

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 368 / 05. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 368. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 68 Einzelmeldungen):

1. [Nach der Anhörung des Rechtsausschusses im Bundestag: Leistungsschutzrecht bleibt umstritten](#)
2. [Neuorganisation der Unternehmenskommunikation bei Hubert Burda Media](#)
3. [Neue Kommunikatoren für Kreuzfahrtverband](#)
4. [Stefan Wirtz neuer Unternehmenssprecher beim WDR](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(6\) \(05. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(9\) \(05. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Sonstige \(5\) \(05. KW-2013\)](#)
8. [Erfolgreicher Jahresauftakt für UMPR in Hamburg](#)
9. [Etats compact \(16\) \(05. KW-2013\)](#)
10. [Neue Agentur für „modernen Journalismus“](#)
11. [komm.passion-Dossier 5: Der Pop Up Store – Raum für Brand Experience, Sales und Stories](#)
12. [Top-Job-Award für Fink & Fuchs](#)
13. [Laub & Partner: Kostenlose PR für soziale Organisation in Hamburg](#)
14. [Vor der Anhörung im Bundestags-Rechtsausschuss: Kritik am Leistungsschutzrecht wächst weiter](#)
15. [Branche compact \(8\) \(05. KW-2013\)](#)
16. [Wechsel an der Spitze des „Handelsblatts“](#)
17. [ZDF vergrößert Vorsprung in der Zuschauergunst](#)
18. [Lohmeyer: Wie finanzieren Journalisten in Zukunft ihren Unterhalt?](#)
19. [Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten bauen Personal ab](#)
20. [Medien compact \(4\) \(05. KW-2013\)](#)
21. [Social Media compact \(12\) \(05. KW-2013\)](#)
22. [Gretchenfrage Deutsche Bank: Reputation oder Profit?](#)

23. [International Index of Corporate Values 2013 - Mitarbeiter wollen klare Leitlinien](#)
24. [Kerlikowsky: EU-Kommission will die journalistische Berichterstattung in allen Mitgliedsländern kontrollieren](#)
25. [Warum pfeifen Streikende auf kostbare Fernsehsekunden?](#)
26. [Volker Klenk: Transparenz bei Aldi \(Süd\)](#)
27. [Gericht: Drück' mich mal, Liebste ... \(Tiramisu mit Roter Grütze\)](#)
28. [Aufsteiger in der Kommunikation – PR-Nachwuchs-Initiative #30u30 bietet Plattform](#)
29. [Studie über neue Protestbewegungen : Die Feierabend-Revolutzzer rüsten auf](#)
30. [Kommentar: Drei Jahre Internet-Enquete - was nun, Bundestag?](#)
31. [Kontinuierliche Wissenschafts-PR von Santander](#)
32. [Bildung compact \(2\) \(05. KW-2013\)](#)
33. [APCO-Studie zu den führenden Marken in der Welt](#)
34. [Weblösung für den gehobenen PR-Bedarf](#)
35. [Termine compact \(3\) \(05. KW-2013\)](#)
36. [Tipps compact \(1\) \(05. KW-2013\)](#)
37. [Neues Fachbuch erschienen: Corporate Reputation Management](#)
38. [PR-Jobbörse 2012: 628 Jobanzeigen, Start 2013 mit 63 neuen Angeboten](#)
39. [PR-Journal: 41.734 Besucher im Januar 2013, 63 neue Jobangebote](#)
40. [Jobbörse](#)
41. [Impressum](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site
Ihr Gerhard A. Pfeffer + das PRJ- Team

Seite 1

Nach der Anhörung des Rechtsausschusses im Bundestag: Leistungsschutzrecht bleibt umstritten

„Zeit-Online“ stellte in der Berichterstattung über die Anhörung des Rechtsausschusses in Sachen **Leistungsschutz** fest: „... es gab keine Zwischentöne, der Gesetzentwurf kennt nur Fans

und erklärte Gegner.“ Zahlreiche Juristen und Verbandsvertreter waren eingeladen, um ihr Urteil zum Gesetzentwurf vorzutragen. Sie sollten erläutern, welche Folgen die Einführung des Gesetzes hat. Kritisch angemerkt wurde auch in „Zeit-online“, dass die Betroffenen fehlten. So seien weder Google noch andere Suchmaschinenbetreiber als Sachverständige geladen. Sie konnten nur als Zuschauer teilnehmen. Im [Beitrag auf „Zeit-online“](#) werden die Positionen der Befürworter und Gegner des Gesetzentwurfs zum Leistungsschutzrecht ausführlich dargestellt.

Bereits [vor der Anhörung hatte das PR-Journal darüber berichtet](#), dass sich die Auseinandersetzung zuspitzt.

Personalien

Neuorganisation der Unternehmenskommunikation bei Hubert Burda Media

Kommunikationschefin Silke Trösch führt jetzt die Abteilungen Brand PR, Corporate PR, Public Affairs und Creative Services. Eine Abteilung für Corporate Responsibility soll noch in diesem Jahr neu aufgebaut werden. Julia Korn, 44, leitet die neu geschaffene Abteilung Corporate PR, die sich um die Außen- und Innendarstellung des Gesamtkonzerns Hubert Burda Media kümmert. Dazu gehören auch Veranstaltungen wie die Bambi-Verleihung. Jonas Grashey, (33) verantwortet die Brand PR, und damit die Kommunikation für die einzelnen Medienmarken des Hauses. Außerdem koordiniert er mit seiner Abteilung die PR-Aktivitäten von Tochterunternehmen, Beteiligungen und Auslands-Dependancen. Sebastian Doedens, 32, leitet Public Affairs. Darunter fällt Lobbyarbeit in Sachen Medien- und Netzpolitik sowie die Vertretung von Konzerninteressen an den Standorten. Die Abteilung Creative Services wird



DAS ENTSCHEIDENDE WISSEN

weiter von Sabine Schmid, 36, geführt. Diese Abteilung kümmert sich u.a. um die Produktion von Events und kommunikative Kreativleistungen.

Neue Kommunikatoren für Kreuzfahrtverband

Der Kreuzfahrtverband Cruise Lines International Association, CLIA, mit Sitz in Washington und Brüssel ordnet seine Kommunikationsabteilung neu. **Barbara Muckermann** wurde zum Global Communications Advisor für CLIA ernannt und unterstützt das globale Team strategisch bei der internationalen Kommunikationsarbeit – dazu gehören die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie digitale Kommunikationsstrategien. Zuvor war Barbara Muckermann als Marketingchefin von MSC Cruises tätig.

Tomas Matesanz wurde zum Communications Director für CLIA Europe mit Sitz in Brüssel ernannt. In dieser Rolle ist er für die Kommunikationsinitiativen von CLIA Europe verantwortlich, so für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, die Zusammenarbeit mit lokalen Kommunikationsagenturen sowie die Umsetzung der globalen Kommunikationsstrategie in den europäischen Märkten. Vor seiner Tätigkeit für CLIA war er zuletzt Senior Director für Llorente & Cuenca, einer führenden

Kommunikationsberatungsgesellschaft in Spanien und Lateinamerika mit Sitz in Madrid.

Stefan Wirtz neuer Unternehmenssprecher beim WDR

Stefan Wirtz wird zum 1. April 2013 neuer Unternehmenssprecher beim WDR und übernimmt zeitgleich die Leitung der Abteilung "Presse und Information" des WDR. Er folgt auf Gudrun Hindersin, die als Kommunikations-Leiterin zu Phoenix wechseln wird. Als der WDR in den vergangenen beiden Jahren den ARD-Vorsitz innehatte, war Wirtz als ARD-Sprecher tätig. Er ist bereits seit Anfang der 90er Jahre beim WDR und machte zwischenzeitlich einen kurzen Abstecher zu "Schreinemakers Live" bei Sat.1 und RTL.

Personalien compact - Unternehmen (6) (05. KW-2013)

1. **Philipp Heinz** verstärkt seit dem 1. Februar die **Unternehmenskommunikation von Sanofi in Frankfurt am Main**. Der Wirtschaftsjournalist tritt die Nachfolge von **Jan Hempker** an, der zu Beginn des Jahres in die Konzernkommunikation von BASF nach Ludwigshafen gewechselt ist. Heinz berichtet direkt an **Miriam Henn, Leiterin der Unternehmenskommunikation**. Er wird gemeinsam mit **Birgitt Sickenberger, zuständig für die externe Kommunikation**, als Ansprechpartner für die Presse zur Verfügung stehen. Heinz studierte Geschichte, Publizistik und Philosophie in Mainz und Washington, danach besuchte er die Deutsche Journalistenschule in München. Zuletzt berichtete er als Wirtschaftskorrespondent für dapd aus Frankfurt am Main.
2. **Martin Stutz** (49) wird ab 1. Mai 2013 **neuer Leiter der externen Kommunikation der Schweizerischen Bundesbahnen SBB** in Bern. Der frühere Journalist ist zurzeit für die externe und interne Kommunikation des Energieunternehmens Alpiq verantwortlich.

komm.passion



- Christoph Rytz**, interimistischer SBB-Medienchef, wird ab 1. Mai wie geplant seine Tätigkeit als **Leiter Kommunikation** bei **SBB Cargo** wieder aufnehmen.
3. **Jasmin Dentz** verstärkt seit dem 1. Februar 2013 den Bereich **Investor Relations der GFD Finanzkommunikation** als Director am Standort Frankfurt. Dentz war zuvor sechs Jahre bei der Brunswick Group beschäftigt und verfügt über entsprechende langjährige Berufserfahrung in der strategischen Kommunikationsberatung für den Kapitalmarkt.
 4. **Christina Hanke** (38) ist neue Head of Marketing Communications bei **Odlo International**. Neuer Head of Marketing der Odlo (Schweiz) AG ist **Adrian Fuchs** (38). Beide arbeiten bereits seit Anfang Oktober 2012 am Standort Hünenberg (Schweiz) des Wäscheherstellers. In ihrer neu geschaffenen Position ist Hanke für alle Marketingbereiche inklusive PR und Sportsmarketing verantwortlich. Die deutsch-schweizerische Doppelbürgerin war zuletzt Global Marketing Director bei der Phonak AG.
 5. **Petra Warnecke** (46) leitet ab dem 1. Februar den Bereich **Deutsche Öffentliche Auftraggeber bei der Deutschen Zusammenarbeit (GIZ)**, Bonn und Eschborn. Zuvor war sie bei der **Veolia Wasser GmbH** in Berlin als Mitglied der Geschäftsführung verantwortlich für die Bereiche Kommunikation, Marketing und Politik. Ihre Aufgaben bei Veolia übernehmen **Matthias Kolbeck** und **Andrea Peuker**. Kolbeck wird Leiter Kommunikation und Peuker Leiterin Marketing.
 6. **Jan Walenda** ist seit Anfang Januar neuer **Junior PR Manager** in der **Presseabteilung von Ubisoft Deutschland**, Düsseldorf, einem Hersteller für interaktive Unterhaltungsprodukte. Der Diplom Online-Journalist arbeitete zuvor als PR & Communication Manager bei den Berliner **Silver Style Studios**. In seiner neuen Funktion verantwortet Walenda die Pressearbeit für sämtliche Titel aus dem Hause Ubisoft. Er

berichtet an den Head of PR **Norman Habakuck**.

Personalien compact - Agenturen (9) (05. KW-2013)

1. **Wolfgang Kreuter** (58) hat in Düsseldorf das **Agenturnetzwerk KRTR Advisory** ins Leben gerufen. Es handelt sich um einen offenen Zusammenschluss von mehreren kleinen Kommunikationsdienstleistern, die unterschiedliche Bereiche abdecken. Als Partner konnte er den Videoproduzenten "Fern sehen", Essen, das Marketing-Unternehmen Lead-Stream, München, den Kommunikationsanbeiter Schultzeplus, Hamburg, und die Design-Agentur Trafodesign, Düsseldorf, gewinnen. Je nach Auftrag sollen die einzelnen Agenturen oder das gesamte Netzwerk zum Einsatz kommen.
2. **Jan Blumentritt** ist seit dem 1. Februar neuer Kreativdirektor Art bei der **fischerAppelt-Agentur „Furore“** in Hamburg. Blumentritt hat 17 Jahre Agenturerfahrung und kommt von der Agentur „Freunde des Hauses“, für die er zuletzt vier Jahre als Creative Director tätig war. Zuvor war er als Senior Artdirektor bei Santamaria, KNSK und Springer & Jacoby tätig. Blumentritt wird zusammen mit **Tobias Holland** (CD Text) die kreative Verantwortung für Kunden wie die Techniker Krankenkasse und DHL tragen.
3. **Cécile Bachmann** hat Anfang Februar in Zürich die **blueRobin GmbH** gegründet, eine auf strategische Public Relations fokussierte Kommunikationsagentur. Bachmann ist alleinige Inhaberin des Unternehmens. blueRobin ist die Schweizer Niederlassung der **deutschen PR-Agentur redRobin**, die seit acht Jahren von Hamburg aus Finanzkunden in Deutschland betreut. Vor der Gründung war Bachmann Partnerin zweier Kommunikationsagenturen mit Schwerpunkt in der Finanzkommunikation und Public Affairs sowie Redakteurin bei „Finanz und Wirtschaft“.
4. **Michaela Eicher** (35) gibt ihr Amt als **Leiterin Kommunikation der Stadt Zug**, Schweiz, auf und **macht sich am 1. Mai**



- selbständig**. Eicher hat in den vergangenen zwei Jahren verschiedene städtische Medien wie das "Zuger Stadtmagazin" oder die Präsenz der Stadt Zug auf den Social-Media-Plattformen Facebook, Twitter und Youtube aufgebaut. Im Mai wird sie sich mit ihrer Agentur "**Scharfsinn**" in den Bereichen Corporate Publishing und Fotografie selbständig machen.
5. **Ann-Catrin Boll** (32) hat mit Jahresbeginn die Leitung des Technologie-Teams der Hamburger **PR-Agentur a+o** übernommen. Sie verantwortet die Etats der langjährigen a+o-Kunden Google Germany, Google Enterprise und YouTube sowie der Mobile-Agentur Cellular und der Flugsuchmaschine Fly.com. Ihr Vorgänger **Oliver Klug** wechselte zu Philips in die Unternehmenskommunikation. Boll startete ihre PR-Laufbahn im Jahre 2008 mit einem Volontariat bei a+o.
6. **Elmar zur Bonsen** (52) wechselt von der **Infel AG** zur **Alert AG**, wo er ab April Mitglied der Geschäftsleitung wird. Zur Bonsen soll bei der auf Unternehmensmedien spezialisierten Agentur in Zürich vor allem die Weiterentwicklung der Geschäftsaktivitäten im Print- und Digitalbereich stärken.
7. **Angela Kreutz** (46), bislang Leiterin Kommunikation, ist Geschäftsführerin der Stuttgarter **Agentur Blocher Blocher View, GbR**, ernannt worden. Die Journalistin und PR-Expertin leitet künftig die Agentur in einer Doppelspitze mit **Anja Pangerl** (42), die bereits seit 2007 als Geschäftsführerin tätig ist.
8. **Lars Niewöhner** wurde zum Mitglied der Geschäftsleitung der Kölner **Agentur Face to**

Face GmbH ernannt, und **Tabea Trefz** leitet seit dem 1. Januar 2013 die **Face to Face Event GmbH**. Mit **Sascha Fehrentz** hat darüber hinaus ein Creative Director seine Tätigkeit in der Agentur aufgenommen. Der Regisseur und Medienallrounder unterstützt alle Abteilungen bei kreativen Konzepten, Präsentationen und Medienerstellung.

9. **Gregor Schreiber** (39) verstärkt ab sofort das Beraterteam der **Hans Bellstedt Public Affairs GmbH** (hb pa). Als Senior Consultant berät Schreiber Unternehmen und Verbände bei medien- und netzpolitischen Themen. Zu seinen Aufgaben zählen das Issue Management, der Stakeholder-Dialog sowie das Verfassen politischer Publikationen. Schreiber kommt von **Burson-Marsteller**, wo er zuletzt das deutsche Projektbüro einer Online-Initiative leitete. Davor war Schreiber im Journalismus und in der PR sowie als selbstständiger Berater tätig.

Personalien compact - Sonstige (5) (05. KW-2013)

1. **Andrea Roth** (29) wird beim **FC Basel** Nachfolgerin von **Josef Zindel**, der seit zwölf Jahren **Medien- und Kommunikationschef** war. Die Kommunikations-Fachfrau war bisher bei der Basel United AG, der Managementfirma des Stadions St. Jakob-Park, für die Kommunikation und Medienarbeit zuständig. Zindel wird seine Aufgabe zum 30. Juni 2013 auf eigenen Wunsch abgeben, dem Club aber als verantwortlicher Redakteur in diversen Publikationen sowie in beratender Funktion erhalten bleiben.
2. **Roberto Rivola** wird ab Mai 2013 neuer **Leiter Unternehmenskommunikation bei Engadin St. Moritz**. Der Kommunikationsexperte leitet seit 1998 die Unternehmenskommunikation des Bakom (Bundesamt für Kommunikation). In dieser Funktion wird Rivola auch die Unternehmens-kommunikation der Alpinen Skiweltmeisterschaften 2017 betreuen. Gleichzeitig reorganisiert sich die Kommunikationsabteilung der Tourismusorganisation Engadin St. Moritz, künftig wird es eine Trennung zwischen

Frühbucherrabatt bis 18.01.2013

1. DEUTSCHER POLITIK- UND WIRTSCHAFTSTAG
PUBLICMEETSPRIVATE

AM 20. FEBRUAR 2013 IN BERLIN

Der 1. Deutsche Politik- und Wirtschaftstag bietet Ihnen rund um aktuelle Fragestellungen beider Systeme exklusive Einsichten und Anregungen. Diskutieren Sie während der Mittagsagora mit 24 Bundestagsabgeordneten zu ihrer aktuellen Parlamentsarbeit.

1 TAG - 6 THEMEN - 35 REFERENTEN

Martin Kind, *KIND Hörgeräte* • Hans-Joachim Otto, *BMW* • Dr. Andreas Penk, *Pfizer Deutschland* • Joe Kaeser, *Siemens AG* • Ines Pohl, *taz*

WWW.POLITIK-WIRTSCHAFTSTAG.DE

- Unternehmenskommunikation und Märkte-PR geben. Die **Leitung des Teams Märkte-PR** übernimmt **Angela Rupp**, die seit zweieinhalb Jahren bei Engadin St. Moritz ist.
3. **Lena Wilde** (27) ist neue **Mitarbeiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Glasfaseranschluss (Buglas)**. Die Diplom-Journalistin absolvierte im Anschluss an ihr Studium in Eichstätt ein Volontariat beim Verlag Rommerskirchen in Remagen. Wilde folgt auf **Rebecca Brisbois**, die sich zum Jahreswechsel aus privaten Gründen beruflich und räumlich verändert hatte.
4. **Laura Törkel** (28) ist seit dem 24. Januar neue **Pressesprecherin der Grünen-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus**. Zudem hat sie mit **Julian Mieth** (30) einen neuen **Stellvertreter**. Vorgänger war **Matthias M. Schroeter**. Ebenfalls neu in der Pressestelle ist **Martina Langenbach**. Die 44-Jährige verantwortet dort den Bereich **Online-Kommunikation**.

5. **Sabine Clausecker** ist neues **Vorstandsmitglied der DPRG Landesgruppe Berlin-Brandenburg**. Im Hauptberuf leitet sie die **Berliner Kommunikationsagentur CB.e Clausecker**. Zudem ist sie vor Kurzem erneut in den Ausschuss Creative Industries der IHK in Berlin berufen worden.

Etats

Erfolgreicher Jahresauftakt für UMPR in Hamburg

Die Hamburger UMPR GMBH freut sich über einen gelungenen Jahresauftakt: Laut Pressemitteilung startete die Agentur für strategische Kommunikationsberatung mit neuen Kunden aus den Bereichen Food, Consulting, Kulturmarketing und Public Affairs ins Jahr 2013. Neu bei UMPR sind die Expertum Holding, ein Personaldienstleister für Fach- und Führungskräfte, die internationale Kunstmesse Affordable Art Fair und das Einkaufszentrum Levantehaus. Für das Logistikerunternehmen GO! fungiert UMPR seit dem 1. Januar 2013 zudem als externe Pressestelle. Auch der Rückblick auf 2012 fällt für die Agentur positiv aus: Mit 3 Glocken und Birkel wurden 2012 Marken der Ebro Foods GmbH hinzugewonnen, für den Bestandskunden Nordzucker übernahm das agenturinterne Designstudio unterschiedliche Projekte im Publishing. Insgesamt verzeichnete UMPR 2012 ein Honorarplus von zehn Prozent. Die Agentur beschäftigt derzeit 27 feste Mitarbeiter.

Etats compact (16) (05. KW-2013)

1. Stadtwerke Stuttgart Vertriebsgesellschaft
was: Gesamtkommunikation für neue Öko-Strommarke "stuttgartENERGIE"
an: **Roth & Lorenz GmbH**, Stuttgart



2. Stadtreinigung Hamburg
was: Erstellung und Produktion Konzernbericht
an: **Agentur Zahl Zeichen**, Berlin
3. Hamburg Marketing GmbH (HMG)
was: Corporate Publishing Projekt "Hamburg: Das Magazin aus der Metropole"
an: **Tempus Corporate GmbH**, Hamburg und Berlin
4. Fluglinie Vueling, Spanien
was: Business- und Endkunden-PR, Social Media
an: **Public Link GmbH**, Berlin
5. Value Retail PLC, Outlet-Shopping-Villages, Ingolstadt und Wertheim in Deutschland
was: Unternehmens- und Endkunden-PR
wer: **Häberlein & Mauerer**, München
6. Floragard Vertriebs GmbH für Gartenbau, Oldenburg
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Werbemaßnahmen
an: **Dörfer/Partner Kommunikations-Gesellschaft mbH Public Relations**, Düsseldorf
7. DMK Deutsches Milchkontor GmbH, Zeven
was: Unternehmens- und Markenkommunikation
an: **Havas PR**, Düsseldorf
8. Softwarehersteller Zendesk, San Francisco, USA
was: Pressearbeit für Fach- und Wirtschaftspresse
an: **Oseon GmbH & Co. KG**, Frankfurt am Main
- a) Peter Lohèl Mode GmbH, Modelabel Semperlei, Düsseldorf
b) Anna's dress affair GmbH & Co. KG, Düsseldorf
was: Fashion PR, Strategische Kommunikationsberatung, Event-Kommunikation
an: **PR + Presseagentur für strategische Lifestyle-Kommunikation**, Neuss
9. Flughafen Hamburg GmbH
was: Kunden-Newsletter
an: **PR-Agentur Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
10. Marketing-Strategieberatung Companion GbR, Berlin

- was: Pressearbeit, Social-Media, Newsletter-Erstellung
an: **Bond PR-Agenten**, Berlin
11. Schuhspezialist Teva, Dasing
was: Marken-PR und Medienarbeit in Deutschland und Österreich
an: **Eastside Communications**, München
12. Rottapharm, Madaus GmbH, Köln
was: Entwicklung des App-basierten "PillReminder" „Never Forget“
an: **Agentur für healthcare communications s&k**, Freiburg
13. Stadt Rheinfelden, Schweiz
was: Neupositionierung als attraktiver Unternehmens- und Lebensstandort
an: **Aperto AG**, Basel
14. Beppy Comfort Tampons, Rotterdam
was: Online- und Handels-PR, Medienarbeit, Social Media
an: **Agentur wattskonzept GmbH & Co. KG**, Berlin
15. IT-Service-Provider Metaways Infosystems GmbH, Hamburg
was: Konzeption und Durchführung aller PR-Aktivitäten
an: **PR-Com GmbH**, München

Branche

Neue Agentur für „modernen Journalismus“

Netz-Lloyd GmbH heißt ein von Roland Julius Endert zum 1. Februar neu gegründetes Unternehmen in Dormagen, das sich als Agentur für modernen Journalismus versteht. Endert will sich als Dienstleister und Vermittler für Angebote im Bereich der Produktion von journalistischen Inhalten und Konzeptionen positionieren. Als Mitgründer, Geschäftsführer und Autor einer Produktionsfirma, die für das ZDF tätig war und mehrfach ausgezeichnet wurde, sowie als Mitglied der „Handelsblatt-Online“-Redaktion hat er in den vergangenen Jahren entsprechende journalistische Erfahrungen sammeln können. Von Beginn an arbeitet das Unternehmen mit den folgenden Partnern zusammen: „Code one“ für

den Bereich Videoproduktion und Livestreaming, „Erstliga.de Büro für Gestaltung“ für den Bereich Grafik und mit der Agentur „PR://ip“ für Webkonzeption und App-Entwicklung sowie Konzeption von Social Media Auftritten und PR.

komm.passion-Dossier 5: Der Pop Up Store – Raum für Brand Experience, Sales und Stories



Sie gelten als „trendy“ und schießen wie Pilze aus dem Boden: Pop-Up-Stores. Doch was steckt dahinter? Ist der Pop-Up-Store nur eine Spielerei oder ein tatsächliches Absatztool, eine kleine Vor-Ort-Aktion oder doch ein nachhaltiges Kommunikationsinstrument mit hoher PR-Relevanz? Diesen und weiteren Fragen sind Alexander Güttler und Carina Schußler (komm.passion) sowie Oliver Golz (east end communications) nachgegangen und fassen ihre

Analyse im neuesten komm.passion-Dossier zusammen. Das 4. Dossier hier online weiterlesen.

Top-Job-Award für Fink & Fuchs

Die PR-Agentur [Fink & Fuchs Public Relations AG](#) aus Wiesbaden gehört zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland. Gemeinsam mit zwei anderen Kommunikationsunternehmen und 86 mittelständischen Unternehmen wurde Fink & Fuchs für vorbildliche Personalarbeit ausgezeichnet. Der ehemalige Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement überreichte die Preise am 31. Januar in Duisburg. Das „Top Job“-Siegel weist Studierende, High Potentials, Fachkräfte oder andere Stellensuchende auf ein Unternehmen mit ausgezeichneten Arbeitgeberqualitäten hin. Die siegreichen Firmen können die Auszeichnung beispielsweise zum Recruiting im Internet, in Stellenanzeigen und auf Messeständen einsetzen. Bei Fink & Fuchs war die Freude groß, legt die Unternehmensleitung doch besonderen Wert auf transparente Kommunikation. Hinzu kommt ein offener Führungsstil, der die Stärken der Mitarbeiter in den Vordergrund rückt.

Laub & Partner: Kostenlose PR für soziale Organisation in Hamburg

Soziales Engagement verknüpft mit Eigen-PR: Die Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner schafft diese Win-Win-Situation mit einem Partner aus der Hansestadt, der noch ermittelt wird. Laub & Partner sucht per Ausschreibung eine Hamburger Organisation, die sich im gesellschaftlichen Umfeld engagiert (z. B. Soziales, Kultur oder Sport) und Kommunikationsleistungen benötigt, sie sich aber nicht leisten kann. Konzeptionelle Begleitung und Beratung sind ebenso im Paket inbegriffen wie

ein festzulegendes Maßnahmenpaket im Gesamtwert von rund 5.000 Euro. Wer diesen Service in Anspruch nehmen möchte, muss sich bei der Agentur bewerben. Einzelheiten zum Verfahren finden sie hier.

Vor der Anhörung im Bundestags-Rechtsausschuss: Kritik am Leistungsschutzrecht wächst weiter

Die Diskussion um das von der Bundesregierung geplante Leistungsschutzrecht nimmt an Schärfe zu. Aus Anlass der am Mittwoch, 30. Januar 2013, um 16.00 Uhr beginnenden [öffentlichen Anhörung](#) des Rechtsausschusses zum Gesetzentwurf melden sich immer mehr Gegner zu Wort. Das Nachrichten-Portal „[heise online](#)“ des Heise Zeitschriftenverlags [berichtete gestern](#): „Facebook, Yahoo, hiesige Gründer und andere Vertreter der Internetwirtschaft sowie der Deutsche Anwaltsverein (DAV) haben sich ... in die Phalanx der Gegner des geplanten Leistungsschutzrechts für Presseverleger eingereiht.“ Auch der

Bundesverband deutscher Pressesprecher hat in einer [aktuellen Erklärung](#) das geplante Leistungsschutzrecht für Presseverleger abgelehnt.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Branche compact (8) (05. KW-2013)

1. Die **META Group**, ein nach eigenen Angaben führendes **Medienbeobachtungs-Unternehmen** in Deutschland, produziert seit Anfang 2013 auch in Berlin. Das technische Umfeld für das zunächst zehnköpfige Team ist in der Bouchéstraße 12 angesiedelt. Der Standort in der Hauptstadt wird zur zweiten großen Produktionseinheit in Deutschland neben Frankfurt am Main ausgebaut. Damit trägt das Unternehmen der wachsenden Nachfrage nach strukturierter Information und Analyse im Bereich Politik und Verbände Rechnung. Dafür wird der Produktionsstandort in Leipzig geschlossen, wie das Unternehmen bereits beim Kommunikationskongress 2012 in Berlin mitteilte. Standortleiter von META Communication Intermedial in Berlin wird **Jan Haibach**.
2. Die **Agenturgruppe Serviceplan**, München, ist mit dem Datenschutz-Siegel „Trusted Privacy“ ausgezeichnet worden. Die Zertifizierung durch die Firma ePrivacyseal erfolgt auf Basis des deutschen und des EU-Datenschutzrechtes – inklusive des Online Behavioural Advertising-Agreements des IAB Europe (International Advertising Bureau).
3. Die **PR-Agentur Möller PR** hat im Jahr 2012 erstmals die Grenze von einer Million Euro Honorarumsatz übersprungen. Der PR-Dienstleister ist kontinuierlich gewachsen und beschäftigt nun neun feste Mitarbeiter an den Standorten Köln und München. Zum Umsatzsprung trug einerseits der Ausbau des Geschäftsfeldes Krisen-PR bei. Zu den großen Mandaten zählten unter anderem die Solarunternehmen Q.CELLS, Solon, Sovello und Solar Millennium, die Großbäckerei Müller-Brot oder die Frankfurter Rundschau. Aber auch im Geschäftsfeld Full-Service-PR konnten die PR-Berater kräftig zulegen: So



- entschieden sich der Anbieter für Bürobedarf, Office Depot, der vietnamesische IT-Dienstleister FPT und der US-Softwarehersteller SilkRoad für **Möller PR**.
4. Die **Interel Deutschland GmbH**, Berlin, meldet in eigener Sache, dass das internationale Beratungsunternehmen einen **neuen Marktauftritt** hat. Das neue Logo und die Website seien sichtbare Zeichen der Strategie, die verschiedenen Unternehmen der **Interel Gruppe** künftig noch stärker zu länderübergreifenden Arbeitseinheiten zusammenzubinden. Interel konzentriert sich auf seine Kern-Services in den Bereichen Public Affairs, Strategische Kommunikation, Verbände-Management und digitale Kommunikation.
 5. Das nach eigenen Angaben weltweit erste **Food & Beverage-Agenturnetzwerk "World Gourmet Connection"** hat mit **Hakuna Matata in Brüssel, Pitch PR in Amsterdam und Pead PR in Auckland drei neue Mitglieder** aus Europa und Übersee. Die Agenturen sind inhabergeführt. Das Anfang 2012 von der Frankfurter **Marketing- und Kommunikationsagentur Gourmet Connection** ins Leben gerufene Netzwerk vereint erstmals auf Essen & Trinken spezialisierte PR-Agenturen aus der ganzen Welt.
 6. Blick nach Indien: Die Public Relations-Branche in Indien erwartet für das Jahr 2013 ein **Wachstum von mehr als 20 Prozent**. Die überwiegende Mehrheit der PR-Fachleute rechnet dabei mit stabilen (63 Prozent) oder gar steigenden (33 Prozent) PR-Budgets auf Kundenseite. Das sind einige der zentralen Ergebnisse der diesjährigen Studie „**Public Relations in India: Inside the Industry's Mind**“

and the 2013 Outlook“. Als PR- und Reputationsberatung beleuchtet die MSLGROUP India mit diesem Bericht das zweite Jahr in Folge die Situation der PR-Branche in Indien.

7. **Kohl PR**, Berlin, bietet Unternehmen und Verbänden aus der Ernährungs- und Lebensmittelbranche ab sofort **Krisenkommunikation und Krisenmanagement** als integrierte Dienstleistung an. Die Agentur, die Krisenkommunikation zu ihren Kernkompetenzen zählt, kooperiert aus diesem Grund mit dem Qualitätsmanager und **Fachmann für Lebensmittelstandards Ralf Heibutzki**. Der Lebensmittelexperte verfügt vor allem über umfassende Erfahrung im Bereich Produktrückrufe. Kohl PR und Heibutzki beraten in akuten Krisen und bei Produktrückrufen. Zudem bieten sie Workshops, Krisensimulationen und die Entwicklung von Krisenhandbüchern an.
8. Arbeitsbedarf für Kommunikationsagenturen: Eine aktuelle Umfrage der **Antwerpes AG zeigt**, dass **Kliniken ihr Kommunikationspotenzial nicht nutzen**. In dieser Einschätzung sind sich 200 Ärzte und 340 Patienten einig. Die Ergebnisse unterstreichen, dass bei der Auswahl eines Krankenhauses insbesondere der Internetauftritt entscheidend ist. Als weitere wichtige Kriterien für die Entscheidung werden die Erreichbarkeit der Ansprechpartner, die Zufriedenheit ehemaliger Patienten sowie der persönliche Kontakt zum Klinikpersonal gewertet.



Chefredakteur in die Geschäftsführung der Verlagsgruppe Handelsblatt gewechselt ist. Als Vorsitzender der Geschäftsführung und Herausgeber des Handelsblatts bleibt er der Redaktion weiterhin eng verbunden.

ZDF vergrößert Vorsprung in der Zuschauergunst

Die seit Ende des Jahres 2012 neue Rangfolge der TV-Marktanteile beim Gesamtpublikum hat sich im Januar 2013 bestätigt. Das ZDF konnte seinen ersten Platz vor RTL verteidigen, daran änderten auch die hohen Einschaltquoten für das Dschungelcamp nichts. Die Zuschauergunst ist dem ZDF im Monat Januar traditionell gewiss, in diesem Jahr war sie besonders hoch. Mit einem Marktanteil von 13,6 Prozent liegt der Mainzer Sender 0,9 Punkte über dem Dezember-Wert und so hoch wie seit dem Januar 2009 nicht mehr. Der Zweitplazierte, RTL, verzeichnete mit 2,3 Prozent die größte Steigerungsrate und festigte seinen Rang. Den dritten Platz belegt das Erste mit 12,2 Prozent Marktanteil. SAT 1 steht auf Platz vier mit 8,2 Prozent und Vox auf Platz fünf mit 5,8 Prozentpunkten.

Die TV-Marktanteile für Januar 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (13,6%), 2. RTL (13,1), 3. Das Erste (12,2) 4. Sat.1 (8,2), 5. Vox (5,8). (Quelle: Meedia.de)

Medien

Wechsel an der Spitze des „Handelsblatts“

Hans-Jürgen Jakobs (56) hat am 1. Februar seine Tätigkeit als neuer Handelsblatt-Chefredakteur in Düsseldorf aufgenommen. Ab sofort verantwortet er die Inhalte von Deutschlands größter Wirtschafts- und Finanzzeitung. Er übernimmt das Ruder von Gabor Steingart (50), der nach drei Jahren als

Lohmeyer: Wie finanzieren Journalisten in Zukunft ihren Unterhalt?

"Die Frage, die uns alle dabei bewegt, ist eigentlich gar nicht der Journalismus. Es ist das Geld. Denn auch wenn ich kaum einen Kollegen kenne, der diesen Job tatsächlich nur wegen des Geldes gewählt hat, müssen wir uns immer wieder fragen: Wie soll es uns zukünftig gelingen, unseren Lebensunterhalt mit Journalismus zu bestreiten?", sagt Karsten Lohmeyer, der sich in die aktuelle Journalismus-Debatte einschaltet. Bei einem Vortrag über die Zeitungslandschaft im Wandel hatte der Zeitungsforscher Horst Röper auf eine Newsroom-Frage geantwortet, dass er jungen Leuten guten Gewissens heute nicht mehr empfehlen könne, Journalist zu werden. In den sozialen Netzwerken wie Twitter und Facebook wird über die Röper-Aussage heftig debattiert. Karsten Lohmeyer findet klare Worte zu der Debatte.

Den Artikel von Karsten Lohmeyer, Hagen+Pollmeyer Corporate Publishing, Hamburg am 28. Januar in "newsroom.de" [hier online weiterlesen](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten bauen Personal ab

Die Krise in der deutschen Zeitungsbranche gärt weiter. Jetzt sind die Stuttgarter Zeitung und die Stuttgarter Nachrichten betroffen. Wie die Medienholding Süd (MHS) am 29. Januar bekannt gab, werden in den Redaktionen zehn Arbeitsplätze abgebaut. Neben der Redaktion ist auch die Anzeigenabteilung betroffen. Dort werden künftig Aufgaben an externe Dienstleister vergeben. Als Ursachen für den Personalabbau werden sinkende Auflagen und Anzeigeneinnahmen angegeben.

Medien compact (4) (05. KW-2013)

1. **Marcel Zulauf**, derzeit noch stellvertretender Chefredaktor von blick.ch, wechselt am 1. Juni 2013 zu **"20 Minuten"** in Zürich. Er wird als **Mitglied der Chefredaktion** die Aufgaben eines operativen Blattmachers in der Redaktion übernehmen.
2. **Jochen Wegner**, 43, wird zum 15. März 2013 **Chefredakteur von "Zeit-Online"**, Hamburg. Er folgt auf **Wolfgang Blau**, der zum **Guardian** nach London wechselt. Wegner war von 2006 bis 2010 Chefredakteur von Focus Online und hat die Website in dieser Zeit zu einem der am schnellsten wachsenden Online-Nachrichtenangebote entwickelt. Von 2009 bis 2010 war Wegner zusätzlich Geschäftsführer der Tomorrow Focus Media GmbH und in dieser Funktion für alle redaktionellen Medien sowie innovative Projekte zuständig.
3. **Zeitungsfusion in der Schweiz**: Aus "Der Sonntag" und "Südoschweiz am Sonntag" wird **"Schweiz am Sonntag"**. Ab dem 24. März erscheinen die Blätter von AZ Medien und Südoschweiz Medien unter dem neuen Titel.
4. **Stephanie Silber** verantwortet ab dem 1. Februar 2013 die Redaktion des **Naturkostmagazins "Schrot & Korn"** aus dem Aschaffenburg Bio Verlag. Sie folgt auf **Barbara Lehnert-Gruber**, die ab April 2013 ein halbjähriges Sabbatical macht und anschließend als Redakteurin ins "Schrot & Korn"-Team zurückkehrt. Seit 2007 war Silber verantwortliche Redakteurin des Naturkosmetik-Magazins "Cosmia" aus selben Verlag. Silbers Position übernimmt **Silvia Liebermann**, die seit über vier Jahren als Redakteurin des Magazins tätig ist.

Social Media

Social Media compact (12) (05. KW-2013)

1. **Happy Birthday: Facebook ist jetzt neun Jahre alt**. Am 4. Februar 2004 wurde Facebook von Mark Zuckerberg und Dustin

- Moskovitz, Chris Hughes sowie Eduardo Saverin in Havard gegründet. Neun Jahre später besitzt Facebook über eine Milliarde aktive Nutzer weltweit und mehr als 25 Millionen aktive Nutzer in Deutschland. Zum Artikel bei allfacebook.de.
2. **250.000 Twitter-Accounts gehackt**, berichtet spiegel.de
 3. **Auto Blogger Award 2013**: Diese Marken schätzen Auto-Blogger. Zum zweiten Mal hat die Gemeinde der deutschen Automobil-Blogger über die Gewinner des "Blogger Auto Award" abgestimmt, so wuv.de
 4. **Weltreise in die digitale Zukunft der Medien**: Der klassische Journalismus verlagert sich immer mehr ins Digitale. Was können wir weltweit lernen, um diesen Wandel erfolgreich zu bewältigen? Wie wird in der digitalen Welt mit Journalismus Geld verdient? Um Antworten auf diese Fragen zu finden, begaben sich zwei junge Journalistinnen auf Weltreise. Für ihre Reportage besuchten sie sieben Metropolen in fünf Wochen. Darüber berichtet internetworld.de.
 5. **Mobile Recruiting**: Personaler hinken Bewerbern hinterher. Heute sind aktuelle Stellenangebote über zahlreiche Applikation und Webseiten auch mobil abrufbar. Bewerber machen von den neuen Möglichkeiten regen Gebrauch, denn Push-Benachrichtigungen und automatische Suchen erleichtern die Jobsuche spürbar. Bewerber verpassen so keine Jobchance und können auf jede Gelegenheit zeitnah reagieren. Um dieses Potenzial wirklich nutzen zu können, müssen auch die Unternehmen mitspielen. Doch diese hinken den Bewerbern im mobilen Bereich deutlich hinterher, heißt es im Artikel von karrierebibel.de
 6. Der **Statistikdienstleister Trendstream hat die Social Networks in puncto Aktivität unter die Lupe genommen** und kommt zu interessanten Ergebnissen. Demnach hat das Netzwerk Google+ Twitter bereits überholt und liegt im Aktivitäts-Ranking hinter Facebook auf Platz zwei. Zum Artikel bei meedia.de.
 7. **Seitenbetreiber, Fotografen und Künstler wehren sich gegen das künftige Design der neu gestalteten Google-Bildersuche**. Das zeigt die Bilder nicht nur in Daumennagel-Größe an, sondern auch in Originalgröße - ohne den Nutzer auf die Website des Seitenbetreibers zu schicken. Der Berliner Maler und Künstler Martin Mißfeldt hat deshalb die Initiative "Verteidige Deine Bilder" gestartet. Spiegel.de berichtet.
 8. **Acht Günde um seinen Facebook-Account zu deaktivieren** nennt der Online-Dienst mashable.com.
 9. **Das Q&A Netzwerk Quora eignet sich gut für den Austausch mit anderen Nutzern zu bestimmten Themengebieten** oder zur Recherche. Nun wurde ein neues Tool vorgestellt: Nutzer können sich ihren eigenen Blog auf Quora erstellen und ihn anschließend einer bestimmten Kategorie zuordnen.
 10. Das **Community Management** ist zu einem zentralen Bestandteil des Social Media Marketing geworden. Es gibt die unterschiedlichsten Social Media Strategien. Je nachdem wie eine Marke agiert, spiegelt sich das auch im Community Management wider. **Get Satisfaction hat eine Infografik veröffentlicht, die sich mit den verschiedenen Ausrichtungen und Charakteren beschäftigt.** Zur Infografik.
 11. Facebook lernt schnell: **Nur wenige Tage, nachdem Twitter seine Video-Sharing App "Vine" unter großer Beachtung auf den Markt gebracht hatte, erweitert auch Facebook seine mobile App um genau diese Funktionalität**, also kurze Video- und Sprachaufzeichnungen, die mit Freunden geteilt werden können, berichtet allthingsd.com.
 12. **Welche Fähigkeiten sollte ein Community Manager haben** und was erwarten Marken von ihren zukünftigen Mitarbeitern? Futurebiz.de fasst es zusammen.

Reputation Management

Gretchenfrage Deutsche Bank: Reputation oder Profit?

Es sind nicht nur die roten Zahlen in Milliardenhöhe, die den guten Ruf der Deutschen Bank schädigen könnten. Sondern der kommunikative Umgang mit den Stakeholdern. Kernige Botschaften des Führungs-Duos auf der diesjährigen

Bilanzpressekonferenz wie „Das Ackermann-Modell ist tot, es lebe die neue Bank unter der Führung von Jain und Fitschen“, oder „Wer die Werte der Deutschen Bank nicht anerkenne, sei bei dem Geldhaus an der falschen Stelle“ fördern gerade dann nicht die Glaubwürdigkeit der beiden Führungskräfte, wenn zu wesentlichen Bilanzpunkten die transparente Kommunikation fehlt: Die Bank wagt keine Prognose für das Geschäftsergebnis 2013. Jürgen Fitschen dazu: „Einen Ausblick wollen wir nicht geben“, ebenso gibt die Deutsche Bank keine Details bekannt für welche konkreten Rechtsfälle welche Rückstellungen gebildet werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

International Index of Corporate Values 2013 - Mitarbeiter wollen klare Leitlinien

Mitarbeiter erwarten von ihrem Unternehmen eine klare Orientierung an verbindlichen Werten. Das ist eines der Ergebnisse einer internationalen Studie des ECCO-PR-Agenturnetzes zu Unternehmenswerten. Der „International Index of Corporate Values“ wurde nach 2006 und 2009 jetzt zum dritten Mal erhoben. In 13 Ländern analysierten die Berater Statements von über 4.300 Unternehmen zu den von ihnen vertretenen Werten. Außerdem wurden in fünf Ländern insgesamt 3.000 Arbeitnehmer befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Kerlikowsky: EU-Kommission will die journalistische Berichterstattung in allen Mitgliedsländern kontrollieren

Guten Tag! Die Brüsseler Kommissare geben sich gewaltig Mühe, in der Öffentlichkeit eine gute Figur zu machen. Ansonsten würde José Manuel Barroso nicht sechs angestellte Fotografen haben. Natürlich reicht das nicht, um immer gut im Bilde zu sein. Es müssen auch Texte entsprechend gut in den Medien platziert werden. Der Newsletter EU-Nachrichten, seit vielen Jahren in Berlin auf Deutsch produziert, ist zwar voller Fotos von Kommissaren und Politikern aus aller Welt, hat aber keine Durchschlagskraft.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Warum pfeifen Streikende auf kostbare Fernsehsekunden?



Wie sie da so nichts sagend auf ihren Pfeifen trillern, sich mit abstoßenden Sackjacken umhüllen und auch mit plakatierten Forderungen dick machen, wie sie da so herumstehen mit wütenden Gesichtern, so vermitteln sie den Eindruck, als ob

ihnen gerade der Bus weggefahren sei. Abstoßende Bilder im Fernsehen, statt überzeugender Fakten. Vertane Sendesekunden. Den am eigentlichen Streite Unbeteiligten, aber physisch und psychisch Leidtragenden, wird derweil in den Medien viel Raum gegeben, weil es dann so schön menschelt in Mikrofon und Kamera hinein. Ja, Mann und Frau auf der Straße haben Verständnis für die Schließungen der Büros, die einen nicht zur Sache kommen lassen. Sie unterstützen die Lohnwünsche und Sorgen um fremde Arbeitsplätze, obwohl sie von der eigentlichen Sache nichts verstehen, und sie tun gelassen ob des verspäteten oder gar auf Tage hin

ausgefallenen Fluges zum Geschäftstermin oder in den Urlaub. Wer glaubt das eigentlich? Und für alle, die es glauben: Glauben steht für Nichtwissen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Volker Klenk: Transparenz bei Aldi (Süd)



Die Überschrift kann nicht stimmen. Oder? Gilt der Discounter doch als der Inbegriff für Intransparenz. Was weiß man schon über den Handelsriesen, über seine Unternehmenspolitik oder über die Inhaberfamilien?

Eben, fast nichts.

Erfolg trotz Intransparenz? In Vorträgen und Diskussionen, in denen ich die möglichen Vorzüge des Erfolgsfaktors Transparenz beschreibe, kommt meist irgendein Skeptiker mit dem Gegenbeispiel Aldi. Die seien doch extrem erfolgreich trotz ihrer fast legendären Intransparenz. An dieser Stelle müssen dann Missverständnisse geklärt werden:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Drück' mich mal, Liebste ... (Tiramisu mit Roter Grütze)

(nsb) Es gibt kulinarische Welterfolge – das Dessert „Tiramisu“ gehört gewiss dazu. Angeblich war es 1970 die Schöpfung eines genialen Kochs im Ristorante „Le Beccherie“ in Treviso, der die Verführung aus Biskuits, Espresso, Likör und Mascarpone erfand. „Zieh mich hoch“ ist als wörtliche Übersetzung ziemlich wertlos, man muss das Gefühl der Überwältigung angesichts dieser Süßigkeit wohl etwas

erotischer verstehen. Auch wenn Rainer Brüderle es der Welt in dieser Hinsicht etwas schwerer gemacht hat als nötig.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Aufsteiger in der Kommunikation – PR-Nachwuchs-Initiative #30u30 bietet Plattform



Ein Autorenbeitrag von **Linda Sasse** (Foto), Volontärin bei *Wake up Communications* in Düsseldorf

„Aufsteiger“, das ist ein starkes Wort. Ein Wort, das für Engagement, Ambition und Begeisterung steht.

„Aufsteiger in der Kommunikation“

sind also alle, die mit Engagement, Ambition und Begeisterung ihren Job machen bzw. in der Branche unterwegs sind? Exakt!

„Aufsteiger“ bedeutet aber auch, dass man noch am Anfang steht. Denn wie kann man sonst aufsteigen? Es gilt also, eine Abgrenzung der Aufsteiger zu schon Aufgestiegenen zu schaffen. Hier kommt die Abkürzung #30u30 ins Spiel. #30u30, gesprochen „30 under 30“, steht für 30 engagierte Nachwuchskräfte unter 30 Jahren (gesponsert von Deutsche Bahn, Google Deutschland, GPRA und Ogilvy PR). Sie suchte der "PR Report" im vergangenen Jahr für seine gleichnamige Initiative. Das Ziel: dem Nachwuchs rund um die Themen Ein- und Aufstieg eine breite Bühne zu geben und die Sieger des Nachwuchspreises des PR Report Awards zu küren. Mit dem Nachwuchs-Camp in Hamburg ging die Initiative am 18. Januar an den Start. Ich durfte als eine der 30 unter 30 dabei sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Studie über neue Protestbewegungen: Die Feierabend-Revoluzzer rüsten auf

Sie protestieren gegen Flughäfen, Bahnhöfe und die Gier der Banker: In Deutschland begehren Bürger auf. Was treibt sie an? Was verbindet sie? Eine Studie seziert die neuen Bewegungen - und stellt fest: Die Rebellen sind vor allem grauhaarig, gut gebildet und bestens versorgt. Der indirekte Weg der Beteiligung allein erscheint vielen Bürgern mittlerweile als zu mühsam, als zu veraltet. Statt auf Wahlen und Lobbygruppen setzen die Menschen auf ihre eigene Kraft: Sie wollen mitreden, selbst verhandeln - und nutzen dafür auch das Netz und die sozialen Medien, um sich bemerkbar zu machen. Die schweigende Masse begehrt auf - und knüpft damit an die Tradition der großen Friedensdemos der achtziger Jahren gegen den Nato-Doppelbeschluss oder gegen die Atomkraft an. *Den Artikel von Christina Hebel und Katharina Peters am 30. Januar in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#).*

Kommentar: Drei Jahre Internet-Enquete - was nun, Bundestag?

Die nächste Legislaturperiode des Bundestags wird zeigen, ob es den nächsten Abgeordneten wirklich ernst ist mit der Suche nach einer "guten Netzpolitik", wie auch immer diese aussehen mag. Seit März 2010 hat sie gearbeitet und dabei einen mittelgroßen Wald auf dem Gewissen: die Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft beim Deutschen Bundestag. Sie hat in dieser Zeit hunderttausende Zeilen Berichte produziert, um Handlungsempfehlungen gestritten und sich immer wieder in der Tagespolitik fangen lassen. Doch am Ende bleibt die Frage: Wie wird der Deutsche Bundestag

künftig mit Digitalthemen umgehen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Kontinuierliche Wissenschafts-PR von Santander

Die Santander Consumer Bank Bank AG, deutsche Niederlassung in Mönchengladbach, und die Westfälische Wilhelms-Universität Münster (WWU) haben am 30. Januar ein Abkommen über eine künftige Zusammenarbeit geschlossen. Ziel der auf der Jahre angelegten Kooperation ist die finanzielle Unterstützung zum Aufbau eines interdisziplinären „Evolution Think Tanks“ für internationale Doktoranden im „WWU Graduate Centre“ sowie die Finanzierung von zwei Stellen in der Studierendenberatung. Darüber hinaus wird Santander 20 Stipendien für Studenten der WWU zur Verfügung stellen. Dieses [Engagement von Santander für die Wissenschaft](#) ist Teil der globalen Kommunikationsaktivitäten, in deren Rahmen bereits seit 1997 weltweit Kooperationen mit Universitäten aufgebaut werden.

Bildung compact (2) (05. KW-2013)

1. Die Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ) und das [Schweizerische Institut für Betriebsökonomie \(SIB\)](#) haben zusammen das "House of Marketing and Communication" gegründet. Die HWZ und das SIB haben bereits seit einigen Jahren ein umfassendes Studienangebot in den Bereichen Marketing und Kommunikation aufgebaut. Nun könne man vom Berufseinstieg bis hin zum Master an einem einzigen Ort alles absolvieren, teilte die HWZ mit. Kooperationspartner sind die GfM Schweizerische Gesellschaft für Marketing, BSW Leading Swiss Agencies, das MAZ, das Schweizerische Public Relations Institut, die

Schweizerische Text Akademie und die Darden School of Business der University of Virginia.

2. Das Forum Journalismus und Medien Wien (FJUM) startet am 2. Oktober 2013 einen neuen Masterstudiengang „International Media Innovation Management“. Das Studium findet berufsbegleitend statt. Von 2013 bis 2015 nehmen Studierende an sechs einwöchigen Präsenzmodulen in Österreich, Deutschland, Spanien und den USA teil. Sie absolvieren individualisiertes Sprachtraining, E-Learning-Einheiten und von Professoren betreute, aber zeitlich selbst zu organisierende Projektarbeit in internationalen Kleingruppen. Bis zu 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der internationalen Medienbranche können teilnehmen. Bewerbungsschluss ist am 30. April. Die Studiengebühren betragen 20.000 Euro pro Jahr. Weitere Informationen: www.imim-master.com.

Studien

APCO-Studie zu den führenden Marken in der Welt

APCO Worldwide, eine globale Kommunikationsberatung mit Büros in Amerika, Europa, dem Nahen Osten, Afrika und Asien, hat den neuen „**Champion Brand Index**“ veröffentlicht. Dabei wurde die Markenkraft von 600 internationalen öffentlichen und privaten Unternehmen gemessen. Für die Studie wurden mehr als 70.000 Personen in 15 Ländern befragt. Laut Aussage von APCO gewährleiste die große Datenbasis, dass global operierende Unternehmen erstmals einen weltweiten Indikator dafür hätten, wie sie als Marke wahrgenommen würden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Weblösung für den gehobenen PR-Bedarf

Eine neue Weblösung für das integrierte PR-Management bietet die Neusser [Convento GmbH](#). Mit "myconvento" wird es Nutzern ermöglicht, Presseverteiler, Social-Media-Aktivitäten, Content-Management-Lösungen und Monitoringinstrumente zusammenzuführen und von einer **Weboberfläche** aus zu bedienen. Damit reagiert Convento auf die Ergebnisse einer Umfrage unter PR-Profis. Die Befragten hatten sich für die unterschiedlichen Anforderungen eine **integrierte Lösung** gewünscht. Interessenten können sich im Rahmen einer Roadshow selbst ein Bild davon machen, ob Funktionalität und Benutzeroberfläche den eigenen Ansprüchen genügen. Der Besuch der [Informationsveranstaltungen](#) in Düsseldorf, Hannover, Hamburg, Berlin, Frankfurt, München, Zürich und Wien ist kostenlos.

Termine compact (3) (05. KW-2013)

1. Sechster **Kommunikationstag des BDEW** Bundesverbandes der Energie- und Wasserwirtschaft e.V.: Kommunikation von Krisen und schwierigen Themen, Bürgerbeteiligung und Akzeptanz, Markenbildung Netzgesellschaften und Nachhaltigkeitskommunikation sind die Hauptthemen des BDEW-Kommunikationstages vom 28. Februar bis zum 1. März 2013 in Berlin.
2. Fünftes Branchentreffen der Kommunikationsverantwortlichen aus Handel und Konsumgüterindustrie: Am **26. und 27. Februar** richtet das **EHI Retail Institute**, Köln, ihren diesjährigen **PR-Kongress** aus. Die PR-Chefs von Coca Cola, Jack Wolfskin, Haniel, KiK, Tengelmann, Ebay und anderen Unternehmen berichten in Köln aus der täglichen Praxis und stellen Kommunikationsstrategien vor.
3. Am 14. Februar wird Bastian Frien, Chefredakteur des Finance-Magazins, beim Anbieter für Mediendaten, Medienbeobachtung

und Medienanalyse Gorkana in Frankfurt am Main zu Gast sein und einen Einblick in den Redaktionsalltag geben. Die **Gorkana Breakfast Briefings** bieten PR-Profis Gelegenheit, führende Journalisten persönlich zu treffen und wichtige Kontakte zu knüpfen. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenlos, Anmeldung per E-Mail genügt: europееvents@gorkana.com

Tipps

Tipps compact (1) (05. KW-2013)

1. **PR-Aktion für spätere IT-Experten:** Eine spezielle Art der Förderung von Nachwuchsinformatikern bietet das **Hasso-Plattner-Institut (HPI)** mit einem **Erlebnistag für IT-interessierte Schüler ab 16 Jahren** am 7., 8. und 9. März 2013 auf der **CeBIT 2013** in Hannover. Auf dem Programm stehen die Besuche von besonders spannenden CeBIT-Messeständen. Betreut werden die Schüler von HPI-Studierenden, die bei der Gelegenheit auch gern Auskunft über ein mögliches späteres Informatikstudium geben oder mit denen man einfach nur über spannende IT-Themen diskutieren kann. Der vom HPI organisierte Erlebnistag beginnt um 9:30 und endet um 16:30 Uhr. Interessenten können sich [hier bewerben](#). Das HPI übernimmt die Mittagsverpflegung und den CeBIT-Eintrittspreis der Teilnehmer. Das HPI in Potsdam ist Deutschlands einziges Uni-Institut, an dem man "IT-Systems Engineering" studieren kann und das völlig privat finanziert wird - von Stifter Hasso Plattner, Mitgründer und Aufsichtsratsvorsitzender des Software-Konzerns SAP, Walldorf.

Literatur

Neues Fachbuch erschienen: Corporate Reputation Management

Reputation bedeutet Wertschöpfung – diese Erkenntnis gewinnt an Bedeutung, durchgesetzt hat sie sich jedoch noch längst nicht in der Unternehmenswelt. So haben viele Unternehmen die Relevanz von Corporate Reputation Management für ihren langfristigen Erfolg zwar erkannt, jedoch noch nicht ausreichend im Fokus. **Cornela Wüst und Ralf T. Kreuzer** gehen in ihrem neuen Buch „**Corporate Reputation Management**“ daher der Frage nach, wie sich das ändern kann. Als Herausgeber und Autoren haben sie 15 Experten eingeladen, das Thema von allen Seiten zu beleuchten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

PR-Jobbörse 2012: 628 Jobanzeigen, Start 2013 mit 63 neuen Angeboten

628 Stellenanzeigen, davon 551 Angebote in sieben Kategorien für qualifizierte PR-Stellen, so lauten die wichtigsten Bilanzzahlen der größten Internet-Stellenbörse für die Kommunikationsbranche zum Jahresabschluss 2012. 210 (38%) Anbieteranzeigen suchten nach Volontären oder Praktikanten. Das 2. Kalenderjahr mit IVW-Prüfung belegt der PR-Jobbörse des PR-Journals 197.324 Visits bei einem Tagesdurchschnitt von 540 Visits. Die Social Media-Bilanz dokumentiert fürs letzte Jahr 2.162 Follower und Freunde sowie 215 Jobangebote auf Twitter, Facebook, Google+ und Pinterest.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal: 41.734 Besucher im Januar 2013, 63 neue Jobangebote

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Januar 2013 insgesamt 41.734 Besucher. Knapp 45 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PR-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.346 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,6 Seiten an - daraus errechnen sich 106.877 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.

Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Januar eine Besuchszeit je Visit von 10:25 Minuten festgestellt. 58 Prozent waren neue Besucher - 53,4 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 20,8 Prozent waren direkte Zugriffe und 11,1 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Internetseiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (64)

Volontariat/Trainee

Die 13 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- [red roses communications](#) sucht Junior-PR-Berater (m/w), Hamburg
- [Kölner PR-Agentur VOCATO](#) sucht PR-Berater/-in zum 1. April
- [Senior PR Berater\(in\)](#), München
- [Berater \(w/m\) für Consumer PR Schwerpunkt Consumer Electronics/Telekommunikation](#), Köln
- [Medienkontakter/in Schwerpunkt Markenkommunikation](#), Hamburg
- [PR Junior Berater\(in\)](#), Düsseldorf
- [PR Junior-Projektleitung](#), Berlin
- [MediaCompany - Agentur für Kommunikation GmbH](#) sucht Berater, Texter, Konzeptioner (m/w)
- [PR-Trainee \(m/w\) / Juniorberater \(m/w\) Healthcare](#), Eltville
- [PR-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Healthcare](#), Hamburg
- [Erfahrene\(r\) PR-Berater\(in\)](#), Ingolstadt
- [PR-Berater \(m/w\)](#), Raum Rhein-Main
- [Junior-PR-Berater / PR-Berater \(m/w\)](#), Hamburg
- [Senior-PR-Berater/in aus Leidenschaft für Agentur in Stuttgart](#)
- [Citigate Frankfurt](#) sucht ab sofort Junior Consultant Financial Services
- [Junior-PR-Berater/-in Healthcare](#), Raum Düsseldorf/Köln
- [Junior-PR-Berater \(m/w\) mit Ambitionen und Leidenschaft](#), Hamburg
- [PR-Redakteur \(m/w\) Schwerpunkt Finanzen/Versicherungen](#)
- [PR-Junior-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Corporate Communication](#), Hamburg
- [\(Senior-\) PR-Berater\(in\)](#), Düsseldorf
- [Assistenten/-in und Projektmanager/-in](#), Düsseldorf
- [Kommunikationsagentur für gesellschaftliche Themen](#) sucht Projektassistenz, Köln
- [Junior- und Senior PR Manager/innen](#), München
- [Junior-PR-Berater \(m/w\) mit Schwerpunkt Gesundheitskommunikation](#), Frankfurt a.M.

- PR-Berater/in und PR-Junior-Berater/in in Stuttgart
- PR-Berater (m/w) Corporate & Brands, Berlin
- Junior Account Manager PR (m/w)
- Account Manager PR (m/w), München
- Junior PR-Berater (m/w), Bremen
- PR-Redakteur/Texter und/oder PR-Manager (m/w) für Industrie & Technologie, Aachen/Würselen
- PR-Berater/in bei FAKTUM, Heidelberg
- Berater (m/w) Healthcare Communications, Frankfurt a.M.

Behörden (Öffentl.Dienst)

- Online-Redakteur (m/w), Rosenheim

Unternehmen

- Mitarbeiter/in Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt a.M.
- Leitung PR Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (m/w) für den Bereich Unternehmenskommunikation, Braunschweig
- Vielseitiger Textprofi (m/w), Stuttgart
- Pressesprecher (m/w) für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Braunschweig
- Manager Corporate Communications (w/m), Köln
- PR Manager On- und Offline (m/w), München
- Junior PR-Berater (w/m), Berlin
- Junior Manager - Corporate Communcations & Responsibility (m/w), München
- Communications Specialist (m/w)
- Pressesprecher und Abteilungsleiter Unternehmenskommunikation (m/w), Düsseldorf
- PR Manager für den Bereich Marketing in Stolberg bei Aachen (m/w)
- Manager Interne Kommunikation/Pressesprecher Stahl- und Metallrecycling (m/w), Frankfurt a.M.
- Kommunikationsmanager (m/w), Hannover

Verbände (Non-Profit)

- Deutscher Marketing-Verband sucht Junior Referenten/in Kommunikation (m/w), Düsseldorf
- Pressesprecher(in), München

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 04. Februar 2013 um 22:30 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.931 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) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; RA Rainer Rothe, Hamburg (rothe[at]wanke-rothe.de) – Rubrik „Rothes Rechts-Rubrik“; 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"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

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

Rubrik "PR-Websitecheck": N.N.

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

Korrespondenten: *Internationales:* Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (public.relations[at]achelis.com); *München/Oberbayern:* Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de); *Düsseldorf/Rhein-Ruhr:* Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); *Berlin/Potsdam:* Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); *Hamburg/Norddeutschland:* Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); *Frankfurt/M./Rhein-Main:* N.N.; *freie Themenwahl:* Wolfgang Reineke, Heidelberg (w.reineke[at]pr-journal.de); Sascha Stoltenow, Waldems (Bendler-Blog) (stoltenow[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

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

Autoren 2012/2013: siehe [Impressum](#) auf der Homepage

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

Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#) sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#) auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#) und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

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