahren im Kommunikationsteam von PostAuto. Merkle arbeitete in den letzten zwölf Jahren bei der "Berner Zeitung", zunächst als Redakteurin, zuletzt als stellvertretende Blattmacherin. Trost arbeitete in den letzten vier Jahren als Beraterin bei Brugger und Partner in Bern (CH) und moderierte zuvor für das Schweizer Fernsehen die Sendung "Sternstunde Philosophie".

02: **Simon Rimle** (40) wird am 1. Dezember Mitglied der Geschäftsleitung von PostAuto und übernimmt die Leitung der Kommunikation. Er war in den letzten sieben Jahren Leiter Kommunikation und Marketing und Mitglied der Geschäftsleitung

der SBB Immobilien in Bern (CH). Rimle folgt auf **René Böhlen** (43), der sich selbstständig macht und als Delegierter Public & Government Affairs für PostAuto tätig bleibt.

03: **Uwe Bormann** verantwortet als neuer Chief Marketing Officer Strategie, Branding und Kommunikation von Servtag in Berlin und baut derzeit ein Marketing- und PR-Team auf. Er war zuvor seit August 2006 als Senior Director Global Marketing & PR für zanox in Berlin tätig.

04: **Ulrich Krenn** leitet ab sofort die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation des Digitaldruck-Dienstleisters posterXXL in München. Der gelernte und studierte Journalist (ehemals Chefredakteur des Branchenmagazins (w&v) kommt von der Kommunikationsberatung MärzheuserGutzky in München, wo er vorwiegend Kunden aus den Bereichen Telekommunikation, Pharma und Medien betreut hat.

05: **Claudine Heinz** ist Communication Specialist im Bereich Interne/Change Kommunikation bei der Swisscom Design Academy in Bern (CH). Zuvor war sie vier Jahre beim Schweizerischen Public Relations Institut (SPRI) in Zürich (CH) zuständig für die Kommunikation, das Marketing sowie die Beratung und das CAS-Studiengangmanagement.

06: **Jörg Hanel** (43) verantwortet bei Legoland Deutschland in Günzburg in der neu geschaffenen Position des Head of Marketing auch die Bereiche Marketing Communication sowie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Seine letzte berufliche Station war die Agentur Creata in London (GB), wo er als Senior Director des Bereichs Family Marketing für McDonald's Europe verantwortlich war.

Können Sie Ihrem Management den Wertschöpfungsbeitrag Ihrer Kommunikationsarbeit dokumentieren?

Lautet Ihre Antwort:
Nein, zu komplex und zu teuer?

Falsch!

Unsere Tools sind skalierbar,
die Kosten überschaubar.
Wir zeigen Ihnen, wie einfach das ist!

Einfach hier klicken!

BRANDCONTROL
INSTITUT FÜR MARKENCONTROLLING

07.: **Nina Grigoleit** (40) ist neue Pressesprecherin Nutzfahrzeugreifen und Reiseverlag der Michelin Reifenwerke in Karlsruhe. **Susanna Knapp** (51), die bisher diese Funktion innehatte, wird die Leitung der Internen Kommunikation übernehmen, die seit Mitte 2008 von Grigoleit ausgeübt wurde. Beide Positionen sind zuständig für die Regionen Deutschland, Schweiz und Österreich. Die studierte Diplom-Übersetzerin Grigoleit begann ihre Laufbahn bei Michelin 1999 und hatte verschiedene Positionen in der Kommunikation inne. Die Historikerin, Publizistin und Journalistin Knapp trat 1998 in das Unternehmen ein und leitete seit 2000 ihren bisherigen Verantwortungsbereich.

08: **Ulrike Hasivar** (47) hat die neu geschaffene Position der Leiterin Unternehmenskommunikation bei euro engineering in Düsseldorf übernommen und verantwortet die Bereiche Corporate Communications und Presse des Engineering-Dienstleisters. Zuvor war sie seit Oktober 2005 Stellvertretende Leiterin

Unternehmenskommunikation bei Able Management Services in Gummersbach

09: **Lars Schmidt** (24) verstärkt die Unternehmenskommunikation der EK/servicegroup in Bielefeld. Er war bisher in dem Unternehmen im Geschäftsfeld living, speziell für den Bereich Systemgeschäfte "Haus & Co./Mehrbranchen-Fachgeschäfte", tätig. Schmidt tritt die Nachfolge von **Delia Hüsken** an, die das Unternehmen im April auf eigenen Wunsch verlassen hat.

10: **Peter Lenz** (43) ist neuer Leiter der Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit bei AggerEnergie in Gummersbach. Zuvor hat er fast elf Jahre als Chefredakteur und Redaktionsleiter die Internet-Zeitung Oberberg-Aktuell aufgebaut und geleitet. Lenz löst **Renate Wigger** ab, die sich nach mehr als 30 Jahren Tätigkeit bei AggerEnergie in die Freizeithase der Altersteilzeit verabschiedet.

Etats

Etats compact (16) (23.KW-2012)

01: Azimut Hotels Company Europe, Berlin
was: PR-Etat für Europa
an: **Berlinièros**, Berlin

02: Brand:Trust, Nürnberg
was: *Medienarbeit für die Schweiz*
an: **C-Factor**, Zürich

03: Ural Airlines, Jekaterinburg (RU)
was: *Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland*
an: **Aviareps**, München



04: Kapsch Group, Wien
was: *globale strategische Kommunikation für die Holding und die Tochtergesellschaften*
an: **Grayling Austria**, Wien

05: Blaupunkt Audiovision, Hildesheim
was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Blaupunkt-Division "Car Audio", "Car Kits" und "Kopfhörer"*
an: **PR Konstant**, Nettetal

06: Angela Wiegand-Design, München
was: *Pressearbeit*
an: **Agentur für kreative PR Barbara Schreiter**, Berlin

07: Zalando, Berlin
was: *Pressearbeit für Deutschland, Österreich und Schweiz*

08: zLabels, Berlin
was: *klassische Pressearbeit, Konzeption und Realisation von Events, Online und Social Media*
an: **häberlein & mauerer public relations**, Berlin

09: Romantik Hotels & Restaurants, Frankfurt am Main
was: *Öffentlichkeitsarbeit*
an: **primo PR**, Frankfurt am Main

10: Sharp Electronics (Europe), Hamburg
was: *Tippspiel zur UEFA Euro 2012 als Facebook-App*
an: **Faktor 3** (GPRA), Hamburg

11: Razer, Hamburg
was: *Brand- und Produkt-PR im deutschsprachigen*

Raum

an: **Bite Communications**, München

12: Landmann Holding, Osterholz-Scharmbeck

was: *Online- und Social-Media-Kampagne "Grillen wie die Champions"*

an: **public:news**, Hamburg

13: Protegia, München

was: *Kommunikationsarbeit zum Thema*

Betriebliches Gesundheitsmanagement

an: **Schwartz Public Relations**, München

14: Conzzeta, Zürich (CH)

was: *Jubiläumskommunikation für die 100-jährige Firmengeschichte*

an: **Prime Communications**, Zürich (CH)

15: Sandvik Materials Technology Deutschland, Fellbach

was: *nationale und internationale PR-Arbeit für Sandvik Process Systems*

an: **echolot pr**, Stuttgart

16: Lufthansa City Center (LCC), Frankfurt am Main

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Bereich Touristik, Vertrieb und Marketing (Leisure Travel)*

an: **Global Communication Experts (GCE)**, Frankfurt am Main

was: *PR für den Bereich Geschäftsreisen, Geschäftsbericht, interne Kommunikation, Kommunikation des Gesamtunternehmens*

an: **Claasen Communication**, Alsbach

Branche

Branche compact (16) (23.KW-2012)

01: Zum zweiten Mal in Folge **verdoppelt die Hamburger PR-Agentur Ad Publica ihre**

Budgets für die Aus- und Weiterbildung ihrer

Mitarbeiter. Dabei setzt die Agentur neben externen Angeboten auch auf den Wissenstransfer innerhalb der Organisation. So stehen in diesem Jahr noch mehr als 30 Veranstaltungen im Programm der eigenen Weiterbildungsakademie "ad cademy". Flexible Arbeitsplatz- und Arbeitszeitmodelle wie die Möglichkeit, regelmäßig den Schreibtisch zu Hause als Agenturarbeitsplatz zu nutzen oder über ein Sabbatical eine längere Auszeit einzulegen, sollen unter anderem das Bild von Ad Publica im Bewerbermarkt prägen und bestehende Mitarbeiter an die PR-Agentur binden. → adpublica.com

02: Die **"WirtschaftsWoche" verleiht zum dritten Mal den Beraterpreis "Best of Consulting"** – in

einem erweiterten Konzept. Damit soll ein Ranking geschaffen werden, das für Transparenz im Beratermarkt sorgt. Der Preis stellt auf drei Aspekte ab: Markenstärke, Wertsteigerung und Projekterfolg. In diesen Tagen beginnt die Aussendung der Fragebögen an die Vorstände von rund 1500 deutschen Unternehmen. Durch eine Umfrage wird ermittelt, welche Beratungshäuser aus Kundensicht den besten Ruf genießen. Der Fragebogen umfasst 40 große und mittlere Beratungsunternehmen, zusätzlich können bis zu fünf eigene Kandidaten ergänzt werden. Abgefragt wird der Bekanntheitsgrad der Berater, mit einem Punktesystem werden Ruf und Erfolg bewertet. → wiwo.de

03: Das Headquarter des Bite Netzwerks, **Bite Communications UK in London (GB)**, ist mit dem **"Great Place to Work"-Award**

ausgezeichnet worden und gehört damit zu den Top-25 Arbeitgebern in Großbritannien. Hierbei handelt es sich um eine langfristige positive Entwicklung, denn darüber hinaus wurde Bite Communications UK zum dritten Mal infolge von der Sunday Times zu den besten Arbeitgebern des Landes gewählt. → bitecommunications.com

04: Bei anderen Parteien wäre der **Umbau des Pressteams höchstens eine Randnotiz** wert. Wird das Personal ausgetauscht, kriegt das kaum jemand mit. Doch bei den Piraten wird dieser Vorgang zur Schlammschlacht. Wenige Tage nach dem Rückzug ihres Pressesprechers und seines Stellvertreters steht der Bundesvorstand der Partei nun vehement in der Kritik. → spiegel.de

05: Im Turnus von zwei Jahren führt die Kommunikationsagentur **Blue Moon CC in Neuss unter ihren Kunden eine Befragung zur Zufriedenheit** durch. Die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass sich die Agentur im Vergleich zu 2010 entweder verbessert hat oder gleich gut geblieben ist. Viele Kunden bestätigten die Agenturqualität mit persönlichen Kommentaren. Nach dem Schulnotensystem konnten die Teilnehmer ihre Meinung in den sieben Bereichen Marketingberatung/Konzeption, Kontakt, Kreation, Pressearbeit, Internationale PR, digitale Medien und allgemeines Leistungsangebot abgeben. → bluemoon.de

06: Die von **Molthan van Loon Communications** (GPRA) in Hamburg für das Landesmarketing MV entwickelte Hochschulmarketingkampagne "Studieren mit Meerwert-Studieren in MV" wurde **in der Kategorie "Educational and Cultural Institutions" mit dem EMEA Sabre Award** ausgezeichnet. Molthan van Loon betreut das Landesmarketing MV seit vier Jahren als Leitagentur. Für den Bereich Bildung und Wissenschaft wurde "Studieren mit Meerwert" als erste Hochschulmarketingkampagne in 2008 gemeinsam mit Landesmarketing, Bildungsministerium und allen Hochschulen des Landes gestartet. → mvlcommunications.de

07: Schneiders Kommunikation für Lebensart ist für den **Deutschen Engagementpreis 2012 für**

die Entwicklung der Kampagne "Besser mit!" für die AIDS-Hilfe Hamburg nominiert. Der Einsatz erfährt durch diese Nominierung eine besondere Anerkennung. Die Agentur wurde aufgrund des hohen zeitlichen und kreativen Engagements zur Generierung von Aufmerksamkeit für den Preis vorgeschlagen. Dies erfreut nicht nur die AIDS-Hilfe Hamburg, sondern zeigt auch, dass das Engagement gegen HIV und AIDS öffentlich wahrgenommen und als preiswürdig eingeschätzt wird. → schneiders-kommunikation.de

08: Seit kurzer Zeit ist der ehemalige Marketingleiter der Weischer.Mediengruppe und Repräsentant der Cannes Lions in Deutschland, Boris Bullwinkel, mit seiner eigenen **Agentur Bullwinkel – Kommunikation mit Herzblut am Markt tätig**. Neben klassischer Presse- und PR-Arbeit für Unternehmen, Persönlichkeiten und Agenturen bietet der gelernte Journalist von Hamburg aus Event- und Sponsoringkonzeption, Durchführung von Awardshows und Veranstaltungen sowie die Entwicklung und Betreuung weiterer Kommunikationsmaßnahmen an. → bullwinkel.de

09: Gehört man mit 45 Jahren in Agenturen zum alten Eisen? Eine Erhebung des Gesamtverbandes der Kommunikationsagenturen von 2009, nach der lediglich sechs Prozent der Mitarbeiter in den Agenturen älter als 50 Jahre waren, lässt das vermuten. Eine Online-Trendumfrage von AIKA ergab jetzt ein anderes Bild: **43 Prozent der Agenturen beschäftigen im Kreativbereich Mitarbeiter in der Altersgruppe zwischen 41 und 50 Jahren**. Bei den 51- bis 60-Jährigen sind es immerhin noch knapp 18 Prozent. Mit mehr als 66 Prozent dominiert die "mittlere" Gruppe der 31 bis 40-Jährigen. Mehr als zwei Drittel der Befragten gaben außerdem an, dass sich der Altersdurchschnitt in ihren Agenturen in den letzten fünf bis acht Jahren nach oben verschoben hat. → aika.de

10: **Fink & Fuchs Public Relations mit Standorten in Wiesbaden und München führt die Agentursoftware ConAktiv ein.** Die Agentur sah sich zunehmend komplexeren Prozessen gegenüber. Da die bis 2011 eingesetzten Unternehmenslösungen den steigenden Anforderungen nicht gerecht werden konnten, wurde nach einer zukunftsfähigen Softwarelösung gesucht. Die Wahl fiel dabei auf Connectivity und die Softwarelösung ConAktiv. Die Softwareeinführung von ConAktiv 9 verlief reibungslos. → conaktiv.de

11: Im zweiten Jahr bieten die **Fox Awards des Fachmagazins "CP Wissen"**, erstmals ergänzt um den Sonderpreis der Fox Visuals, wieder ein Kaleidoskop der effizientesten Unternehmensmedien quer durch alle Branchen. Ob Magazine, iPad Apps, Newsletter, Magaloge, Imagefilme oder Geschäftsberichte: die insgesamt 68 Preisträger zeigen hervorragende Effizienzleistungen hinsichtlich Entwicklung, Reichweiten, Leistungsnachweisen, Umsatzimpulsen, Qualität der Verbreitung und Markenkonformität. → cpwissen.de/fox-awards-2012

12: Daylight Public Relations International in Dresden bietet ab sofort ein **erweitertes Leistungsspektrum für die Produkt- und Unternehmenskommunikation.** Mit einer neuen Außendarstellung unterstreicht das Unternehmen seine kontinuierliche Weiterentwicklung zur Full-Service-Kommunikationsagentur. Daylight PR präsentiert sich nunmehr als Spezialist für die integrierte Unternehmenskommunikation, die verschiedenste Werkzeuge der Public Relations, der Social Media-Kommunikation und der angrenzenden Marketing-Bereiche zu kundenspezifischen Lösungen verbindet. → daylight-medienserver.com

13: Die "Goldenen Funken" haben für dieses Jahr neue Besitzer gefunden. In Neun Kategorien wurden Unternehmen und Ihre Agenturen ausgezeichnet. Zusätzlich wurde ein Sonderpreis vergeben. **Die Gewinner des Deutschen Preises für Wirtschaftskommunikation 2012** sind: Deutsche Telekom / yoocon, Berliner Stadtreinigungsbetriebe / Peperoni Werbe- und PR-Agentur, Brother International / Dokulife consulting & research, Ricola / webguerillas / Seed audio-visual communication, Still / melting elements, OTTO / Institut für Marken- und Unternehmensphilosophie / Kolle Rebbe, OTTO / Companions, C&A Mode / MelchesVonderstein Werbeagentur, Flughafen Frankfurt-Hahn / Straub & Linardatos (GPRA), Jugend gegen Aids / deepblue networks. → dpwk.de

14: **Hill+Knowlton Strategies in Berlin wurde im Rahmen der EMEA Sabre Awards gleich doppelt ausgezeichnet.** Im Rahmen einer Galaveranstaltung in Brüssel wurden dem Hill+Knowlton-Team ein silberner Sabre Award für die beste Website und ein goldener "Säbel" in der Kategorie "Pan-European Programme" überreicht. Die Agentur wurde erneut für die erfolgreiche kommunikative Begleitung der Genehmigungs- und Bauphase der Nord Stream-Pipeline durch die Ostsee ausgezeichnet. → hillandknowlton.de

15: Bei den Fox Awards wurden die **Medien des Bayer-Konzerns in Leverkusen vier Mal mit Gold ausgezeichnet.** Die Mitarbeiterzeitung "direkt" und die Unternehmens-App "Bayer magazin" konnten sich in ihren Kategorien ebenso durchsetzen wie der Geschäftsbericht und die Online-Ausgabe des Forschungsmagazins "research". Die Jury hob bei den Bayer-Publikationen besonders deren effiziente Lesersprache und die Verknüpfung mit crossmedialen Inhalten hervor. → presse.bayer.de

16: Die **PR-Agentur WeberBenAmmar PR in Bad Soden** und das **Unternehmen für Online-TV-**

Produktion Flying Media in Bergneustadt

kooperieren zukünftig. Schnittstelle der Zusammenarbeit ist die Einbindung touristischer Kunden in neue Fernsehwege, angefangen vom täglichen Newsformat für sämtliche TV-Sender über den kompletten Online-TV-Bereich bis hin zu Imagefilm-Produktion. Zukünftig ist es WeberBenAmmar PR möglich, themenspezifisches Footage-Material im Virtual Pressroom zum Download bereit zu stellen und redaktionell aufgearbeitete Nachrichtenfilm in über 160 Online-Medien zu streuen. → flyingmedia.de

Medien

Presserat spricht insgesamt fünf Rügen aus

"Welt Online" und "Berliner Morgenpost Online" wurden für die Veröffentlichung eines identischen Beitrages gerügt. Unter der Überschrift "Erneut Hetze gegen Farbige in Polizei-Kalender" hatten sie berichtet, dass bei der Gewerkschaft der Polizei (GdP) in Bayern ein Kalender mit rassistischen und frauenfeindlichen Motiven aufgetaucht sei. Weiterhin hieß es, dass nach Informationen der Redaktion Herausgeber des Kalenders ein ehemaliger Vorsitzender der GdP und jetziger bayrischer Landtagsabgeordneter sein solle. Der Betroffene wurde namentlich genannt. Nachdem Zweifel am Wahrheitsgehalt der Darstellungen entstanden waren, entfernten die Redaktionen die Artikel von den Online-Seiten. Ein erläuternder oder korrigierender Hinweis wurde nicht veröffentlicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (23.KW-2012)

01: Die **Konzentration im deutschen Zeitungsmarkt** hat einen neuen Höchstwert erreicht. Die zehn führenden deutschen Verlagsgruppen vereinen mittlerweile fast 60 Prozent der verkauften Auflage auf sich. Hauptgründe der fortschreitenden Konzentration sind die sinkenden Auflagenzahlen und Werbeeinnahmen, die viele Verlage zu Kooperationen und Verkäufen zwingen. Aufsteiger im Ranking der zehn auflagenstärksten Verlage ist die Augsburgische Verlagsgruppe, während die Holtzbrinck-Gruppe nach mehreren Verkäufen nicht mehr in den Top Ten vertreten ist. → horizont.net

Social Media

Treichel: Es wird darauf ankommen, eine integrierte Kommunikation erfolgreich zu praktizieren



Interview mit Klaus Treichel, Leiter Unternehmenskommunikation für Deutschland und Zentraleuropa, ABB AG, Mannheim

Das Interview wurde geführt von Helge Weinberg, Strategie &

Kommunikation, Hamburg (Zweites Interview von fünf).

1. Was hat sich durch Social Media für die Unternehmenskommunikation verändert?

Klaus Treichel: Social Media haben das Potential, die Unternehmenskommunikation grundlegend zu transformieren. Während die Unternehmenskommunikation in der Vergangenheit stark davon profitiert hat, Botschaften einigermaßen kontrolliert an die Zielgruppen senden zu können, geht diese Kontrolle in Zukunft verloren. Aber es

eröffnen sich auch neue Chancen: Wer künftig noch dialogorientierter und schneller kommuniziert, kann sich breitere Zielgruppen erschließen - und das durchaus kostengünstig. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

VZ Netzwerke werden zu Poolworks

Massiv nahm die Nutzerschaft der drei Plattformen MeinVZ, StudiVZ und SchülerVZ ab - von rund 11 Millionen auf 4 Millionen Unique User. Nun firmiert das Unternehmen in Poolworks um. "Mit der neuen Unternehmensmarke wird sich VZ strukturell verändern", lässt das Unternehmen verlautbaren. Der Plattform SchülerVZ kommt dabei eine zentrale Rolle zu: Sie erhält im Laufe des vierten Quartals einen Relaunch und bietet künftig unter dem Namen Idpool.de Funktionalitäten rund um den Austausch von Jugendlichen zu ihren Interessen und Fähigkeiten – welche genau, bleibt offen. Noch wird vermieden, MeinVZ und StudiVZ zu schließen. Im Zuge der Fokussierung werden aber für beide Plattformen „neue Optionen geprüft“. Von 25 Mitarbeitern hat sich das Unternehmen bereits getrennt. Zum vollständigen Artikel bei [Werben & Verkaufen](#)

Bonitätscheck: Schufa will Facebook-Nutzer ausforschen

Nach dem Bekanntwerden der Pläne der Schufa, Daten von Nutzern sozialer Netzwerke wie Facebook und Twitter zu sammeln, um deren Bonität zu bewerten, reagieren Politik, Datenschützer und Nutzer empört. "Die Schufa darf nicht zum Big Brother des Wirtschaftslebens werden", betonte Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner (CSU). Die Schufa erklärte, es gebe bisher keine konkreten Pläne, tatsächlich Informationen aus dem Internet zu analysieren.

Ein Sprecher sagte, es handele sich derzeit ausschließlich um ein Forschungsprojekt (an die Uni Potsdam / Hasso-Plattner-Institut - dieses hat inzwischen den Auftrag zurückgegeben). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

BITKOM: Mittelstand setzt auf soziale Medien

Mit 47 Prozent setzt fast die Hälfte aller kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) mit bis zu 500 Mitarbeitern in Deutschland soziale Medien im Internet ein. Damit liegt die Nutzung sozialer Medien von KMU nahezu auf dem gleichen Niveau von großen Unternehmen (46 Prozent) mit mehr als 500 Mitarbeitern. Das berichtet der Hightech-Verband BITKOM, Berlin. Grundlage der Angaben ist eine Sonderauswertung der BITKOM-Studie „Social Media in deutschen Unternehmen“, bei der 723 repräsentativ ausgewählte Unternehmen aller Branchen befragt wurden. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (9) (23.KW-2012)

01: Die **Top 10 PR-Blogs in Deutschland** führt Cision auf. → Ranking bei [Cision](#)

02: Billig bringt nicht viel: **Stiftung Warentest untersucht Social-Media-Kurse**. Die Berufsbezeichnung Social Media Manager ist nicht geschützt, um so wichtiger ist ein kritischer Blick auf die zahlreichen Weiterbildungsangebote. Die Stiftung Warentest hat in ihrem Monatsmagazin "Finanztest" zehn Kurse unter die Lupe genommen. → Artikel in [Lead Digital](#)

03: Eine Neuauflage der **World Map of Social Networks** ist erschienen. → Infografik auf [Vincos.it](#)

04: **Social Web in China:** Wie deutsche Unternehmen im Reich der Mitte erfolgreich sind. → Artikel in [t3n.de](#)

05: Infografik für alle **Bildgrößen in verschiedenen Social Media Kanälen** → Infografik bei [Bop Design](#)

06: Facebook führt **Admin Rollen für Facebook Pages** ein → Artikel bei [Allfacebook.de](#)

07: **Die Abstimmung über die neuen Facebook-Richtlinien ist an einer geringen Beteiligung gescheitert.** Es nahmen nur 342.632 Nutzer an der Abstimmung teil. Das Ergebnis wäre für das Unternehmen aber nur dann bindend gewesen, wenn mindestens 30 Prozent oder 270 Millionen Nutzer ihre Stimme abgegeben hätten. → Artikel bei [ZDNet](#)

08: Für Lokale und Geschäfte: **Google+ integriert Places.** → Artikel bei [Cloudthinkn.com](#)

09: **Fußball-EM:** Die besten **iPhone-Gadgets** für die Fan-Party → Artikel bei [M-Magazin](#)

Reputation Management

Reputation im Netz: Tipps für Content Marketing

Es gibt verschiedene Herangehensweisen an Social Media für die geschäftliche Nutzung. Die Meisten haben die Fokussierung auf hochwertige Inhalte gemeinsam. Ein Dauerbrenner ist die Floskel "Content is King". Wahr ist, dass man mit den richtigen Inhalten mittels Social Media sehr erfolgreich sein Unternehmen voran bringen kann. Gar nicht so einfach ist dabei die Wahl der richtigen Inhalte, mit denen man wirklich etwas erreichen kann. Dazu muss man sich zunächst einmal darüber klar sein, was man mit den Social Media-Aktivitäten eigentlich erreichen will. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zahlt CSR tatsächlich auf die Reputation ein?

Im Grunde stellt Kommunikation über CSR zunächst ein Reputationsrisiko dar, denn die Skepsis über die Redlichkeit der CSR-Bemühungen eines Unternehmens ist noch groß. Manche gehen sogar soweit und sagen, dass CSR nichts weiter als die Manipulation der Öffentlichkeit ist. Das veranlasst viele Unternehmen einfach nicht zu kommunizieren. Dennoch, „man kann nicht nicht kommunizieren“ stellte Watzlawick bereits treffend fest und fordert damit die Kommunikation dazu auf, Botschaften aktiv zu gestalten, auch wenn dazu gehört, strategisch zu schweigen. Allerdings belegen Studien, dass die positive Wirkung auf die Reputation steigt, je mehr die Stakeholder, die letztlich über das Reputationsurteil richten, über die Motive der Unternehmen Bescheid wissen. Je mehr Einblick die Stakeholder in die Entscheidungsprozesse demnach haben, desto eher sind sie geneigt, den CSR-Bemühungen mit Wohlwollen gegenüber zu stehen. Ein Grund mehr, CSR Kommunikation als Teil der CSR zu implementieren und Stakeholder von Anfang an in den Kommunikationsprozess zu integrieren.

Den Artikel von [Bernd Lorenz Walter](#) Kommunikation & Reputation, Berlin am 25. Mai in seinem Blog [hier online weiterlesen](#).

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 77. Heiko Kretschmer: Neuer Eckpfeiler für PR-Werte und -Normen



„Das PR-Interview“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation](#)
Interview mit Heiko Kretschmer, Berlin zum geplanten Deutschen

Kommunikationskodex

PR-Journal: *Warum brauchen wir (außer den vorhandenen internationalen) auch noch einen Deutschen Kommunikationskodex?*

Heiko Kretschmer: Der Blick auf unsere Branche ist kritischer geworden. Die Diskussionen finden statt – unabhängig, ob es um Lobby-Aktivitäten, den Umgang mit Journalisten, PR-Inszenierungen oder Online-Spielregeln geht. Wollen wir diese Diskussion wieder offen und fair gestalten, so müssen wir unsere ethischen Grundlagen an aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen anpassen, uns selbstkritisch prüfen und unsere Profession und ihre Leistung offensiv verkaufen. Die bisherigen Kodizes spiegeln weder neue Entwicklungen in der Kommunikation wie beispielsweise Social Media wider, noch bieten sie Nachwuchskräften und Kommunikatoren konkrete Hilfestellungen, wie die praktische Umsetzung aussehen kann.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Das große Sommermenü (1) - Gruß aus der Küche



(nsb) Während der kommenden sechs Wochen formieren sich sechs sommerliche Köstlichkeiten zu einem großen Menü. Natürlich sind die Gerichte ebenso lecker, wenn sie einzeln auf den Tisch kommen. Weil sie nacheinander ein festliches Essen bilden, sind die Zutaten ausnahmsweise für acht Personen berechnet. Was sich selbst zu machen lohnt, sollte auch in der eigenen Küche entstehen. Einige Zutaten sind im Handel aber in hervorragender Qualität erhältlich, zum Beispiel Fonds. Ein Sternchen *) kennzeichnet, wann die Mühe nicht lohnt. Die wenigsten von uns haben

ja auch eine eigene Kuh im Garten stehen, weil sie der Milch im Supermarkt misstrauen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Die neuen Presseplayer - Die gesellschaftliche Aufgabe des Journalismus

Wie sieht die Zukunft des Journalismus aus? Um sich dieser Frage nähern zu können, muss man zuerst einen Schritt zurück machen und sich fragen, was Journalismus eigentlich ist beziehungsweise, welche gesellschaftliche Aufgabe er erfüllt. Bricht man diese Aufgabe so weit herunter wie möglich, ergibt das Folgendes: Informationen für eine breite Öffentlichkeit und damit die Gesellschaft sichtbar machen, Informationen so zu verbinden, dass Sachverhalte verständlich oder überhaupt erst erkennbar werden und die Grundlage, die Infrastruktur sozusagen, für einen gesellschaftlichen Diskurs bieten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Effizienz im Nachhaltigkeitsmanagement: Haltung, Strategie und Organisation zusammen helfen, das Richtige richtig zu machen



Wolfgang Griepentrog hat sich in seinem Blog mit Nachhaltigkeitsmanagement befasst. Es geht um vier Anregungen, wie Unternehmen vermeiden können, mit ganzer Leidenschaft auf die falschen Themen und Aktivitäten zu setzen und folglich keinen wirklichen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten.

Nachhaltigkeit: Der Begriff ist in aller Munde und wird fast schon inflationär gebraucht. Wer würde sich heute nicht eine nachhaltige und in umfassendem Sinne verantwortungsbewusste Unternehmensführung auf die Fahnen schreiben? Ob die Unternehmen in der Praxis diesen Anspruch immer effizient umsetzen, ist jedoch fraglich. „In zehn Jahren hat sich mehr verändert, als oft wahrgenommen wird – aber noch zu wenig, als für einen Übergang in die ressourcensparende und klimaneutrale Gesellschaft nötig ist“, bilanziert Marlehn Thieme, Vorsitzende des Rates für Nachhaltige Entwicklung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

PR, Jura, BWL? Welcher Weg führt in die PR?



Über einen [Gastbeitrag von Oliver Jorzik](#) ist Thomas Pleil auf eine Diskussion zur Frage gestoßen, welcher Weg in die PR führt. Jorzik greift einen Bericht in der Online-Ausgabe des PR-Report

auf. Tenor 1 im Bericht: Studium muss sein. Tenor 2: Jura und Wirtschaft sind Klasse für PR. Auch wenn sich in den Kommentaren schnell gezeigt hat, dass da etwas windschief dargestellt wurde, greift Pleil das Thema auf, da es seine Studierenden und die Studieninteressierten ständig bewegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (3) (23.KW-2012)

01: Die Leipzig School of Media (LSoM) hat ihr Studienprogramm überarbeitet und erweitert mit dem **Masterstudiengang "Crossmedia Management"** zum kommenden Wintersemester ihr Weiterbildungsangebot im Bereich "Digitale Medien". Das viersemestrige berufsbegleitende Studium ist auf die neuen Herausforderungen für Fachkräfte an der Schnittstelle zwischen Inhalt und Medientechnik ausgerichtet: Vermittelt werden umfangreiche und anwendungsorientierte Kenntnisse in medienübergreifender Content-Produktion, im digitalem Projektmanagement und zum Thema agile Produktentwicklung. → leipzigschoolofmedia.de

02: Das neu erschienene **Gesamtprogramm der school for communication and management (scm)** gibt einen umfassenden Überblick über alle Seminare, Intensivkurse und Tagungen für das zweite Halbjahr 2012 und erste Halbjahr 2013 in den Bereichen Interne Kommunikation, Public Relations und Social Media. Neu im Programm sind die Praxistage Interne Kommunikation 2.0, mit denen die scm im September in das 2. Halbjahr startet. In neun Workshops, Keynotes und einer Diskussionsrunde steht dort das Thema Social Media als unternehmensinternes Veränderungsprojekt im Fokus. Weitere Informationen unter: scmonline.de. Dort kann auch das aktuelle Programm heruntergeladen und bestellt werden.

03: Im August startet der 16. **PR-Beraterkurs des Instituts burcom** in Köln. Mit vier Modulen ist er jetzt noch kompakter und endet bereits im November. Ansonsten bleibt es beim bewährten Konzept: unterschiedliche Referenten, hoher Praxisbezug, intensives Arbeiten und Austausch durch kleine Gruppengröße, Vorbereitung auf die optionale Prüfung bei der AKOMM oder PZOK und der Blick auf die Besonderheiten der Non Profit-PR.

Zusatzqualifikation Non-Profit PR und Dienstleistung: Die burcom-Weiterbildung bietet zusätzlich zum allgemeinen PR-Handwerk spezielles Know-how für die PR-Arbeit in dienstleistungsorientierten Unternehmen (etwa Kommunen, Kultur und Wissenschaft, sozialen und kirchlichen Organisationen). → burcom.de

Studien

CSR auf dem Prüfstand 2012: Die Deutschen werden immer kritischer

Nachhaltig wirtschaften, fair mit Beschäftigten umgehen, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt übernehmen, das sind die Grundpfeiler von Corporate Social Responsibility (CSR). Längst ist CSR in den allgemeinen Sprachgebrauch übergegangen; da sollte man meinen, dass Unternehmen die Bedeutung von CSR erkannt und in ihre Unternehmens- wie Marketingstrategie voll und ganz integriert haben. Aber die Realität ist eine andere, wie Icon Added Value, Nürnberg, in seiner aktuellen Studie "CSR auf dem Prüfstand 2012" aufzeigt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

HiPP, Alete und BMW sind aus Sicht der Verbraucher die nachhaltigsten Unternehmen

HiPP, Alete, BMW, Miele, Bärenmarke, Landliebe, Audi, Otto, Mercedes Benz und dm sind die zehn Unternehmen, die aus Sicht der deutschen Verbraucher derzeit am nachhaltigsten agieren. Das ist das Ergebnis der diesjährigen repräsentativen Nachhaltigkeitsstudie mit mehr als 7.600 Befragten, die von Facit Research im Auftrag der Serviceplan Gruppe durchgeführt wurde. Verlierer im Ranking sind Burger King, die

Deutsche Bank, O2, KiK und der insolvente Discounter Schlecker.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software

Die dritte Auflage der seit 2001 durchgeführten Studie "Marktübersicht E-Mail-Marketing-Software" liegt nun gedruckt vor. Das Beratungsunternehmen Absolit Consulting vergleicht darin die zwanzig führenden E-Mail-Versandtools anhand von über 400 Kriterien. Auf 267 Seiten wird erläutert, worauf es beim Versand professioneller E-Mailings und Newsletter ankommt. Eine Kurzversion der Studie gibt es unter absolit.de/Studie

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (23.KW-2012)

01: Am 8. Juni begann die **Fußball-Europameisterschaft** in Polen und der Ukraine, die Aufregung und Vorfreude ist riesig. Auch bei Adidas, denn das Unternehmen erreicht als Sponsor der Fußball-Europameisterschaft und auch der deutschen Nationalmannschaft bereits vor dem Turnier einen Bekanntheitswert von 24 Prozent. Dies ergibt eine repräsentative **Studie des internationalen Marktforschungsinstitutes Ipsos**. Vor dem Turnier ist die ungestützte Sponsorenbekanntheit noch gering. Nach Spitzenreiter Adidas folgt mitinigem Abstand Coca-Cola an zweiter Stelle mit neun Prozent ein weiterer offizieller Turnier-Sponsor, der ebenfalls die deutsche Nationalmannschaft unterstützt. → knowledgecenter.ipsos.de

Termine

Termine compact (4) (23.KW-2012)

01: Die **Vorstellung des Buches "Die Kunst des EU-Lobbying - Erfolgreiches Public Affairs-Management im Labyrinth Brüssel"** von Rinus van Schendelen findet am 14. Juni in der Niederländischen Botschaft in Berlin statt. Anschliessend folgt eine Panel-Diskussion u.a. mit Ulrich Kelber, MdB (SPD) und Jens Spahn, MdB (CDU). Diskutiert werden die Themen: Welchen Einfluss haben Lobbyisten auf politische Entscheidungsprozesse? Wie kann bei der Interessenvertretung durch Verbände, Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen die erforderliche Transparenz gewahrt werden? Inwieweit profitiert die Politik von der Expertise dieser Akteure? → hbpa.eu

02: Das BMW-Magazin erscheint in 30 Sprachen in fast 160 Märkten. Die dazugehörige App ist mehrfach preisgekrönt und macht den Konzern zu einem Vorreiter im Bereich des digitalen Corporate Publishing. Dennoch sieht Robert Weiss, Leiter Verkaufsliteratur und Dialogmarketing der BMW Group, noch lange nicht das Ende der Entwicklung. Beim ersten **Innovation Day der Mülheimer Kommunikationsagentur Koob** (GPRA) betonte er die Relevanz einer stetigen Weiterentwicklung, wobei man auch Mut haben müsse, neue Wege zu erkunden. Die momentane Herausforderung sei es, den Content wieder in den Vordergrund zu rücken. → koob-pr.com

03: Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) lädt am 19. Juni nach Berlin ein, um die bisher eingegangenen Anregungen zum **DRPR-Entwurf für den Deutschen Kommunikationskodex vorzustellen und**

öffentlich zu diskutieren. Im Mittelpunkt stehen hier die Online-Diskussion und die Frage: Was zeichnet einen modernen Ethik-Kodex für PR- und Kommunikationsfachleute aus? Die Teilnehmer haben die Möglichkeit, dazu direkt mit den Ratsmitgliedern und den Podiumsgästen ins Gespräch zu kommen, Kritik, aber auch Zustimmung und konstruktive Vorschläge einzubringen. Die Anregungen aus der Veranstaltung werden in die Schlussfassung eingehen, die der DRPR im Herbst 2012 vorstellen wird. → kommunikationskodex.de

04: Ein gut gemachter Blog sollte heute Bestandteil jeder Online-Strategie für erfolgreiches Internetmarketing sein. Doch was macht einen guten Blog aus? Und wie kann man ihn optimal als Werkzeug für eine erfolgreiche SEO-Strategie nutzen? Diesen Fragen geht die nächste **Veranstaltung der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen im Rahmen der Reihe "AIKA kompakt"** nach. In Kurzvorträgen führen die Referenten Carsten Lange, Geschäftsführer der Lange und Pflanz Werbeagentur, und Meike Leopold, Start Talking, München, ins Thema ein und stellen Praxisbeispiele vor. Das Seminar findet am 5. Juli beim Deutschen Fachverlag in Frankfurt am Main statt. → aika.de

Tipps

Arbeitsrecht: Ausplaudern erwünscht

Gammelfleischskandale und Mängel in der Altenpflege: Solche Missstände in Unternehmen haben in der Vergangenheit Arbeitnehmer aufgedeckt. Doch wie weit dürfen sie dabei gehen? Von der Öffentlichkeit gefeiert, vom Arbeitgeber in die Wüste geschickt. Dieses Schicksal hat jene Arbeitnehmer ereilt, die Mängel in der Altenpflege, Geschäfte mit BSE-Rindern,

Gammelfleischproduktion oder manchen anderen Missstand in ihren Betrieben publik gemacht haben. Manchmal haben Gerichte die Kündigungen für ungerechtfertigt gehalten, manchmal aber auch nicht. Die Erkenntnis daraus: Wer Alarm schlägt, muss mit arbeitsrechtlichen Konsequenzen rechnen - und lässt es dann vielleicht lieber bleiben. Die Opposition im Bundestag will mit dieser Rechtsunsicherheit aufräumen und kritische Arbeitnehmer stärken.

Den Artikel von Caroline Freisfeld vom 31. Mai in "FAZ.net" [hier online weiterlesen](#).

Checkliste: Einige Regeln für eine professionelle Pressearbeit

Die Beachtung/Nutzung dieser Tipps helfen Ihnen, um bei den Medien als professioneller Informationslieferant anerkannt zu werden. Wenn noch was fehlt, her damit. Auch wenn Sie anderer Meinung sind oder Anmerkungen haben - Kommunikation lebt vom Dialog.

1. Personen nur einmal mit Vor- und Nachnamen nennen, danach nur noch den Nachnamen.
2. Nie Frau... oder Herr... plus Nachname schreiben.
3. **Keine akademischen Grade** (z.B. Prof. Dr. od. Dipl.-Ing.) - höchstens in Fachartikeln für Fachmedien (zur Kompetenzuntermauerung) - auch dort am besten nur zum Autorennamen am Anfang oder Ende des Artikels.
4. Die Ziffern 1 bis 12 werden in Buchstaben, ab 13 in Ziffern geschrieben.
5. Wochentage in Datumsangaben können entfallen, ebenso das Jahr (wenn es eine aktuelle Meldung, z.B. über ein Veranstaltung, ist).
6. Währungen immer nach den Zahlen anwenden, also 25 Euro (auch nicht Euro 25,--) - wir sind Journalisten, keine Buchhalter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (2) (23.KW-2012)

01: Der neue **Etat-Kalkulator 2012 aus dem creativ collection Verlag** ist ab sofort verfügbar. Er will aktuell und marktgerecht, einfach und rentabel einen Überblick über die neuen Honorarpreise, neuen Stundensätze und die neuen Kosten für Print, Produktion und Medien informieren. Damit soll man in kürzester Zeit alle Fakten für Media- und Werbekampagnen zusammenstellen: Print- & Produktionskosten, Agentur-, Foto-, Design- oder PR-Honorare, Rundfunk- und Fernsehwerbungskosten, Sportevents im TV-Bereich, Schaltkosten für Zeitungen und Zeitschriften, Verkehrsmittelwerbung und Preise für Direktmarketing. → [ccvision.de](#)

02: Das Web Excellence Forum, eine Initiative von Web- und Social Media-Verantwortlichen aus DAX- und anderen Großunternehmen, hat gemeinschaftlich **Kennzahlen und drei Verfahren entwickelt, um den Erfolg im Social Web messen**, vergleichen und verbessern zu können. Damit sind erstmals echte Leistungs- und Erfolgsnachweise gegenüber dem Management sowie stete und überprüfbare Verbesserungen von Social Media-Aktivitäten möglich. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Aktivierungsrate. Sie drückt aus, wie gut es einem Unternehmen gelingt, Nutzer durch Interaktionsangebote zur aktiven Beteiligung zu bewegen. → [webxf.org](#)

Literatur

Literatur compact (2) (23.KW-2012)

01: Im Bereich Kommunikationswissenschaft sind kürzlich zwei interessante **Neuerscheinungen des Peter Lang-Verlags** der Wissenschaften aus Frankfurt am Main auf den Markt gekommen: - Anastasiadis, Mario / Thimm, Caja (Hrsg.): **Social**

Media - Theorie und Praxis digitaler Sozialität.

Reihe: Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft - Band 10, Erscheinungsjahr: 2011. 399 Seiten 49,80 Euro. ISBN: 978-3-631-58685-3.

- Neujahr, Elke: **Wer die Reputation hat, hat die Zukunft** - Reputationsmanagement in Unternehmen. 2012. 192 Seiten. 42,80 Euro. ISBN: 978-3-631-62399-2.

02: Neu aus dem Bonner **Festland-Verlag: Oeckl Taschenbuch des Öffentlichen Lebens - Europa** 2012/2013. Ende Juli. Buch: 118 Euro, Buch+CD: 214,90 Euro. www.oeckl.de.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 4 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (69)

Volontariat/Trainee

Die 21 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- *PR-Berater/-in Schwerpunkt Food, Hamburg*
- *PR-Manager/in für namhaften Online-Kunden, Hamburg*
- *Teamleitung PR (Healthcare/Pharma), München*

- *PR-Projektleitung, Hamburg*
- *Grayling Frankfurt / Citigate Dewe Rogerson sucht ab sofort Junior Consultant (m/w)*
- *Junior PR-Berater/in, Hamburg*
- *Bachinger Öffentlichkeitsarbeit in Frankfurt sucht PR Junior Berater/in*
- *(Social Media) PR-Consultant (m/w), München*
- *Junior-PR-Berater/in oder PR-Berater/in Healthcare, Langenfeld bei Köln/Düsseldorf*
- *Junior PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Senior PR/AR Manager (m/w), München*
- *Berlin-Mitte: Berater/in PR- und Social Media (Vollzeit)*
- *Consultant und Senior Consultant für Klenk & Hoursch, Frankfurt am Main*
- *Seniorberater in China*
- *PR-Berater (m/w), Zürich*
- *PR-Berater/in Unternehmenskommunikation, Berlin*
- *PR Senior Consultant (m/w), Stuttgart*
- *PR Consultant (m/w), München*
- *Berater Healthcare (m/w), Berlin*
- *PR-Senior-Berater Food (m/w), Hamburg*
- *(Junior) Berater/in Public Relations & Social Media, München*
- *Kölner Agentur sucht Fachjournalisten/in*
- *Junior-Berater(in)/Senior-Berater(in), Düsseldorf*
- *PR-Berater/in Fashion & Lifestyle, Düsseldorf*
- *Verantwortlicher Projektleiter (m/w), Köln*
- *PR Berater/in in internationaler PR-Agentur, München*
- *PR-Redakteur (m/w) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen, Hamburg*
- *Junior Account Manager PR Schwerpunkt Versicherungen/Finanzen, Hamburg*
- *PR-Berater (m/w) gesucht. Pack die Gummistiefel ein!*
- *Junior-PR-Berater (m/w) gesucht. Pack die Gummistiefel ein!*
- *PR-Redakteur/PR-Berater (m/w) gesucht, Heidelberg*
- *PR-Juniorberater(in) Unternehmenskommunikation, Frankfurt*

Unternehmen

- *Journalist (m/w) für Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei der HafenCity GmbH in Hamburg*
- *Mitarbeiter/in Corporate Media Management (50%), Koblenz*
- *Online-Redakteur (w/m), Altendorf (Schweiz)*

- *PR-Manager (m/w), Bad Camberg*
- *YOUNG PROFESSIONAL PR/MARKETING (m/w), Braunschweig*
- *PR - BERATER INTERNATIONAL (m/w), Frankfurt*

Verbände (Non-Profit)

- *BREKO sucht Referenten für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w), Bonn*
- *Mitarbeiter (m/w) Kommunikation, Wiesbaden*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 11. Juni 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **12.765 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Rubrik: "SocialMedia"; Stefan d'Hone (sdh), Hamburg (redaktion[at]pr-journal.de); Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kerlikowskys Kommentar"; Ursel Reineke, Heidelberg (u.reineke[at]pr-journal.de); Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Salz&Pfeffer&Senf"; Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte + Gerichte"; Cornelia Wüst

(cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Reputation Management".

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

Korrespondenten + Autoren + Rezensenten

2010/2011/2012: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen [Serviceseite dokumentiert](#).

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
Telefon: +49 (0)2241 201.30.60
Telefax: +49 (0)2241 201.30.61
Mobilfon: +49 (0)160 9463.57.77

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

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>; <http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>.