

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 343 / 26. KW 2012

Vom 03. Juli bis zum 28. August erscheint in der Sommerpause wie üblich unser Newsletter 14-tägig - **die nächste Ausgabe also am 17. Juli** (und die mache ich dann wieder mal von Langeoog aus). Aktuelles und Wichtiges finden Sie im Juli und August natürlich wie immer online auf unserer Homepage (auch mobil). Eine schöne Sommerzeit!

Hier das **Inhaltsverzeichnis** des 343.

Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 57 Einzelmeldungen):

1. *Susanne Marell übernimmt den Chefposten bei Edelman Deutschland*
2. *Leser über Wirtschaftsjournalisten: "Wir vertrauen Euch nicht!"*
3. *Neue Ketchum-Führung in New York*
4. *Arnd Festerling wird Chefredakteur der "Frankfurter Rundschau"*
5. *Personalien compact - Sonstige (7) (26.KW-2012)*
6. *Personalien compact - Agenturen (5) (26.KW-2012)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (13) (26.KW-2012)*
8. *Ausschreibung: Wiesbaden braucht kommunikative Begleitung*
9. *Etats compact (11) (26.KW-2012)*
10. *62 Finalisten für den Deutschen PR-Preis 2012*
11. *Branche compact (7) (26.KW-2012)*
12. *IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 1. Quartals 2012*

13. *Medien compact (5) (26.KW-2012)*
14. *Charles Schmidt: Aus Zielgruppen wurden Gesprächspartner*
15. *Ein Jahr Google+: Sozialer Klebstoff und viele Männer*
16. *(N)ONLINER Atlas 2012: Silversurfer holen auf*
17. *Social Media compact (2) (26.KW-2012)*
18. *Reputation: Hipp erhält Goldenen Windbeutel 2012*
19. *Kerlikowsky über... hohe Schulden, die täglich höher werden*
20. *Gericht: Das große Sommermenu (3) - Spargelsalat mit Steinbutt*
21. *Allroundtalent „Blog“*
22. *Wie PR die Cannes-Löwen verändert und umgekehrt*
23. *PR & Social Media Volontariat: "Auf zwei Beinen steht man besser"*
24. *Begriffserklärung – Was kann das: Coaching, Training und Karriereberatung?*
25. *Bildung compact (4) (26.KW-2012)*
26. *Weber Shandwick: Krisenmanagement gehört in Portfolio erfolgreicher CCOs*
27. *Studien compact (1) (26.KW-2012)*
28. *Change Management - Hype, Frust oder echte Veränderung?*
29. *Leistungsschutzrecht – ein Gesetz aus Schilda*
30. *Tipps compact (1) (26.KW-2012)*
31. *Fabian Gerstenberg: Journalistenkontakte. Wie erreiche ich Journalisten im Social Media-Zeitalter?*
32. *Literatur compact (1) (26.KW-2012)*
33. *Stamm Medien-Newsletter Juli 2012*
34. *PR-Journal: 36.423 Visits im Juni 2012*
35. *Jobbörse*
36. *Impressum*

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Sommerzeit-Grüßen

Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ-Team



Susanne Marell übernimmt den Chefposten bei Edelman Deutschland

Die internationale PR-Agentur Edelman ernennt



Susanne Marell zum 1. September zum CEO von Edelman Deutschland in Frankfurt am Main. Marell. Sie war bis zum 30. Juni VP Corporate Brand Management bei der BASF SE in

Ludwigshafen und folgt auf Cornelia Kunze, die ab 1. Oktober ihre neue Funktion als Vice Chairman, Edelman Asia Pacific in Mumbai antreten wird. Marell und Kunze planen für September eine intensive einmonatige Staffelübergabe. Während Kunze die Leitung der Agentur vom Hamburger Büro aus gesteuert hat, wird Marell ihren Sitz in Frankfurt am Main haben. Marell berichtet dann direkt an Robert Phillips, President & CEO der EMEA Region, und wird wie ihre Vorgängerin Mitglied des EMEA Executive Committees sein. Edelman Deutschland ist nach Großbritannien die zweitgrößte Niederlassung von Edelman EMEA. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Leser über Wirtschaftsjournalisten: "Wir vertrauen Euch nicht!"

Eine neue Studie zeigt: Leser wollen eine Wirtschaftsberichterstattung, die vor allem die gesellschaftspolitischen Auswirkungen stärker berücksichtigt und den Verantwortlichen den Spiegel vorhält und Grenzen aufzeigt. "Wir

vertrauen Euch nicht!" - das denkt knapp die Hälfte der Printleser (47 Prozent) der Republik über Wirtschaftsjournalisten. Zumindest, wenn man einer Studie des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim und der ING-DiBa Glauben schenkt, die am Dienstagabend in Frankfurt vorgestellt wurde. Das Ergebnis lässt auf einige Missstände zwischen der täglichen Wirtschaftsberichterstattung und der Erwartungshaltung der Leser schließen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Neue Ketchum-Führung in New York

Rob Flaherty (52), Senior Partner and President von Ketchum in New York (USA), übernimmt am 1. Juli zusätzlich die Position des CEO der internationalen Kommunikationsagentur. Raymond L. Kotcher (60), Senior Partner und CEO, übernimmt gleichzeitig die neue Position des Chairman. Als Leiter des größten Ketchum-Office in New York zählt Flaherty seit langem zu den profiliertesten Beratern der Kommunikationsbranche. Rob Flaherty und Ray Kotcher arbeiten bereits seit mehr als einem Jahrzehnt in der Führung von Ketchum zusammen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Arnd Festerling wird Chefredakteur der "Frankfurter Rundschau"

Die Gesellschafter der Frankfurter Rundschau berufen zum 1. Juli Arnd Festerling (51) zum

--	--	--

Chefredakteur. Festerling tritt die Nachfolge von Uwe Vorkötter an, der künftig dem Vorstand der Mediengruppe M. DuMont Schauberg als Berater für digitale Projekte zur Seite steht. Arnd Festerling leitet zurzeit die Stadredaktion Frankfurt sowie die Regionalredaktion Rhein-Main der Frankfurter Rundschau; zuvor war er Ressortleiter Politik/Wirtschaft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (7) (26.KW-2012)

01: **Bernhard Wiesinger** (44) übernimmt die Leitung der Interessenvertretung im ÖAMTC in Wien (AT), er verantwortet damit die Bereiche Lobbying (Public Affairs) und Medien (Public Relations). Der studierte Publizist und Jurist war in den vergangenen zehn Jahren bei Hutchison 3G Austria, zuletzt als Director Public Affairs tätig. Er folgt auf **Sabine Fichtinger**, die nach einer Bildungsauszeit Ende September den Club verlassen wird.

02: **Sebastian Lange**, Chefredakteur des Magazins "politik und kommunikation" (p&k), verlässt den Helios Media Verlag in Berlin und wird Mitglied der Redaktionsleitung bei "Welt Online" des Axel Springer Verlags in Berlin. Zu p&k kam er im April 2008 von der "Braunschweiger Zeitung", wo er seit Januar 2006 tätig war, zunächst als Assistent der Chefredaktion, später als Redakteur.

03: **Ella Wassink** (44) hat als Mitglied der Geschäftsleitung der Deutschen Morbus Crohn/Colitis ulcerosa Vereinigung in Berlin das Referat Politik und Kommunikation übernommen. Zuvor war sie seit Oktober 1998 Referentin Öffentlichkeitsarbeit beim Deutschen Presserat in Berlin. Wassink folgt auf **Burckhard Storck**, der den Patientenverband verlassen hat.

Mal was mit Social Media machen. Oder doch nicht?

Strategie bei Lautenbach Sass.

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

04: **Christian Henkes** (40) ist neuer Pressesprecher des Hessischen Kultusministeriums in Wiesbaden. Der langjährige Fernsehjournalist (ZDF / Deutsche Welle TV) und Public Affairs Manager (BASF) folgt auf **Horst-Günter Herold**, der eine andere Funktion innerhalb des Ministeriums übernommen hat.

05: **Andreas Siefke** (geschäftsführender Gesellschafter bei KircherBurkhardt) bleibt Vorsitzender des des Forum Corporate Publishing (FCP). Auf der Mitgliederversammlung wurde der Vorstand in seinem Amt bestätigt. Neu gewählt wurde **Christian Fill** (Geschäftsführer, Burda Creative Group) als stellvertretender Vorsitzender. Fill war vorher bereits als berufender Bereichsvorstand für Digitale Medien im Vorstand aktiv. **Ralf Ansorge** (Geschäftsführer, Profilverwerkstatt) behält den Beisitz als drittes Vorstandsmitglied. **Urs Arnold** (Geschäftsführer, Arnold.KircherBurkardt) bleibt weiterhin Vorstand

für die Schweiz sowie **Klaus Lerch** (Geschäftsführer, Egger und Lerch) für Österreich. → forum-corporate-publishing.de

06: **Rita Fritsch** (43) hat die Position der Leiterin Kommunikation und Marketing bei dem Spitzencluster M•A•I Carbon in Augsburg übernommen. Zuvor hat die zertifizierte PR-Beraterin als Senior Managerin für Medienkooperationen und PR bei der DAB Bank (Unicreditgroup) gearbeitet und die Deutschen Technologiesdienst freiberuflich betreut.

07: **Michael Suck** ist neuer Chefredakteur der Zeitschriften PC Magazin und Internet magazin sowie des Onlinemediums magnus.de PC Magazin der Weka Media Publishing. Zuvor war er seit Juli 2010 Chefredakteur und Senior Berater bei heller & partner communication in München Suck folgt auf **Wolfgang Koser**, der das Unternehmen verlassen hat.

Personalien compact - Agenturen (5) (26.KW-2012)

01: **Alexander Schell** (44) vervollständigt die Geschäftsführung von Kienbaum Communications in Gummersbach Er soll die Bereiche Online & Interactive, Personalanzeigen und das Geschäftsfeld "Medien der neuen Generation" federführend betreuen. Der frühere Leiter des Stellenmarkts der "Frankfurter Allgemeinen Zeitung" und des "VDI Verlags" folgt auf **Thomas Kleb** und wird gemeinsam mit **Erik Bethkenhagen**, der weiterhin die gesamte nationale und internationale Kommunikation der Kienbaum-Gruppe sowie das Beratungsfeld Employer Branding verantwortet, die Leitung der Agentur übernehmen.

02: **Melanie Sommer-Jöst** (39), **Sandra Ratsch** (39), **Anne Fischer** (37) und **Michael Hetzinger**

(30) erweitern ab sofort das Geschäftsleitungs-Board der Berliner Lifestyle PR-Agentur Schröder+Schömbbs PR. Sommer-Jöst verantwortet die Personalentwicklung innerhalb der Agentur. Ratsch betreut den Bereich Kundenbeziehungen. Fischer kümmert sich um die agenturinterne Strukturierung und Optimierung der Arbeitsprozesse. Hetzinger ist zuständig für den Bereich New Business, gemeinsam mit Kreativ-Direktor Herbert Schmitz. Die Vier gehören schon lange zu der Agentur und werden neben den neuen Zuständigkeitsbereichen auch weiterhin in der Kundenbetreuung aktiv sein.

03: **Rebecca Herrmann** verantwortet als Projektleiterin den Aufbau des Münchener Büros der Kommunikationsagentur Zamkom mit Hauptsitz in Köln. Sie kam im Januar 2011 vom Medienkontor Mahkorn in Köln, wo sie seit Februar 2000 als Redakteurin, Projekt- & PR-Managerin tätig war.

04: **Mario Gongolsky** (45) startet bei fuchs media consult in Gummersbach als Redakteur und Berater, insbesondere in den Bereichen Broadcasting und Internet. Der Technik- und Medienjournalist war als Freiberufler über zwei Jahrzehnte regelmäßig für rund 30 Fach- und Publikumszeitschriften sowie als Moderator und Dozent diverser Branchenveranstaltungen im Einsatz.

05: **Anna Zinke** (29) kommt als Senior Account Managerin zu Willich Communications in Hamburg zurück, sie war bereits von Januar 2006 bis März 2010 als Account Managerin in der Agentur tätig. Zwischenzeitlich machte sie einen Abstecher zu den Hamburger Nachbarn von Faktor 3 (GPRA) als PR-Beraterin.

Personalien compact - Unternehmen (13) (26.KW-2012)

01: **Thomas Schlicher** ist neuer Leiter Marketing Communication bei Wieland Electric in Bamberg. Davor war er seit November 2007 Leiter Business Unit Electronic des Unternehmens.

02: **Yvonne Dünser** (46) wird am 1. November neue Leiterin Unternehmenskommunikation und Mediensprecherin der Rhätischen Bahn (RhB) in Chur (CH). Die Journalistin moderierte seit 2002 bei Schweizer Radio DRS 1 in Zürich (CH) und wechselte im April 2012 zur DRS Musikkwelle. Dünser wird Nachfolgerin von **Peider Härtli** (62), der Ende Februar 2013 nach 24 Jahren bei der RhB in den Ruhestand treten wird.

03: **Jean Guido Servais** verantwortet als neuer Marketing-Chef die Marketing- und PR-Aktivitäten für Kontinentaleuropa von J.P. Morgan Asset Management in Frankfurt am Main. Der diplomierte Kaufmann leitet seit seinem Start im Juni 2006 die Marketing und PR-



Aktivitäten bei J.P. Morgan Asset Management in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

04: **Friedhelm Behrens** (47) verstärkt vorübergehend das Presseteam bei dem Regionalversorger swb in Bremen und entlastet damit **Angela Dittmer** und **Christoph Brinkmann** im Tagesgeschäft. Dittmer übernimmt vertretungsweise die Pressearbeit für swb in Bremerhaven. Behrens ist seit 2009 in der Unternehmensentwicklung der swb als Projektleiter mit der Erarbeitung der Konzernstrategie betraut.

05: **Dirk Haushalter** (37) ist neuer Head of Corporate Communications bei Bosch Packaging Technology in Waiblingen. Er kommt von der zentralen Bosch-Unternehmenskommunikation in Stuttgart, wo er seit August 2007 Pressesprecher für Personal- und Wirtschaftsthemen war.

06: **Stefan Zuber** (46) übernimmt die Leitung der Unternehmenskommunikation des Telekommunikationsunternehmens Gigaset in München. Zuvor verantwortete er die Kommunikation von Nokia Siemens Networks in

Deutschland und weltweit für den Bereich Operations.

07: **Christopher Lang** (25) ist in neu geschaffener Position Pressesprecher und Projektscout bei der Schwarmfinanzierungs-Plattform bestBC in Frankfurt am Main. Zuvor war er seit April 2009 Bundespressesprecher und Teammitglied der Piratenpartei Deutschland.

08: **Nadine Marie Kellner** wird als Marketing-Managerin die Bereiche Corporate Identity und Corporate Design bei KACO new energy in Neckarsulm übernehmen. Die Diplom-Designerin kommt aus dem internationalen Brand Management. Der bisherige Marketing-Manager **Andreas Schlumberger** verantwortet den gesamten Bereich Corporate Communications. Daneben wird er auch weiterhin als Unternehmenssprecher fungieren.

09: **Anja Dobes** übernimmt am 1. September bei Hotelplan Suisse in Glattbrugg (CH) die Position der Stellvertretenden Leiterin Unternehmenskommunikation & Verantwortliche Nachhaltigkeit. Seit Juni 2008 arbeitete sie in unterschiedlichen Funktionen in der Abteilung "Purchasing & Production" bei Ticketexpress, dem Flugschein-Broker von Hotelplan Suisse. Dobes folgt auf **Valentin Handschin**, der sich nach dreijähriger Tätigkeit bei Hotelplan Suisse für eine berufliche Auszeit entschieden hat.

10: **Henning Juknat** (35) wird neuer Marketing Communication Officer von D&M Germany in Nettetal, er betreut mit Denon in Deutschland und Österreich sowie Marantz und Boston Acoustics für den deutschen Markt die drei Kernmarken des Unternehmens. Der frühere Pleon-Berater war zuvor mehrere Jahre als Public Relations Manager D/A/CH bei THQ Entertainment in Krefeld tätig. Juknat folgt auf **Sebastian Beyer**, der sich als Senior Marketing Communication

120 Presseportale für Sie



Versenden Sie mit 1 Mausklick Ihre Pressemeldungen an 120 Online-Presseportale!

Jetzt 14 Tage kostenlos testen: www.connektar.de

connektar.
IDEAL FÜR AGENTUREN

Officer auf europäischer Ebene bei D&M um internationale Aufgaben kümmert.

11: **Bärbel Arnold-Mauer** (54) ist Vice President Corporate Brand Management in der BASF-Kommunikation in Ludwigshafen. Sie begann 1988 bei BASF ihre Tätigkeit in der Forschung für Technische Kunststoffe, seit Anfang 2010 war sie als Vice President Leiterin der Unterabteilung Plastics Affairs & Communications tätig. Arnold-Mauer folgt auf **Susanne Marell** (48), die den Chemie-Konzern verlässt, um im Oktober CEO von Edelman Deutschland zu werden.

12: **Chérine De Bruijn** (26) ist neue Senior PR Managerin bei dw capital in Köln In der neu geschaffenen Position übernimmt sie die Außenkommunikation des Unternehmens, die PR-Beratung der beteiligten Start-Ups und die Inhouse-Produktkommunikation. Die studierte PR- und Kommunikationsmanagerin verantwortete zuvor als PR Managerin die Corporate Communications der

Agentur denkwerk in Köln, wo sie seit 2007 tätig war.

13: **Daniel Ott** betreut als neuer Public Relations Manager die Öffentlichkeitsarbeit von Huawei Technologies Deutschland in Berlin. Er war zuvor als Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Netzwerk für die Digitale Gesellschaft Initiative D21 in Berlin tätig. **Ingobert Veith** hat Anfang 2012 seine Tätigkeit als Government Relations Manager im Hauptstadtbüro von Huawei Technologies aufgenommen und betreut die regulatorische Arbeit des Unternehmens. Er arbeitete vorher für die Unternehmensberatung Prognos in Berlin. **Franziska Helbig** kam im April von der Deutschen Telekom zu Huawei Technologies. Sie betreut als Public Affairs Managerin die Unternehmensthemen im Bereich Corporate Social Responsibility.

Etats

Ausschreibung: Wiesbaden braucht kommunikative Begleitung

Die TriWiCon (Eigenbetrieb der Landeshauptstadt Wiesbaden) plant nach Vorgabe der Landeshauptstadt Wiesbaden den Neubau eines Verwaltungs- und Kongresszentrums in Wiesbaden, welches die heutigen Rhein-Main-Hallen vollständig ersetzen wird. Während des Neubauprozesses besteht Bedarf an einer begleitenden Kommunikationsleistung, um umfassend die unterschiedlichen Zielgruppen über den Projektstatus zu informieren. Nach Vorgabe der Landeshauptstadt Wiesbaden soll eine lokale Bürgerbeteiligung während der Planungs- und Bauphase des Neubaus der Rhein-Main-Hallen mit den entsprechenden PR- und PA-



Maßnahmen begleitet werden, im Besonderen der Umgang mit Bürgerbegehren und Bürgerinitiativen.
→ ted.europa.eu

Etats compact (11) (26.KW-2012)

01: Inficon, Köln

was: *Pressearbeit*

an: **Möller Horcher Public Relations**, (GPRA), Offenbach

02: WGV-Versicherungsgruppe, Stuttgart

was: *Social Media Aktionen für die*

Direktversicherung wgv-himmelblau.de

an: **Château Louis**, Ludwigsburg

03: Ring Vier Business Media, Berlin

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das neue Wirtschaftsmagazin "bizz energy today"*

an: **Doebler PR Berlin**

04: Bürgerschaftsbank Sachsen (BBS), Dresden

was: *Konzeption, Organisation und Umsetzung des Wettbewerbs "Sächsischer Meilenstein"*

an: **Neuland PR**, Leipzig

05: axxessio, Köln

was: *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Konzeptionierung und Durchführung halbjährlicher Fachtagungen*

an: **Bonne Nouvelle**, Bonn

06: VDD IQware, Eindhoven (NL) / Düsseldorf

was: *Öffentlichkeitsarbeit*

an: **Lewis Communications**, Düsseldorf

07: Wagner Tiefkühlprodukte, Nonnweiler
 was: *Publikums-PR, für das Unternehmen Wagner und seine Marken und Produkte*
 an: **Rosmanith & Rosmanith (R&R)**, Wiesbaden

08: Atlantic Multipower Germany, Hamburg
 was: *alle PR-Aufgaben für die Marke Multipower Sportsfood in Deutschland, Österreich und die Schweiz*
 an: **eastside communications**, München

09: London City Airport (LCY)
 was: *Agenturpartner für Medienarbeit und strategischen Beratung in der Schweiz, Spanien, Irland und England*
 an: **Grayling Schweiz**, Zürich (CH)

10: Sophos, Mainz
 was: *Kommunikationsstrategie für Complete Security-Portfolio in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
 an: **Hotwire Public Relations**, München

11: Selligent, München
 was: *PR-Etat*
 an: **dot.communications**, München

Branche

62 Finalisten für den Deutschen PR-Preis 2012

Die 38-köpfige Jury mit Führungskräften aus Kommunikationswirtschaft, Wissenschaft und Verbänden hat in einem mehrstufigen Abstimmungsverfahren insgesamt 62 Finalisten für den Deutschen PR-Preis 2012 benannt. Die zweitägige Jurysitzung fand auf Einladung der Robert Bosch GmbH in Stuttgart statt. Mit 345 Einreichungen, darunter 58 Kampagnen von

DAX-Unternehmen, wurde in diesem Jahr die Beteiligung um 20 Prozent gesteigert. Die meisten Einreichungen waren in den Kategorien Verantwortungskommunikation und CSR, Corporate Media sowie Inszenierung und Live-Kommunikation zu verzeichnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (7) (26.KW-2012)

01: **Am 26. Juni eröffnete die Agenturgruppe fischerAppelt (GPRA) mit Hauptsitz in Hamburg offiziell die neuen Agenturräume in Köln.** Rund 130 Gäste feierten zusammen mit den fischerAppelt-Vorständen Andreas Fischer-Appelt, Bernhard Fischer-Appelt und Frank Behrendt vor Ort. Die Agenturen fischerAppelt, relations und Fork Unstable Media betreiben ab sofort ein 600 Quadratmeter großes, gemeinsames Büro im Krankenhaus Süd im Kölner Rheinauhafen. Seit der Eröffnung der ersten NRW-Standorte Anfang letzten Jahres ist die Födertion der Ideen mit mittlerweile rund 20 Mitarbeitern vor Ort. Neben der neuen Hauptfiliale in Köln können bedarfsgerecht auch flexible Hubs in Düsseldorf oder Essen eingesetzt werden. → fischerappelt.de

02: **Das Redaktionsbüro stasskomm in Berlin und EtaMedia Energiekommunikation in Steinhagen haben das "PR-Netzwerk Energie & IT" ins Leben gerufen.** Georg Staß und Gerhard Großjohann, Inhaber der Agenturen, bündeln auf diesem Wege ihre langjährigen Erfahrungen in der Agentur- und Redaktionsarbeit. Im Verbund wollen sie zukünftig Unternehmen, die Lösungen und Dienstleistungen im Bereich Energiewirtschaft & IT bieten, bei der professionellen Gestaltung ihrer Kommunikationsaktivitäten unterstützen. itäten. → etamedia.de

03: **Das Netzwerk von inhabergeführten, unabhängigen PR-Agenturen, Worldcom Public**

Relations Group, stellt sich weltweit neu auf und sucht einen Managing Director, der die Organisation ab 2013 leiten soll. Seit 17 Jahren wird das Netzwerk von COO Daisy Guthin und einem gewählten Group Board geleitet. Für das Jahr 2013 hat Guthin ihren Rückzug aus der Organisation angekündigt. → hbi.de

04: Die Bedeutung von Corporate Publishing im Unternehmens-Kommunikationsmix nimmt zu und weitet seinen Einfluss innerhalb der Customer Journey durch die Verknüpfung von Content & Commerce erheblich aus. 85 Prozent der Unternehmen im deutschsprachigen Raum setzen für ihre Kommunikation gedruckte oder digitale Corporate Publishing-Medien ein. Die Investitionen der Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz liegen jährlich bei 4,7 Milliarden Euro - ein Plus von über sechs Prozent im Vergleich zu 2010. → cpmonitor.de

05: Im Zuge der Globalisierung bauen mehr und mehr kleine und mittelständische Unternehmen auch ihre Aktivitäten über die Landesgrenzen hinaus aus. Um ihren Bekanntheitsgrad zu steigern, ziehen einige Pressearbeit vor Ort in Betracht – aber wie? Hindernisse wie Sprachbarrieren, kulturelle Unterschiede und Unkenntnis der Medienlandschaft türmen sich scheinbar unüberwindlich auf. Dies hat die Neusser Agentur Blue Moon Communication Consultants schon früh erkannt und sich ein weltweites Netzwerk an Partneragenturen aufgebaut, mit denen Blue Moon seine Kunden, mittelständische deutsche Unternehmen, bei der Mission "Internationale PR" unterstützt. → bluemoon.de

06: Der Albert-Oeckl-Wissenschaftspreis ist ein von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) und der BASF gestifteter Nachwuchs-Preis. Er wird in der Regel im Zweijahresrhythmus verliehen und soll

herausragende wissenschaftliche Abschlussarbeiten prämiieren und damit den PR-Nachwuchs fördern. Eingereicht werden können Bachelorarbeiten, Magister-, Master- Magister-, und Diplomarbeiten sowie Dissertationen, die sich mit einem PR-Thema in inhaltlich ergiebiger und innovativer Weise auseinandersetzen. Der Preis ist mit jeweils 1.500 Euro dotiert. → dprg.de

07: Der zehnte BCP-Kongress "Content & Commerc – Mit Inhalten besser verkaufen" fand am 27. Juni in Berlin statt. Bei der feierlichen Awardverleihung wurden vor 660 Gästen unter der Schirmherrschaft von Bundeswirtschaftsminister Philipp Rösler (FDP) die 40 Goldpreisträger in 36 Kategorien sowie vier Sonderpreisträger der **BCP-Awards ausgezeichnet**. Ausserdem hat die BCP-Jury aus über 700 Einreichungen 158 Silberpreisträger ermittelt. → bcp-award.com

Medien

IVW-Zahlen der PR-Branchenpresse des 1. Quartals 2012

Die IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern), Berlin hat die Auflagenzahlen und Verbreitung der gedruckten Fachpublikationen der PR-Branche bekannt gegeben. Hier die wichtigsten IVW-Zahlen und die prozentualen Veränderungen der Quartale III/2011 und IV/2011 im Überblick:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (5) (26.KW-2012)

01: Es ist eine der großen Herausforderungen der Globalisierung, dass Menschen das Recht auf Bildung für sich einfordern können. Medien müssen dies unterstützen. Dies sagte Intendant Erik

Bettermann zum **Abschluss des Deutsche Welle Global Media Forum**. Drei Tage hatten mehr als 2.000 Teilnehmer aus über 100 Ländern in Bonn zum Thema Kultur, Bildung, Medien Zukunft lebenswert gestalten diskutiert. Bettermann sagte, die Debatten der interdisziplinären Konferenz hätten schon jetzt ein weltweites Echo in alten und neuen Medien gefunden. Er sei überzeugt, dass die rund 500 journalistischen Teilnehmer des Forums viele Impulse mitnehmen, welche Themen es besonders lohnen, Bewusstsein für die Bedeutung von Bildung zu schaffen. → dw.de

02: Die Zeitungen erreichen mit ihren Web-Angeboten zwei von fünf (38,6 Prozent) Deutschen. Das entspricht einer Reichweite von 27,1 Millionen Unique Usern im durchschnittlichen Monat (Januar bis März 2012). Damit stellen die Zeitungen in ihrer Gesamtheit weiterhin das reichweitenstärkste Angebot im Internet – vor T-Online und eBay. Gerade in der jungen Zielgruppe der 14 bis 29-Jährigen ist die Reichweite signifikant auf jetzt 62,6 Prozent gestiegen. Seit Ende letzten Jahres (vgl. AGOF Internet facts 2011-11) ist allein in dieser Zielgruppe ein Wachstum von mehr als zehn Prozent zu verzeichnen. Damit bestätigt sich der Trend, den schon die JIM Studie im Herbst letzten Jahres ausgewiesen hat: Junge Menschen lesen immer häufiger online Zeitung. → die-zeitungen.de

03: Der 1. Deutsche Zeitungsgipfel könnte der Startschuss für eine völlig neue Qualität im Kampf gegen die Gratiskultur im Netz sein. Jan Bayer, Vorstand Welt-Gruppe und Technik im Axel Springer Verlag, nutzte seine Keynote für einen flammenden Appell: "Wir müssen in Angriffsmodus schalten, statt uns permanent zu verteidigen. Paid Content muss Standard in der Branche werden. Was wir brauchen, sind flächendeckende Bezahlmodelle. Und vielleicht

geht von diesem Kongress heute ein zündendes Signal aus." Springer werde nach der erfolgreichen Einführung eines Paid-Content-Modells beim "Hamburger Abendblatt" noch in diesem Jahr "auf jeden Fall mit weiteren Medien folgen". → horizont.net

04: Das war ein ganz schönes Brett, das Rolf-Dieter Lafrenz, Geschäftsführer der Schickler Unternehmensberatung, Anfang dieser Woche auf dem 1. Deutschen Zeitungsgipfel präsentierte. Laut einer exklusiv mit "Horizont" durchgeführten Studie gehen satte 92 Prozent der befragten Geschäftsführer deutscher Regionalverlage davon aus, dass sich Paid Content in ihrem Business durchsetzen wird. (...) Allerdings: Bislang klafft zwischen Vision und Wirklichkeit noch eine große Lücke. Lafrenz: "Von den in der Studie untersuchten Top-30-Regionalzeitungen haben derzeit gerade einmal vier Verlagsobjekte echte Paid-Content-Modelle, die über ein E-Paper-Angebot oder iPad Angebot nennenswert hinausgehen." Ansonsten herrscht im World Wide Web auch bei den regionalen Zeitungsanbietern nach wie vor noch die Devise: Alles gratis. → horizont.net

05: Das Erste und das ZDF haben den TV-Monat Juni haushoch gewonnen. Erwartungsgemäß hat die Fußball-EM die beiden Sender deutlich vor die Konkurrenz geschoben. (...) Mit ihren Marktanteilen von 15,9% und 15,5% verbesserten sich Das Erste und das ZDF gegenüber dem Mai um 4,7 bzw. 3,4 Prozentpunkte. RTL erreichte nur 10,6%, Sat.1 gar nur 8,9%. Der Sender ist mit einem Minus von 1,6 Zählern gleichzeitig der größte Verlierer des Monats. ProSieben verlor einen Punkt und muss sich diesmal sogar mit Platz 6 noch hinter Vox zufrieden geben. → meedia.de

Social Media

Charles Schmidt: Aus Zielgruppen wurden Gesprächspartner



Interview mit Charles Schmidt, Corporate Social Media Officer, Corporate Communications, Kronos AG, Neutraubling

Das Interview wurde geführt von Helge Weinberg, Strategie &

Kommunikation, Hamburg (Viertes Interview von fünf).

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

Charles Schmidt: Mit einem Satz: Aus Zielgruppen wurden Gesprächspartner. So schön das klingt, für die Unternehmenskommunikation kommt es aber zumindest einem gefühlten Kontrollverlust gleich, denn in Zeiten von Social Media bestimmt die Kommunikationsabteilung nicht mehr alleine über Inhalte, Reichweite und vor allem nicht über die Resonanz darauf.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ein Jahr Google+: Sozialer Klebstoff und viele Männer

Am 28. Juni 2011 startete Google+. Aus dem gehypten Facebook-Konkurrenten soll innerhalb eines Jahres eine Geisterstadt geworden sein, sagen manche. Unseriöse Studien seien ein Grund für diese Einschätzung, sagt Google-Sprecher Stefan Keuchel, Hamburg.

WDR.de: Wie fällt Ihre Bilanz nach einem Jahr Google Plus aus?

Stefan Keuchel: Wir sind entgegen anderslautender Presseberichte sehr zufrieden. Es ist das Produkt mit dem stärksten Wachstum, das Google jemals hatte. Aktuell hat Google+ 250 Millionen registrierte Nutzer. Davon sind 75

Millionen täglich und 150 Millionen im Monat auf Google+ aktiv.

Das WDR-Interview von Insa Moog mit Stefan Keuchel vom 28. Juni [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

(N)ONLINER Atlas 2012: Silversurfer holen auf

Die aktuellen Zahlen des (N)ONLINER Atlas 2012 der Initiative D21 weisen nur noch einen leichten Anstieg der Internetnutzung um 0,9 Prozentpunkte im vergangenen Jahr in Deutschland aus. Damit sind 75,6 Prozent der Deutschen online. Die Hürde von 75 Prozent Internetnutzern in Deutschland wurde erstmals knapp überschritten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (2) (26.KW-2012)

01: **General Motors mag Facebook wieder.** Erst hat General Motors kurz vor dem Facebook-Börsengang unter großem Getöse verkündet, Facebook-Werbung sei ineffizient, jetzt rudert das Unternehmen zurück. → Artikel bei [Horizont.net](#)

02: **Facebook launcht Seitenmanager-App.** Seit 26. Juni ist die App "Facebook-Seitenmanager" auch endlich in Deutschland verfügbar und bietet fast alle Funktionalitäten, die man sich als Betreiber einer Facebook-Seite von einer App verspricht. → Artikel bei [meedia.de](#)

Reputation Management

Hipp erhält Goldenen Windbeutel 2012

(cw) Geht es um das Thema Reputation und Nachhaltigkeit ist die Zielgruppe Kinder für

Hersteller ein besonderes Reputationsrisiko und führt zu erheblichen Verlusten in der Wertschöpfungskette. Besonders dann, wenn ein Unternehmen wie Hipp nicht nur schon öfter für negative Schlagzeilen gesorgt hat, sondern in ihrer Werbung immer wieder in die Glaubwürdigkeitsfalle tapsen. Die Organisation Foodwatch hat dem Hersteller von Baby-Nahrung für ihre 'Werbelüge des Jahres' für den Hipp-Früchte-Instant-Tees für Kinder ab einem Jahr den 'Goldenen Windbeutel 2012' verliehen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowsky über... hohe Schulden, die täglich höher werden



Guten Tag! Sie gehören zu denen, die aktiv und erfolgreich im Arbeitsleben sind und die für schlechtere Zeiten vorgesorgt haben? Sie haben gut geplant, so dass die Ausbildung der Kinder gesichert ist und auch Ihre Altersversorgung? Sie werden, wie immer zur Sommerzeit, mit der Familie oder Freunden beruhigt in den Urlaub fahren? Dann genießen Sie ihn; denn wer weiß, wie lange Sie sich einen solchen Luxus leisten können. Schließlich haben Sie hohe Schulden, die täglich höher werden und die Sie irgendwann bezahlen müssen. Unsinn?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Das große Sommermenu (3) - Spargelsalat mit Steinbutt

(nsb) Am 24. Juni wird zum letzten Mal Spargel gestochen – in den deutschen Anbaugebieten. Den für unser Gericht benötigten grünen Spargel bekommt man über den ganzen Sommer. Und wer die Steinbutt- durch Schollenfilets ersetzt, die Gambas durch Nordseekrabben, setzt nicht nur auf hervorragende Alternativen, sondern spart obendrein Geld.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Allroundtalent „Blog“



Ein Autorenbeitrag von Jacqueline Althaller, Inhaberin der Agentur Communication Presse und PR, München

Eine Online-Diskussion über Gebäckmischungen macht eine

kostspielige Marktstudie obsolet. Über 100 Kommentare von Ferienjobbern demonstrieren die Beliebtheit des Arbeitgebers: Stark verkürzt zeigen diese Beispiele, wie der niedersächsische Waffel- und Keksfabrikant „Hans Freitag“ seinen Blog äußerst erfolgreich für die Kommunikation mit seinen Stakeholdern nutzt. Geschäftsführerin Anita Freitag-Meyer und Einkäuferin Linda Grohe berichten wöchentlich über Produktion, Qualitätsmanagement oder Mitarbeiter.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Wie PR die Cannes-Löwen verändert und umgekehrt

"Wieso ist denn das PR?" und "Warum gewinnen so wenige PR-Agenturen in Cannes PR-Awards?" Die Auszeichnung der Sieger in der PR-Kategorie der Cannes Lions am 18. Juni 2012 hat – mehr denn je – Diskussionen zum Selbstverständnis und zum kreativen Ergebnis unserer Disziplin erzeugt. Gefühlt 85 Prozent aller Einreichungen auf der Shortlist stammten von Unternehmen, die sich nicht als PR-Agenturen bezeichnen. In maximal 30 Prozent der Fälle waren PR-Agenturen überhaupt an der Umsetzung dieser preisverdächtigen PR-Arbeiten beteiligt. Offensichtlich ziehen die Cannes Lions keine hermetische Trennlinie zwischen PR und angrenzenden Disziplinen. Die Währung in Cannes ist die Qualität der Idee – unabhängig von ihrem Kanal. Das muss jeder wissen, der dort einreicht.

Den Beitrag von PR-Lions-Jurychefin Gail Heimann, Vice-Chair bei Weber Shandwick und Jan Dirk Kemming, er amtiert dort als Chief Creative Officer Europe vom 29. Juni im "PR Report" [hier online weiterlesen](#).

(Düsseldorf/Köln) spezialisiert. Erstmals sucht sie jetzt einen PR & Social Media Volontär - mit sehr guter Resonanz. Wir haben die beiden Inhaberinnen Nadja Amireh und Anja Beckmann interviewt.

PR-Journal: *Ihr sucht zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen PR & Social Media Volontär in Düsseldorf. Wie war bisher die Rückmeldung?*

Nadja Amireh: Die Resonanz ist toll! Wir haben innerhalb kürzester Zeit weit über 40 qualifizierte Bewerbungen erhalten - u. a. aus UK und Indien. Wir sichten gerade und ab Juli finden die Vorstellungsgespräche statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Begriffserklärung – Was kann das: Coaching, Training + Karriereberatung?

Es ist nicht so leicht, abzugrenzen, was ein Coach, ein Trainer oder ein Karriereberater macht. Das liegt allerdings oft an den Handelnden selbst. Die grenzen es selbst nicht ab oder machen einfach irgendetwas und nennen sich dazu Coach, Trainer oder Karriereberater – weil sie es können: Die Berufsbezeichnungen sind nämlich nicht geschützt. Im Grunde kann sich jeder so nennen. Entsprechend groß ist die Zahl der nicht immer ganz seriösen Anbieter...

Den Artikel von Jochen Mai am 27. Juni in seinem Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Bildung

PR & Social Media Volontariat: "Auf zwei Beinen steht man besser"



An Social Media kommt kein Unternehmen, keine Marke mehr vorbei. Auf die beiden Felder PR & Social Media hat sich

deshalb die Agentur get noticed! communications

Bildung compact (4) (26.KW-2012)

01: Der vom Studieninstitut für Kommunikation in Düsseldorf angebotene, **berufsbegleitende Intensivkurs zum PR-Manager/in (komm)** ist eine kompakte und praxisnahe Weiterbildung im Bereich der Public Relations. Vermittelt werden Grundlagen der Public Relations, Instrumente, Texterstellung in der Textwerkstatt, Workshops zu PR-Konzeption und Präsentation von Konzepten sowie der gezielte

Umgang mit Medien. Die Zielgruppe sind Mitarbeiter/innen aus Agenturen und Unternehmen, die ihr bisheriges Wissen praktisch erweitern wollen sowie alle Interessierten, die in den PR-Bereich einsteigen möchten. → studieninstitut.de

02: Zum Wintersemester 2012/13 vergibt die design akademie berlin, Hochschule für Kommunikation und Design, in Kooperation mit horizon – Messen für Studium und Ausbildung - **zwei Vollstipendien in den Bachelor-Studiengängen Marketingkommunikation und Kommunikationsdesign** im Gesamtwert von rund 50.000 Euro. Social Media ist in aller Munde - wer ein Stipendium im B.A. Studiengang Marketingkommunikation im Wert von rund 25.000 Euro an der design akademie berlin gewinnen möchte, kann sich mit einer Social-Media-Kampagne für die horizon – Messen für Studium und Abiturienausbildung, bewerben. → design-akademie-berlin

03: Die vierte Auflage des **Master-Studiums Politische Kommunikation an der Donau-Universität Krems** startet ab dem Sommersemester 2013. Ab sofort werden Bewerbungen für diese grenzüberschreitende Fortbildung gesammelt. Sie richtet sich an PraktikerInnen aus Medien und Politik. Ziel des Lehrgangs ist die handwerkliche Professionalisierung politischer Kommunikation. Höhepunkte des kommenden vierten Lehrgangs sind eine Berlin-Studienreise nach der deutschen Bundestagswahl 2013 und eine einwöchige Exkursion zu den US-Kongresswahlen im November 2014 nach Washington D.C. Die Studierenden schließen ihre Weiterbildung mit dem Titel Master of Science ab. → donau-uni.ac.at/de

04: Jeder ist kreativ, er muss es nur können. Wie? Das zeigt das **AFK-Training Kreativ**

Schreiben (S2) am 28. August in Oberursel bei Frankfurt. Hier erlernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Techniken, die ihre eigene Kreativität wecken und fördern. Sie üben diese Kreativtechniken über den gesamten Trainingstag an praktischen Beispielen. Sie können dabei ausprobieren, welche davon bei ihnen und ihren textlichen Anforderungen am besten funktionieren. Veranstalter ist die AFK Akademie Führung und Kommunikation. → afk-online.com

Studien

Weber Shandwick: Krisenmanagement gehört in Portfolio erfolgreicher CCOs

Erfahrungen im Krisenmanagement gehören heute zu den Grundvoraussetzungen eines erfolgreichen Unternehmens. Das sagen laut aktueller Umfrage knapp zwei Drittel der Chief Communications Officers (CCOs) weltweit. Noch vor fünf Jahren war nur ein Drittel der Befragten dieser Meinung. Die Ergebnisse stammen aus der alljährlichen Studie The Rising CCO, die in diesem Jahr zum vierten Mal von Spencer Stuart und Weber Shandwick durchgeführt wurde.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (26.KW-2012)

01: **Die Change-Fitness Studie des Change-Spezialisten Mutaree** in Eltville-Erbach zeigt: rund 44 Prozent der bisherigen Change-Projekte sind gescheitert. Dies ist eine große wirtschaftliche Gefahr für Unternehmen, die sich kontinuierlich im Wettbewerb an neue Rahmenbedingungen anpassen müssen. Wie ernst nehmen Unternehmen diese Herausforderung? Was und wie viel investieren sie in Change-Projekte? Antworten auf diese Fragen sucht das zweite

Change-Barometer von Mutaree. "Ziel der Befragung ist herauszufinden, welche Ressourcen Unternehmen derzeit für Veränderungsprojekte zur Verfügung stellen und wie Projektbudgets investieren werden", sagt Claudia Schmidt, Veränderungsexpertin und Geschäftsführerin bei Mutaree. → change-barometer.mutaree.com

Termine

Change Management - Hype, Frust oder echte Veränderung?

Wie auch immer der "Change" angegangen wird: Bis zu 80 Prozent aller Veränderungsprojekte scheitern. Die Gründe sind unterschiedlich, haben jedoch meistens einen gemeinsamen Kern: unzureichende Kommunikation. Es geht auch anders. In einem Workshop, den die A&B One Kommunikationsagentur gemeinsam mit den Veränderungsberatern von ICG in Frankfurt am Main ausrichten, erleben die Teilnehmer hautnah, wie Change Management und Change Kommunikation Hand in Hand erfolgreich sind. Es wird aus langjährigen Erfahrungen mit Veränderungen von Unternehmen und über zahlreiche Erfolge und Fallstricke berichtet. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Leistungsschutzrecht – ein Gesetz aus Schilda

Der Gesetzesentwurf der Bundesregierung über ein Leistungsschutzrecht für deutsche Presseverleger lässt erkennen, dass über zwei Jahre nach Beginn der Diskussion nur ein

Kompromiß gefunden wurde, dessen materieller Sinn sich nicht ganz erschließt. Ursprünglich ging es darum, einen Zahlungsanspruch und eine Verwertungsgesellschaft nach Art von GEMA oder VG Wort einzuführen, die zu einem Geld-Umverteil-Mechanismus geführt hätte, der kaum aufzuheben gewesen wäre. Über Zuflüsse von drei bis vier Milliarden Euro wurde spekuliert. Was nun aber kommen soll, ist ein blanker Unterlassungsanspruch der Verleger – und es gibt weder Geld noch Strukturen. Das ist viel weniger, als von Verlegern angestrebt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (26.KW-2012)

01: Im Internet wird täglich tausendfach über Produkte und Services von Unternehmen diskutiert. Verbraucher bewerten, empfehlen und beschreiben sowohl Vor- als auch Nachteile nahezu jedes Produktes sehr genau und detailliert. Parallel finden Veröffentlichungen in Tageszeitungen, Magazinen sowie im Radio und TV statt. **Damit sich Kommunikations-Manager ein umfassendes Bild zu allen Meldungen verschaffen können, bietet bc.lab erstmals einen vollständigen Überblick in nahezu Echtzeit an.** Neben Blogs, Foren, sozialen Netzwerken und Twitter lassen sich mit dem "bc.lab monitor" auch Pressemeldungen aus Print-Magazinen, Tageszeitungen, dem Radio und TV Sendern aggregiert darstellen und analysieren. → bclab.de

Literatur

Gerstenberg: Journalistenkontakte. Wie erreiche ich Journalisten im Social Media-Zeitalter?

Fabian Gerstenberg: "Journalistenkontakte. Wie erreiche ich Journalisten im Social Media-Zeitalter?". Verlag: Mount Barley Publishing, 1. Aufl. März 2012, 114 Seiten. Preis: 29,90 Euro. ISBN: 978-3-00-037483-8.

Rezension von Sebastian Wuwer, Referent der Präsidentin des Landtags Nordrhein-Westfalen und Absolvent von PR Plus www.prplus.de

Schon der Angelhaken auf dem Buchtitel macht deutlich, worauf der Marketingprofi, Unternehmensberater und Dozent Fabian Gerstenberg mit seinen Ausführungen hinaus will: Der Köder muss zuallererst dem Fisch schmecken.

Das soll heißen: Wer erfolgreich über Massenmedien kommunizieren will, der muss sich an den Informationsbedürfnissen und Nutzungsgewohnheiten der Journalistinnen und Journalisten, der „Medienleute“, orientieren. Diese Botschaft klingt wie eine weithin bekannte und x-fach aufbereitete PR-Weisheit? Sie ist es auch, und dennoch lohnt sich die Beschäftigung mit dem Buch. Denn Fabian Gerstenberg versteht es, die Blicke seiner Leserschaft für die grundlegenden Regeln professioneller Presse- und Medienkommunikation noch einmal zu schärfen und für die sich rasant wandelnden Rahmenbedingungen von PR im Zeitalter des Web 2.0 zu sensibilisieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Literatur compact (1) (26.KW-2012)

01: Seit der Erstveröffentlichung im April 2011 hat sich **"PR im Social Web" unter Kommunikationsprofis als Handbuch etabliert** und wurde in über dreißig Rezensionen positiv gewürdigt. Bei Amazon steht das Fachbuch aus dem O'Reilly Verlag seit Monaten im Bereich PR und Online-PR als Bestseller auf den Spitzenplätzen. Nur ein Jahr später hat das Autorenteam das Buch vollständig überarbeitet und um zwei Kapitel erweitert. Mit den Kapiteln "PR für Nonprofit-Organisationen" und "Messbarkeit im Social Web - von KPI zu ROI" greifen die beiden Autoren zwei von den Lesern besonders nachgefragte Themen auf. → oreilly.de

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juli 2012

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger Verlag komplett alle Medien in Deutschland (Print, Rundfunk, Online (seit 2003)). Im Juni 2012 wurden 2.776 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 9.720 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter", informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 36.423 Visits im Juni 2012

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Juni 2012 insgesamt 36.423 Besucher. Knapp 50 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PR-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.214 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,7 Seiten an - daraus errechnen sich 99.673 Pagelmpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (72)

Volontariat/Trainee

Die 20 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Social Media Consultant \(m/w\), Frankfurt](#)

- [Junior-PR-Berater/-in mit Gummistiefeln, Montabaur](#)
- [PR-Berater/-in mit Gummistiefeln, Montabaur](#)
- [Junior PR-Berater/in - Schwerpunkt Finanzdienstleistungen, Frankfurt](#)
- [Projektmanager/in für Full-Service-Agentur, Essen](#)
- [PR-Redakteure \(m/w\), Standort Bensheim](#)
- [PR Account Berater - TBWA\ Healthcare, München oder Hamburg](#)
- [PR-Berater mit Schwerpunkt Healthcare \(m/w\), Frankfurt am Main](#)
- [Junior-PR-Berater Healthcare, Frankfurt](#)
- [Public Relations Account Manager \(m/w\), Hannover](#)
- [PR-Redakteur/-in Schwerpunkt Banken und Versicherungen](#)
- [Junior-PR-Berater/-in Schwerpunkt Banken und Versicherungen](#)
- [Direktor/-in PR, Hamburg](#)
- [Berater \(m/w\) gesucht: Nehmen Sie Platz auf unserem roten Sofa in Düsseldorf!](#)
- [PR Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [PR-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Automobil, Hamburg](#)
- [Kölner PR-Agentur VOCATO sucht PR-Berater/-in](#)
- [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](#)

Medien

- [Freie/n Texter/in, Mannheim](#)

Unternehmen

- [Abteilungsleiter/in Social Media Evaluation, Berlin](#)
- [HELIOS Kliniken: Referentin/Referenten Unternehmenskommunikation](#)
- [Mittelständisches Handelshaus \(Baumaschinen&Nutzfahrzeuge\) sucht freien PR-Journalisten](#)
- [Mitarbeiter/in im Bereich Unternehmenskommunikation \(in Teilzeit, 25 Std./Woche\), Bremen](#)
- [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 \(Schweiz\)](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Bereichsleiter \(m/w\) PR und Kommunikation olympischer Sport, Wiesbaden](#)
- [BREKO sucht Referenten für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit \(m/w\), Bonn](#)
- [Mitarbeiter \(m/w\) Kommunikation, Wiesbaden](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 02. Juli 2012 – 23:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.989 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) - "Kelikowskys Kommentar";
Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Schebens Karriererat";
Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte";
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 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-portal.de.