An Social Media führt kein Weg vorbei

Der noch junge DPRG-Arbeitskreis Digital Relations://-Social Media traf sich kürzlich in Berlin. Am Ende der Diskussion stand ein reichhaltiges Arbeitsprogramm.

Trotz hochsommerlicher Hitze behielten die rund 20 Teilnehmer unter der Regie von AK-Leiter Daniel Görs im klimatisierten Tagungsraum „Rexroth" der Landau Media GmbH kühlen und analytischen Kopf. Im direkten Austausch wurden die weiteren Aktivitäten besprochen und abgestimmt. Eine Reihe von Themen identifizierten die Teilnehmer als besonders relevant. In kleinen Teams werden diese nun weiterbearbeitet:

1. „Social-Media-Basics": Social Media und PR – neue Konzepte, neue Funktionen, neue Spielregeln? Was wird überschätzt, was ist etabliert? Was sind die entscheidenden Unterschiede zwischen Corporate Social Media und Social Media privat?

2. Ausbildung, Qualifikation und das Profil und Berufsbild der neuen Generation der Social-Media-Relations/PR-2.0-Manager und -Berater sowie Anforderungen an sie

3. (Effizienz-)Strategie: Wie finde ich Follower/Friends? Wie Aufmerksamkeit schaffen und Reaktionen für eigene Social-Media-Präsenz erreichen (oder die der Kunden); was gehört in ein Social-Media-Briefing?

4. Social-Media-Monitoring: Was bringt es? Wie misst man Erfolge (und Misserfolge)? Hier wird ein enger Dialog mit dem DPRG-Arbeitskreis Wertschöpfung angestrebt.

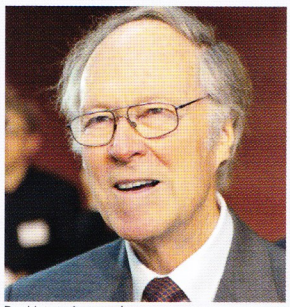
5. Public Relations, Journalismus, Suchmaschinen und Onlinemarketing: Abgrenzung, Ergänzungen, Einsatz professioneller Tools und deren Bewertung durch PR-Praktiker.

6. Blogger-Relations: Kommunikation mit den neuen Meinungsmachern.

Insgesamt steht die Entwicklung von Social-Media/Digital-Relations-Standards für die Branche im Zentrum aller Aktivitäten. Regelmäßige Veröffentlichungen – wie beispielsweise Servicepapiere, Whitepaper oder Kompendien – sowie Veranstaltungen mit den DPRG-Landesgruppen und auf Bundesebene sollen den notwendigen Informationstransfer gewährleisten. Zudem erfolgt die Vernetzung mit branchennahen Organisationen wie bspw. dem Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) oder der Arbeitsgemeinschaft Social Media (AG.SM).

Ergänzend zur gegenseitigen virtuellen Vernetzung sowie zum Austausch und zu der Zusammenarbeit über Telefon, E-Mail und andere digitale Kanäle sind regelmäßige (alle drei Monate) Treffen des Arbeitskreises Digital Relations://Social Media geplant. Das nächste Treffen ist für Ende September avisiert. Weitere Experten, die sich mit ihren Erfahrungen aus Kommunikationspraxis und Lehre in den Arbeitskreis einbringen möchten, sowie Sponsoren und Unterstützer sind herzlich willkommen.

>>> Kontakt und Informationen
Daniel Görs, goers@dprg.de oder
www.twitter.com/Goers


Dr. Horst Avenarius

und Politik des BMW-Konzerns in München. Von 1989 bis 1991 war er Vorstandsvorsitzender der Herbert Quandt-Stiftung. Seit 1985 lehrt Dr. Avenarius als PR-Dozent an Universitäten und Fachakademien. Unter anderem leitete er von 1992 bis 1997 das von ihm aufgebaute Fachstudium „PR" an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing.

Für seine Leistungen zeichneten ihn die DPRG und das F.A.Z.-Institut 2002 als „PR-Kopf des Jahres" aus. 2007 erhielt Dr. Avenarius das Bundesverdienstkreuz. Der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) ehrte ihn anlässlich des Kommunikationskongresses in Berlin 2007 für sein Lebenswerk. „Dr. Horst Avenarius leistet für die PR-Branche und insbesondere für unseren Verband unschätzbare Dienste. Sein Werk hat unsere PR-Welt maßgeblich mitgeprägt", schickt DPRG-Präsident Ulrich Nies herzliche Geburtstagsgrüße an den Jubilar. Seine Erfahrung und sein Rat seien nach wie vor bei langjährigen PR-Profis ebenso gefragt und begehrt wie bei Young Professionals.

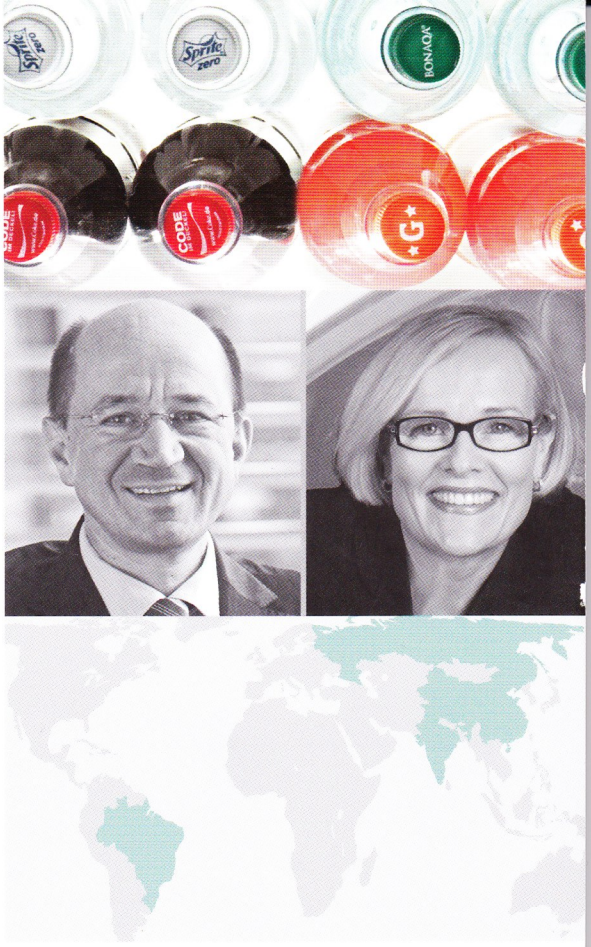
„Lebe die Zukunft"
Uwe Kleinert zu Nachhaltigkeit und Verantwortung bei Coca-Cola

„Ich verstehe mich als Spielertrainer für mein Team"
Gespräch mit Dr. Christof Ehrhart, Leiter Konzernkommunikation der Deutsche Post AG

„As we grow, you grow"
Gespräch mit Birgit A. Behrendt, Executive Director Globale Programme sowie Einkauf Region Nord- und Südamerika, Ford Motor Company

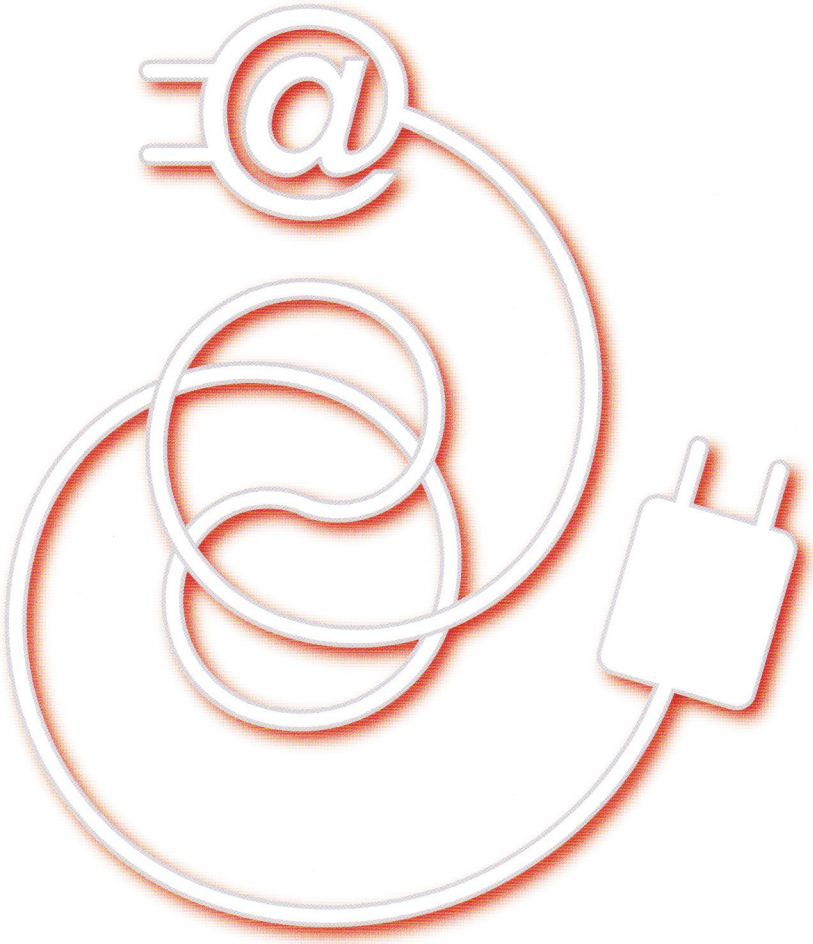
Abschied vom Klischeedenken
Karl-Heinz Heuser, Burson-Marsteller, über Public Relations in Schwellenländern

Smart Grid: „Lasst Bilder in den Köpfen entstehen"
Stephan Fink und Sabine Lobmeier zur Positionierung des IT-Unternehmens Cisco im Energiemarkt



kommunikations manager

Das Forum der Entscheider!



September 2010
Jahresabonnement 60,– Euro