

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 371 / 08. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 371. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 57 Einzelmeldungen):

1. [Mein bester Freund Wolfgang Reineke ist gestorben](#)
2. [Gemeinsames Beratungsangebot von Paul Kohtes und Joachim Klewes](#)
3. [Studie: "Moral" kommt in der Wirtschaft kaum vor](#)
4. [SEO-Tipps: Fünf Do's und Dont's der Suchmaschinen-Optimierung](#)
5. [Juristin wird Regierungssprecherin in Niedersachsen](#)
6. [Post-Kommunikationschef Christof Ehrhart Honorarprofessor an der Universität Leipzig](#)
7. [BBDO hat neuen Kommunikationschef](#)
8. [Personalien compact - Unternehmen \(7\) \(08. KW-2013\)](#)
9. [Personalien compact - Agenturen \(6\) \(08. KW-2013\)](#)
10. [Personalien compact - Sonstige \(5\) \(08. KW-2013\)](#)
11. [Ketchum Pleon poliert das Image von Sachsen auf](#)
12. [Etats compact \(19\) \(08. KW-2013\)](#)
13. [Viele SoMe-Seiten, zum Beispiel Politik- oder Wissenschaftsblogs, liefern zunehmend eine exzellente inhaltliche Qualität](#)
14. [Medizin & PR meldet vier neue Kunden](#)
15. [Fachjournalisten beurteilen PR-Agenturen mit Schwerpunkt Reise und Touristik](#)
16. [Havas für Obdachlose: Decken für Deutschland](#)
17. [Google als einflussreichste Marke ermittelt](#)
18. [Brandzeichen in München](#)
19. [Startschuss für Deutschen PR-Preis 2013](#)
20. [Finalisten für PR-Report-Awards stehen fest](#)
21. [Branche compact \(6\) \(08. KW-2013\)](#)
22. [Verlage auf Adressenfang](#)
23. [Deutsche Corporate Publisher erfolgreich bei den Mercury Excellence Awards](#)
24. [DPRG-Medienpreis für Interne Kommunikation gestartet](#)
25. [Medien compact \(3\) \(08. KW-2013\)](#)
26. [Social Media compact \(2\) \(08. KW-2013\)](#)
27. [Kerlikowsky: Verschleiernde "Zahlen-Fakten" durch Bundesfinanzminister Schäuble](#)
28. [PR-Kolumne Salz: Geiz isst Gaul](#)
29. [Gericht: Gulasch vom Gaularsch?](#)
30. [Interim Management in der Unternehmenskommunikation](#)
31. [Journalisten und PR-Menschen: Viel Feind, viel Ehr](#)
32. [Koppelgeschäfte: „Wie, die sind verboten?“](#)
33. [Bildung compact \(4\) \(08. KW-2013\)](#)
34. [Starkes Interesse von Studenten am Berufseinstieg in PR und Kommunikation](#)
35. [Vertrauen als Währung in der Interessensvertretung](#)
36. [Kieler Institut lädt nach Tübingen zum Krisengipfel ein](#)
37. [Termine compact \(3\) \(08. KW-2013\)](#)
38. [Praxistipps zu Digital Commerce](#)
39. [myconvento - neue Software fürs Kommunikationsmanagement](#)
40. [Tipps compact \(2\) \(08. KW-2013\)](#)
41. [Biografie über Dan Edelman erschienen](#)
42. [Jobbörse](#)
43. [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

Mein bester Freund Wolfgang Reineke ist gestorben



Ich bin tieftraurig und weine in die Tasten. Ich habe am 23. Februar um 00:30 Uhr erfahren, dass mein bester persönlicher und beruflicher Freund und Weggefährte Wolfgang Reineke (72) bereits am 17. Februar in Heidelberg gestorben ist (aber erst am 22. Februar tot in seiner Wohnung gefunden wurde). Ein schwerer Herzinfarkt hat sein Leben beendet. Er ist vielleicht auch sinnbildlich an gebrochenem Herzen

gestorben, denn seine über alles geliebte Frau Uschi ist am 21. August 2012 schnell und unerwartet an einem Krebsleiden gestorben. Ihre sechs Kinder haben nun auch keinen Vater mehr. Ich hatte danach Schlimmes befürchtet - aber nun hat sie ihn auf natürliche Weise zu sich in den Himmel geholt. Am 15. Februar habe ich noch mit ihm telefoniert - er hatte noch so viele Pläne, wir wollten uns im April treffen und wir haben auch politisch gefrozzelt. Wie so oft. Er CDU, ich SPD - aber immer engagiert für diesen Staat und die Demokratie und die Mitwirkung der Bürger. Es wird nun kälter ohne ihn, mir fehlt mein geistiger und menschlicher Bruder - seit 1982 waren wir über die DPRG verbunden und haben an vielen Stätten in der professionellen Kommunikationsarbeit gewirkt. Lieber Wolfgang, werde nun mit Deiner Uschi dort droben glücklich und schmeiße noch manches PR-Rad an - zusammen mit Elisabeth Kohl und Hans Eisele, die uns beide auch viel zu früh verlassen haben. Das ist eine tieftraurige Nachricht und ich trauere nun für Dich lieber Wolfgang, mein Alter Ego, denn Du hast mir und dem PR-Journal unendlich viel geholfen. Er war eine wirkliche, authentische PR-Größe und anerkannter Ratgeber! (<http://www.reineke-heidelberg.de/Reineke.html>) Er wird uns fehlen - aber er hätte gewollt, dass wir wie bisher weitermachen. PR ist unser aller Aufgabe und Leben!

Dein Gerhard Pfeffer, Siegburg, den 23.02.2013
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gemeinsames Beratungsangebot von Paul Kohtes und Joachim Klewes

Kommt es zu einem Comeback von Paul Kohtes und Joachim Klewes in einer gemeinsamen Agentur? Zumindest gibt es in der PR-Branche Anzeichen, die darauf hinweisen. Sie wurden jetzt von Horizont aufgegriffen. In einem Beitrag auf [Horizont.net](#) wird darüber berichtet, dass die



„beiden Altmeister der deutschen PR-Agenturszene“ sich jetzt wieder zusammengetan haben und neben jeweils eigenen Beratungsleistungen auch gemeinsame Coachings für Topmanager anbieten. Das belegt eine [neue Webseite der beiden](#). Also Konkurrenz von den eigenen Gründervätern für Ketchum Pleon? Ketchum Pleon CEO Dirk Popp glaubt das nicht. Doch kann er sich da sicher sein? Laut Horizont beteuern sowohl Kohtes als auch Klewes, die 1987 Kohtes & Klewes – daraus wurde dann zunächst ECC Kohtes Klewes, später Pleon Kohtes Klewes und heute Ketchum Pleon – gründeten, ihre absolute Unabhängigkeit. Die PR-Branche darf gespannt sein, welche Rolle „die Altmeister“ künftig spielen.

Studie: "Moral" kommt in der Wirtschaft kaum vor

Journalismus ist nicht unmoralisch und die Medien sind keine moralfreie Zone. Allerdings kommt Moral in journalistischen Angeboten nicht etwa im Politik- oder im Wirtschaftsressort vor, sondern vor allem im Sportteil und auf den Klatschseiten. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von Hektor Haarkötter, dem Leiter des Masterstudiengangs Journalistik an der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, in München. Gefragt wurde bei dieser großangelegten Studie danach, wo und wie häufig das Wortfeld „Moral“ in journalistischen Texten vorkommt. Die konkreten Zahlen: „Moral“

kommt in über 200.000 Texten auf sueddeutsche.de genau 5.552-mal vor. In den mehr als 800.000 Texten auf bild.de findet „Moral“ sich 2.152 Mal. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

SEO-Tipps: Fünf Do's und Dont's der Suchmaschinen-Optimierung

Er müsste mittlerweile auf alle Fragen eine Antwort haben: Markus Wölflick, Gründer und Geschäftsführer von Gutefrage.net. Der Spezialist für Online-Ratgeber-Portale hat exklusiv für "Lead digital" seine Erfahrungen zur Suchmaschinen-Optimierung in fünf Do's und Dont's zusammengefasst.

Die fünf wichtigsten Do's:

1. Gute Inhalte zählen

Im Kampf um die vorderen Plätze in den Suchergebnissen zählen hochwertige, aktuelle und exklusive Inhalte. Mehr denn je gilt die alte SEO-Weisheit „Content is king“. Mit kurzen, hastig verfassten Artikeln oder Katalog-Inhalten die von mehreren Anbietern im Netz identisch angeboten („duplicate content“) werden, ist kein Blumentopf mehr zu gewinnen. Shop-Betreiber sollten also beispielsweise versuchen, ihre Seiten mit eigenen Produktbeschreibungen oder Bewertungen anzureichern und auf Händler- oder Herstellerangaben besser verzichten. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Juristin wird Regierungssprecherin in Niedersachsen

Die Juristin **Anke Pörksen** (SPD) aus Hamburg soll in Hannover Sprecherin der neuen rot-grünen Landesregierung in Niedersachsen werden. Zuvor im Wahlkampf hatte der neue Ministerpräsident Stephan Weil sie für das Justizressort vorgesehen. Aktuell ist die 46-

komm.passion



Jährige noch Unterabteilungsleiterin Inklusion und Qualitätsentwicklung in der Bildungsbehörde Hamburg und Bundesvorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Sozialdemokratischer Juristinnen und Juristen (ASJ). Ihr Stellvertreter als Regierungssprecher wird **Michael Jürdens** (Grüne), der diesen Posten bereits unter der ersten rot-grünen Koalition in Niedersachsen ausgeübt hat.

Personalien

Post-Kommunikationschef Christof Ehrhart Honorarprofessor an der Universität Leipzig

Christof Ehrhart, Executive Vice President und Leiter des Zentralbereichs Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung bei der Deutschen Post DHL, ist von der Universität Leipzig zum Honorarprofessor für Internationale Unternehmenskommunikation ernannt worden. Ehrhart wird sich im Leipziger Master-Studiengang „Communication Management“ engagieren und dabei seine breite internationale Management-erfahrung in allen wesentlichen Kommunikationsdisziplinen einbringen. Ehrhart ist seit mehreren Jahren Lehrbeauftragter am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig. Er hatte zuvor Lehraufträge für Internationale Unternehmenskommunikation bzw. Strategisches Kommunikationsmanagement an der Freien Universität Berlin sowie an der Universität Zürich wahrgenommen. Zu Kommunikationsthemen hat er zahlreiche Vorträge gehalten und publiziert. In seiner beruflichen Laufbahn kam er nach

Stationen als freier Fernsehjournalist, Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Schering AG und EADS im Jahr 2009 zur Deutschen Post DHL.

BBDO hat neuen Kommunikationschef

Ulf Brychcy (52) wird ab dem 1. März die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Werbeagentur BBDO Germany in Düsseldorf leiten. Zuletzt war er sechs Jahre Ressort-Teamleiter bei der „Financial Times Deutschland“ in Hamburg. Davor war Brychcy unter anderem beim Medienkonzern Bertelsmann tätig. In Gütersloh und Berlin war er Pressesprecher der Bertelsmann Direct Group. Anfang der 1990-er Jahre arbeitete er als Wirtschaftskorrespondent der „Süddeutschen Zeitung“ in der Hauptstadt und hat immer wieder über Medienthemen berichtet. Bei BBDO berichtet er direkt an Frank Lotze, CEO der BBDO Germany. Brychcy wird in Düsseldorf Nachfolger von Dirk Popp, der als Deutschland-Chef von Ketchum Pleon die Aufgabe im Oktober 2012 vorübergehend übernommen hatte. BBDO Germany ist die größte deutsche Agenturgruppe mit rund 7000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Personalien compact - Unternehmen (7) (08. KW-2013)

1. **Robin Zimmermann** hat am 25. Februar kommissarisch die Aufgaben von **Uwe Kattwinkel** bei der Tui AG als **Leiter der Konzern-Kommunikation** in Hannover übernommen. Kattwinkel hatte angekündigt das Unternehmen zum 31. März verlassen und seine Tätigkeit am 18. Februar beenden zu wollen. Sein Ausscheiden hängt mit dem Ende der Amtszeit von **Michael Frenzel** als CEO der Tui AG zusammen. Zimmermann war bereits seit 2007 Leiter Media Relations und der Stellvertreter Kattwinkels. Davor war er Leiter Presse bei Tui.



2. **Christoph Berner** (33) verantwortet ab sofort die PR und -Marketingaktivitäten des Premium-Reiseveranstalters **Gernreisen GmbH** in München. Vor seinem Wechsel zu Gernreisen war der studierte Diplom-Betriebswirt (FH) als Director of Productmarketing beim Reiseveranstalter Designreisen tätig.
3. **Gerd Koslowski** wird ab März Nachfolger von **Steffen Kern** als **Leiter Unternehmenskommunikation beim Kaufhof**, Köln. Kern hatte die Aufgabe im November 2012 kommissarisch übernommen, nachdem **Stefanie Grüter** den Kaufhof Richtung **Beiersdorf** verließ. Koslowski ist ein Rückkehrer, denn bereits 2005 / 2006 leitete er die Kommunikationsarbeit des Warenhauskonzerns. Anschließend wechselte er zu **KarstadtQuelle**, später Arcandor. Zuletzt war er für rund eineinhalb Jahre verantwortlich für die Kommunikations- und Medienarbeit beim Fußball-Zweitligisten **1. FC Köln**.
4. **Ulrich Winkler** (57), bislang **Leiter Kommunikation der RAG-Stiftung** in Essen, hat die Stiftung verlassen, um sich seiner **Beratungsgesellschaft KMW Outrage-Management** zu widmen. Das Unternehmen beschäftigt sich vor allem mit Krisenmanagement. Über eine Nachfolge Winklers bei der RAG-Stiftung ist bislang nichts bekannt. Bevor Winkler 2011 zur Essener Stiftung ging, leitete er von 2001 bis Mitte 2010 die Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen BP AG und der von ihr übernommenen Aral AG.
5. **Alexander Jewtuschenko** (29) wird ab dem 7. März **Pressesprecher** des Energieversorgers **SWB** (Stadtwerke Bremen) am **Standort Bremerhaven**. Die Position war zuvor einige Monate vakant. Jewtuschenko ist dem Bereich Unternehmenskommunikation der SWB am

Hauptsitz in Bremen zugeordnet und berichtet an die Leiterin der Unternehmenskommunikation **Angela Hünig**. Zuvor absolvierte Jewtuschenko ein Volontariat an der Hochschule Bremerhaven.

6. **Silva Imken** (42) ist seit Mitte Februar neue **Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** bei **Börlind Gesellschaft für kosmetische Erzeugnisse mbH** in Calw. Sie folgt auf **Thomas H. Mendes** und verantwortet in ihrer neuen Position die Pressearbeit im deutschsprachigen Raum sowie die interne Kommunikation des Kosmetikherstellers. Imken berichtet an Marketingleiterin und Mitglied der Geschäftsleitung, **Ulrike Wagner**.
7. **Beat Römer** (49), der bisher die externe Kommunikation des Schweizer **Industriekonzerns Georg Fischer** leitete, wird neuer **Leiter der Konzernkommunikation**. Römer, der seit 2011 beim Schaffhauser Unternehmen ist, hat diese Funktion bereits im September 2012 interimistisch übernommen. Römer begann seine Karriere als Journalist. Von 2003 bis 2007 war er stellvertretender Chefredakteur der Wirtschaftszeitung „Cash“. Anschließend arbeitete er als Leiter der externen Kommunikation beim Stromkonzern Axpo Holding.

Personalien compact - Agenturen (6) (08. KW-2013)

1. **Nico Ziegler** verstärkt ab Mai die Geschäftsführung der **Kommunikationsagentur Segmenta PR** in Hamburg. Er wird **Partner** von Agenturgründerin **Heide Schwarzweiler**. Ziegler kommt von FischerAppelt, wo er auf Partnerebene den Wachstumskurs des letzten Jahrzehnts begleitet hat. Bei Segmenta PR soll der Diplom-Kaufmann jetzt eine neue Dynamik in die Marken-PR für Food- und Lifestyle-Unternehmen einbringen.
2. **Claudia Ziegler** (33) verstärkt ab dem 1. März die Stuttgarter Fachagentur für Unternehmenskommunikation **Echolot PR**. Die gebürtige Chemnitzerin hat Medienkommunikation studiert und anschließend ein Volontariat absolviert.



- Zuletzt war sie Chefredakteurin in einem Stuttgarter Zeitschriftenverlag.
3. **Katharina Sieber** und **Sonja Freudenthal** sind seit Februar neu bei der Kieler **Agentur New Communication** und verstärken die PR- und Klassik-Beratung. Sieber kam von der Hallenser Agentur Trendhafen, zuvor war sie im Landesmarketing Baden-Württemberg und beim Auswärtigem Amt tätig. Freudenthal wechselte vom S:hz Schleswig-Holsteinischen Zeitungsverlag zu New Communication. Bei ihrem früheren Arbeitgeber arbeitete sie unter anderem in der Mediaberatung und als Assistentin der Verlagsleitung.
 4. **Benjamin Pauly** ist neuer Redakteur und Realisator bei der Krefelder **Wildcard Communications, Agentur für Public Relations und Marketing Kommunikation**. Er verstärkt die Bewegtbild-Unit „Fernsehzimmer“ am Standort Köln. Pauly ist Journalist, er hat bereits als TV-Redakteur und Moderator für Center.TV Heimatfernsehen Köln GmbH gearbeitet.
 5. **Jo Wedenigg** (32) wird ab dem 1. März neuer **Director Social Media** bei der **PR-Agentur FischerAppelt, Relations, Hamburg**. Wedenigg wird in seiner neuen Funktion die gesamten Social Media-Aktivitäten der Agentur verantworten. In den vergangenen drei Jahren leitete er bei den „Webguerillas“ die Social Media-Teams in München, Berlin und Zürich. Zuvor war er unter anderem Communications Manager New Media bei Red Bull und Unit Director bei der österreichischen Agentur Linea7.
 6. **Stephanie Bergner** ist neue **Kommunikationsberaterin Healthcare** bei **Circle Comm GmbH, Agentur für Gesundheitskommunikation**.

tion. Nach ihrer erfolgreichen Ausbildung zur PR-Beraterin beim Heidelberger Institut Öffentlichkeitsarbeit.de und der Donau-Universität Krems (Österreich) unterstützt sie die Darmstädter Agentur ab dem 20. Februar als Junior-Beraterin. Zuvor hatte sie bei Circle Comm bereits ein Trainee-Programm absolviert.

Personalien compact - Sonstige (5) (08. KW-2013)

1. **Katja Schneider** (37) ist seit Anfang Januar **Projektmanagerin Marketing und PR** bei der **Vorwärts Verlagsgesellschaft** in Berlin. In der neu geschaffenen Position verantwortet sie die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verlags. Schneider berichtet an Geschäftsführer **Guido Schmitz**. Zuvor war sie Pressesprecherin des Deutschen Vereins für öffentliche und private Fürsorge.
2. **Rüdiger Fischer** (34), bislang **Pressesprecher und Leiter des Referats Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur**, ist am 18. Februar in das Team von **Robin Misra, Leiter des Pressereferats im Bundesministerium für Bildung und Forschung**, gewechselt. Bevor Fischer 2010 Pressesprecher des Wissenschaftsministeriums wurde, übte er dieselbe Funktion für die CDU-Fraktion im Landtag Brandenburg aus.
3. **Serap Yavuz** und **Silvia Slezak** sind neue Ansprechpartner der „**Fachmesse & Kongress für Marketing SuisseEmex**“ in Zürich. Yavuz ist für **Marketing & Kommunikation** zuständig, Slezak für **Event und Promotion**. Sie lösen **Alexandra Pongratz** und **Severin Heidelberg** ab, die sich nach zwei Jahren von der SuisseEmex verabschieden.
4. **Jan Bärwalde** (38) leitet seit Anfang des Jahres die **Marketingkommunikation** für den Bereich Technology & Production bei der **Messe Frankfurt Exhibition**. In seiner neuen Funktion berichtet Bärwalde an **Iris Jeglitza-Moshage**, Mitglied der Geschäftsleitung Messe Frankfurt Exhibition. Bärwalde war zuvor 14 Jahre bei der Lufthansa AG tätig - zuletzt hat er dort als Pressesprecher unter anderem die Produktkommunikation



sowie die Regionalkommunikation Rhein-Main verantwortet. Er tritt die Nachfolge von **Michael Sturm** an, der das Unternehmen verlassen hat.

5. **Urs Rellstab** leitet ab April den Weiterbildungs-Lehrgang CAS Corporate Communications an der **Hochschule für Wirtschaft Zürich (HWZ)**. Der Hochschuldozent und ehemalige CEO von Burson Marsteller löst **Stefan Eggenberger** ab, der als Weiterbildungsleiter Kommunikation der HWZ die Studienleitung interimistisch wahrgenommen hatte. Urs Rellstab ist ausgebildeter Ökonom und führt seit 2013 sein eigenes Beratungsunternehmen. Er war stellvertretender Direktor von Economiesuisse und hat Erfahrungen als Journalist, Lobbyist und Berater gesammelt.

Etats

Ketchum Pleon poliert das Image von Sachsen auf

Ein dicker Etatgewinn für Ketchum Pleon: Der Freistaat Sachsen beauftragt die Agenturgruppe mit der Umsetzung einer millionenschweren Imagekampagne. Laut „Welt“ stehen dafür zunächst je acht Millionen Euro in 2013 und 2014 zur Verfügung. Ketchum Pleon CEO Dirk Popp freut sich, haben sich seine Mitarbeiter doch gegen die Konkurrenz von 19 anderen Agenturen durchgesetzt. In die engere Wahl waren vier Angebote gekommen, drei wurden präsentiert. Ketchum Pleon hat seinen Hauptsitz in Düsseldorf, schon seit vielen Jahren unterhält die Agentur eine Niederlassung in Dresden. Details zu den Inhalten der Kampagne sollen erst in zwei bis drei Monaten vorgestellt werden. Bis dahin informiert eine [offizielle Webseite des Freistaates über die Ziele der „Standortkampagne“](#).

Etats compact (19) (08. KW-2013)

1. **Wohnungsunternehmen Degewo**, Berlin
was: Produktion Printmagazin "Stadtleben"
an: **G+J Corporate Editors**, Berlin
2. **Deutscher Forstwirtschaftsrat (DFWR)**, Berlin
was: Text- und Bildredaktion „300 Jahre Nachhaltigkeit“ 2013
an: **Kollaxo Markt- und Medienkonzepte**, Bonn
3. **Drogeriekette Rossmann**, Burgwedel
was: Elternmagazin "Babywelt"
an: **Medienfabrik Gütersloh**
4. Modelabel **Michael Kors**, New York
was: Fashion-PR in Deutschland
an: **Häberlein & Mauerer**, München
5. Chemiedistributeur **Brenntag GmbH**, Mülheim an der Ruhr
was: Geschäftsbericht, Print- und Online-Umsetzung
an: **Mpm Corporate Communication Solutions**, Mainz
6. **Finanz-Marketing Verband Österreich (FMVÖ)**, Wien
was: Externe Kommunikation und Events
an: **Himmelhoch GmbH**, Wien
7. **Campari Schweiz AG**, Baar (CH)
was: Produkt-PR, Medienarbeit und Eventkommunikation für Campari, Aperol und Cynar
an: **Jung von Matt/Limmat**, Zürich
8. **Diners Club Deutschland GmbH**, Konstanz
was: Imagearbeit in Deutschland
an: **Schirm Communication**, Berlin
9. **Twisper Travel GmbH**, Berlin
was: Kommunikationsstrategie und Medienarbeit
an: **Primus Communications**, Zürich
10. Unternehmensberatung **Witena Leadership Advisory** (Shikar Group), Zürich
was: Markenentwicklung
an: **Wirz Corporate AG**, Zürich
11. **Allianz Suisse**, Zürich
was: Pressearbeit mit Sportfotografien
an: **PPR Media Relations**, Zürich
12. **Berufsverband Deutscher Anästhesisten e.V.** und **Deutsche Gesellschaft für Anästhesiologie und Intensivmedizin e.V.**, beide Nürnberg
was: Öffentlichkeitsarbeit für die Kampagne „100 pro Reanimation“



- an: **Circle Comm GmbH, Agentur für Gesundheitskommunikation**, Darmstadt
13. Soziale Netzwerk für Finanzthemen
Moneymeets Community GmbH, Köln
was: Bekanntmachung, Markteinführung, Wirtschafts- und Finanz-Pressearbeit
an: **Public Affairs PR Agentur GmbH**, Köln
14. **BMW AG**, München
was: Online-Kampagnen weltweit
an: **Interone**, München
15. **Pax-Bank eG**, Köln
was: Kundenmagazins „Pax-Bank-Note“
an: **Dreipunkt drei Mediengesellschaft mbH**, Bonn,
Dienstleistungstochter der Katholischen Nachrichten-Agentur (KNA)
16. Europäische Einzelhandelsinitiative **Business Social Compliance Initiative (BSCI)**, Brüssel
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **PR-Agentur Möller PR GmbH**, Köln
17. a) **Visit Indonesia Tourism Office (VITO)**, München
was: Pressearbeit und Pressestelle für den Auftritt von Indonesien auf der Internationalen Tourismus Börse (ITB) 2013
b) **Sri Lanka**
was: Pressearbeit anlässlich der ITB
an: **Serviceplan Public Relations**, München
18. Produkthersteller **Alfa Laval Mid Europe GmbH**, Glinde
was: Mediaplanung und -schaltung, PR und Suchmaschinenmarketing
an: **Görs Communications**, Hamburg
19. Exportinitiativen **Erneuerbare Energien und Energieeffizienz des Bundeswirtschaftsministeriums**, Berlin
was: Konzept und Umsetzung des Messeauftritts als Gemeinschaftsstand
an: **Kontrapunkt Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg

Branche

Viele SoMe-Seiten liefern zunehmend eine exzellente inhaltliche Qualität

Am 14. Februar rief die Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK) zum Neujahrsempfang in die Räume des Verbands Öffentlicher Banken in Berlin. Bevor sich rund 60 geladene Gäste Smalltalk und Häppchen hingaben, diskutierten Christoph Bornschein (Geschäftsführer bei Torben, Lucie und die gelbe Gefahr GmbH), Christoph Ringwald, Head of Business Media & Corporate Responsibility bei der Heraeus Holding, und Jan Janzen, Leiter Social Media Evaluation bei Ausschnitt Medienbeobachtung, über „Social Media – wie geht's weiter in 2013“. Birgit Grigoriou, PRJ-Korrespondentin Berlin/ Brandenburg, interviewte Janzen (Foto) zu seinem Blick in die Zukunft...

PR-Journal: Sie haben auf der Podiumsdiskussion gesagt „Die Grenze zwischen klassischen Medien und Social Media erodiert.“ Dass Informationen nicht mehr nur in den Printmedien zu finden sind, sondern auch in Onlinequellen, ist ja nicht neu. Was genau meinen Sie mit Ihrer Aussage?



Jan Janzen: Bislang scheint nach wie vor die Ansicht zu überwiegen, dass sich Social Media kategorisch von den klassischen Medien unterscheiden: Auf der einen Seite stehen die inhaltlich fundierten, aber persönlich distanzierteren, klassischen Medien, auf der anderen Seite die weniger reflektierten aber authentischeren Social Media. Diese Position führt in der Kommunikationsbranche vielfach zur Meinung, dass für bestimmte Stakeholder entweder klassische oder Social Media relevant sind. Langsam zeigt sich aber, dass diese Unterscheidung an ihre Grenzen stößt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zu
schnell
für Ziele?

Kommunikations-
planung bei
Lautenbach Sass.

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

Medizin & PR meldet vier neue Kunden

Die Kölner Agentur Medizin & PR GmbH meldet einen erfolgreichen Start ins Geschäftsjahr 2013. Vier neue Kunden konnte das Team um Agenturgründerin Birgit Dickoré für sich gewinnen: Der Verband Tourismus NRW e.V., die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V., der Arbeitsmedizinische Dienst des TÜV Rheinland und der Medizintechnik-Hersteller Medela haben sich für die Spezialisten im Bereich Gesundheitskommunikation entschieden. Die Erweiterung des Kundenstamms geht auch mit personellen Veränderungen einher. Heike Hallenberg, seit über 20 Jahren in der Healthcare-PR tätig, davon mehr als dreizehn Jahre bei Medizin & PR, wurde in die Geschäftsleitung berufen. Die Oecotrophologin Barbara Kluge ist nun Etat-Direktorin. Und Martha-Luise Storre, seit 2011 bei Medizin & PR, wurde zur PR-Beraterin befördert.

Fachjournalisten beurteilen PR-Agenturen mit Schwerpunkt Reise und Touristik

Die [Touristik PR und Medien GbR](#), ein Journalistenbüro aus Wolfratshausen mit den Schwerpunkten Touristik und Medien, hat zum wiederholten Mal eine Hitliste der besten PR-Agenturen mit den Schwerpunkten Reise und Touristik ermittelt. Reisedeurekteure deutscher Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Reisezeitschriften, Illustrierten, Nachrichtenagenturen und Online-Medien sowie freie Reisejournalisten waren zur Abstimmung eingeladen. **113 Teilnehmer bewerteten die Agenturen** mit dem folgenden Ergebnis: Zum vierten Mal in Folge wurde **Noble Kommunikation** zur Nummer eins der touristischen PR-Agenturen. Ihren zweiten Platz sicher verteidigen konnte **Uschi Liebl**. Aufsteiger des Jahres ist Nina Genböck mit **Genböck PR + Consult** – die von Platz sechs auf drei vorgerückt ist. [Die weiteren Platzierungen finden Sie hier](#).

Havas für Obdachlose: Decken für Deutschland

„Kalt ist scheiße“, dieser Satz aus einem 90-sekündigen Werbespot bekam für Kinobesucher in Düsseldorf unlängst eine ganz eigene Bedeutung. Denn im Rahmen einer aufwändigen [Sensibilisierungsaktion für die Anliegen von Obdachlosen](#) war die Temperatur im Kinosaal auf acht Grad heruntergekühlt worden. Der Grund: Die Besucher sollten die Kälte fühlen, sie sollten merken, wie es ist, wenn man friert. – Was sich im ersten Moment befremdlich anhört, ist Teil einer Kampagne von Fiftyfifty, einer Düsseldorfer Hilfsorganisation für Obdachlose. Mit Hilfe der Agentur Havas Worldwide Düsseldorf GmbH warb die Organisation auf diesem Weg um Unterstützung. Bereits im Kinosaal konnten die Besucher ihre Spenden auf den Weg bringen.



Denn auf den ausgelegten Decken waren QR-Codes aufgedruckt, die nach dem Einscannen mit dem Handy direkt den Hauptdarsteller der zuvor eingespielten Werbespots ins Bild brachte. Dieser warb dann persönlich um Unterstützung für frierende Obdachlose. Motto der Aktion: „Decken für Deutschland.“

Google als einflussreichste Marke ermittelt

Google ist die „einflussreichste Marke“ in Deutschland. Dies ist das Ergebnis einer im November 2012 in der deutschen Bevölkerung durchgeführten Studie des internationalen Marktforschungsinstitutes Ipsos unter 1.011 befragten Personen ab 18 Jahren. Der [Ipsos Influence Index](#) weist Google darüber hinaus auch im Kontext der teilnehmenden Länder innerhalb der globalen Marken als Nummer 1 aus. Basierend auf der Umfrage, die 100 Marken in der Analyse berücksichtigt hat, sehen die Deutschen Google als marktführend mit einer starken Zukunft und als eines der Unternehmen, das nachhaltig die Verbraucherlandschaft verändert hat. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Brandzeichen in München

Die Düsseldorfer Agentur Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH expandiert und eröffnet ab März 2013 eine Dependence in München. Der Fokus des neuen Standorts liegt auf dem Bereich Luxury & Prestige. Die Standortleitung übernimmt Victoria Klaucke. Sie betreut bereits seit Anfang 2011 am Düsseldorfer

Standort verschiedene Kunden aus dem Konsumgüter- sowie dem Premiumbereich als Unit Director. Brandzeichen München startet mit Bestandskunden aus dem Premiumsegment, wie den Fragrance-Marken Naomi Campbell, Laura Biagiotti, Mexx und Bruno Banani.

Startschuss für Deutschen PR-Preis 2013

Der Startschuss ist erfolgt: Die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG), Berlin, und das F.A.Z.-Institut, Frankfurt am Main, haben den „Deutschen PR-Preis 2013“ auf den Weg gebracht. Bis zum 15. April können Unternehmen, Agenturen und Organisationen ihre Kommunikationsleistungen und Kampagnen in insgesamt 22 Kategorien online einreichen. Die Neuerungen in diesem Jahr: Die Kategorien „Employer Branding und Personalkommunikation“ sowie „Finanzen, Geld und Marktwirtschaft“ sind hinzugekommen. Wichtig für die Bewerber: Die Bewerbungen um die Einzelpreise müssen klare Kommunikationsziele ausweisen, Planung und Umsetzung des Problemlösungsweges aufzeigen, Evaluation und Wertschöpfung nachvollziehbar dokumentieren, überwiegend 2011/2012 realisiert worden sein und in deutscher oder englischer Sprache erfolgen. Die Anmeldung und Einreichung erfolgt auf der Website www.pr-preis.de. Die Preisverleihung findet am 25. Oktober 2013 im Kurhaus in Wiesbaden statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Finalisten für PR-Report-Awards stehen fest

Die Finalisten für die diesjährigen PR-Awards des "PR-Report", Hamburg, stehen fest. Die 25 Jurymitglieder aus Unternehmen, Agenturen und Dienstleistern der PR-Wirtschaft haben die Qual der Wahl und viel Arbeit. Denn auf die [Shortlist](#)



haben es insgesamt 92 Bewerber geschafft, die um die Preise in 22 Kategorien konkurrieren. Die Juroren beurteilen nun alle Einreichungen in einem mehrstufigen Verfahren, an dessen Ende die Gewinner in geheimer Wahl ermittelt werden. Die Ergebnisse bleiben bis zur Preisverleihung am 16. Mai in Berlin geheim.

Branche compact (6) (08. KW-2013)

1. **3M engagiert sich für Tinnitus Prävention:** Das Neusser Technologieunternehmen kooperiert seit einigen Jahren mit der Deutschen Tinnitus-Stiftung Charité. Im Rahmen der aktuellen Aufklärungskampagne „Ich höre was, was Du nicht hörst“ stellt 3M insgesamt 20.000 Gehörschutzstöpsel bereit. Diese werden kostenfrei bei großen Musikveranstaltungen verteilt. Darüber hinaus übernimmt 3M die Produktion von je 30.000 Postern und Postkarten mit dem aktuellen Kampagnenmotiv. Diese werden an Sicherheitsingenieure und Personen, die an einem Lärmarbeitsplatz tätig sind, verteilt und sollen auf die Folgen mangelnden Gehörschutzes aufmerksam machen. Am deutschen Standort in Neuss wurde außerdem mit „Smart Safety“ ein ganz spezielles Programm entwickelt, das einen verbesserten Lärmschutz für Firmen zum Ziel hat.
2. Aus Fuhrmann & Schütz wird „m:werk“: In gut zwölf Jahren **Fuhrmann & Schütz Healthcare Public Relations** hat sich die Wiesbadener Agentur mit erfolgreichen Kommunikationskampagnen im Healthcare-Bereich einen Namen gemacht - und der ändert sich ab sofort: Als „m:werk – Kommunikationsagentur für Medizin und Gesundheit“ will die Agentur ein Zeichen setzen. Unter neuer Flagge und personell verstärkt ist die Agentur mit einem gut gefüllten Auftragsheft ins neue Jahr gestartet.

3. Die **Kommunikationsagentur Ball: Com Communications Company** hebt ihre **Frauenquote** in Führungspositionen. Mit Prokuristin **Anne-Kathrin Däumer** (31) und Senior-Beraterin **Kristine Bareuther** (30) sind jetzt zwei Mitarbeiterinnen für die Führung der Agentur verantwortlich. Inhaber und Geschäftsführer bleibt **Steffen Ball**. Auch die neue Leitung im Bereich Social Media ist weiblich. Senior-Beraterin **Jutta Jonda** (32) leitet dieses Fachgebiet. Als operative Leitung und Prokuristin ist Däumer weiterhin mit dem standortübergreifenden Agenturmanagement betraut, zudem baut sie als Leiterin des neuen Ball: Com-Büros in Düsseldorf den Standort Rhein-Ruhr auf. Die Leitung des Büros in Heusenstamm/Frankfurt hat Senior-Beraterin Bareuther übernommen. Sie ist ab sofort für die Führung des Teams am Agentur-Hauptsitz verantwortlich.
4. Unter dem Titel „Papierflieger“ informiert die **Münchener Kommunikationsagentur Maisberger** auf ihrem [Corporate Blog](#) über aktuelle Themen aus PR, Journalismus, Marketing und Social Media. Beiträge über die Trends von Morgen, Neues aus der Welt der Kommunikation sowie provokante Statements regen zu einer direkten Kommunikation mit interessierten Lesern an. Die Erläuterung zum Namen: Einen Papierflieger hat jeder schon einmal gebastelt. Schnell gefaltet, wird dieser direkt auf den Weg gebracht. Dieses Prinzip möchte die Münchener PR-Agentur Maisberger auf ihren Corporate Blog übertragen.
5. Nach „Mecklenburg-Vorpommern tut gut“ und „Best of Northern Germany“ wird das Bundesland nun mehr und mehr zum „Land zum Leben“. Jedenfalls ist dies das neue Markenversprechen, mit dem die **Agentur A&B One** ihre **Marketingkampagne für Mecklenburg-Vorpommern** auch in diesem Jahr fortsetzt. Selbstbewusst sollen die Stärken und Potenziale des nördlichen Bundeslandes im Hinblick auf Wirtschaft, Bildung und Wissenschaft, Natur und Ernährung sowie Kultur und Tourismus herausgestellt werden. Ziel der Landesmarketingkampagne bleibt, Menschen für ein Leben in Mecklenburg-Vorpommern zu interessieren und zu begeistern.
6. Wenig ist manchmal viel: zum Beispiel ein Lächeln im richtigen Moment. Die **Fluggesellschaft Emirates** scheint zu dieser Erkenntnis gekommen zu sein und startet deshalb Ende Februar ihre neue mehrsprachige **Kampagne „Share a Smile“**. Darin lässt sie ihre Flugbegleiter humorvolle oder ungewöhnliche Redewendungen und Begrüßungen aus aller Welt vorstellen. „Share a Smile“ ist eine weitere Aktion von Emirates im Rahmen der im April 2012 gestarteten neuen Markenausrichtung „Hello Tomorrow“. In den 15-sekündigen Videos sind die mehrsprachigen Emirates-Flugbegleiter die Stars der Kampagne. Sie erklären die Bedeutung hinter lokal gebräuchlichen Phrasen wie „Du bist fit wie ein Turnschuh“ oder „You’re so pretty it made a bang“ (Kantonesisch). [Hier geht’s zu weiteren Beispielen](#).

Medien

Verlage auf Adressenfang

Wer mit dem ausgestreckten Zeigefinger auf andere zeigt, muss bedenken, dass drei Finger der selben Hand auf einen selbst zeigen. Diese Erkenntnis holt im Moment die deutschen Verlage ein, die immer wieder Google und Facebook als Datenkrake bezeichnen. So haben Recherchen von LobbyPlag durch den Blogger und Journalisten Richard Gutjahr ergeben, dass die größten deutschen Verlage selbst zu den Datenkraken zählen. In Berlin und Brüssel versuchten sie derzeit Druck aufzubauen, um selbst weiterhin an Daten – insbesondere von Kindern und Kleinkindern zu gelangen. [Lesen Sie in LobbyPlag: Die Datenfänger von Gütersloh](#).

Deutsche Corporate Publisher erfolgreich bei den Mercury Excellence Awards

Die Corporate Publishing-Abteilung des Hamburger Verlagshauses geht als bester Teilnehmer aus den diesjährigen amerikanischen Mercury Excellence Awards hervor. Mit 19 Auszeichnungen hat Hoffmann und Campe sowie Preise gewonnen, wie kein anderer Teilnehmer weltweit. Sieben Gold-, drei Silber-, fünf Bronzepreise und vier Honors-Auszeichnungen sind die stolze Bilanz. Auch die Reutlinger KDgroup GmbH wurde sechsmal mit Preisen ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DPRG-Medienpreis für Interne Kommunikation gestartet

Der „inkom. Grand Prix“, der Medienpreis der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) für Interne Kommunikation, geht in seine 19. Ausschreibungsrunde. Im Mittelpunkt des Wettbewerbs steht unverändert die Beurteilung von Mitarbeiterzeitschriften und -zeitungen. Deren Anzahl allein in Deutschland wird auf rund 2.000 Titel mit einer Auflage in zweistelliger Millionenhöhe geschätzt. Aber auch elektronische Formate wie Intranet, eMagazine oder Apps können eingereicht werden. Auch sie gewinnen rasant an Bedeutung und gehören zum Bewertungsportfolio der Juroren. Die Ausschreibung läuft bis 15. April 2013. [Möglichkeit zur Anmeldung und alle dazu notwendigen Informationen zur Teilnahme gibt es auf der eigens eingerichteten Webseite.](#) Die Preisverleihung findet am 21. Juni 2013 bei der Deutschen Bahn in Berlin statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (08. KW-2013)

1. **Harald Nebel** (60) hört bei „**New Business**“ auf. Nach 26 Jahren – davon 16 Jahre als Chefredakteur – beim Hamburger Branchenmagazin ist Ende März Schluss für Nebel, wie der „**Kress-Mediendienst**“ berichtet. Welche neue Aufgabe er übernehme, sei aber noch nicht klar. Zu einem anderen Branchendienst wolle er aber nicht wechseln. „New Business“-Verleger und Herausgeber **Peter Strahlendorf** wolle nun einen Generationswechsel in der Redaktion einleiten.
2. **Christian Schlesiger** (40), Reporter und Redakteur der „**WirtschaftsWoche**“ in Düsseldorf mit den Schwerpunktthemen Transport und Logistik, wechselt zum 1. April als Reporter in die Hauptstadredaktion des Wirtschaftsmagazins. Hier wird er sich künftig mit Themen der Verkehrspolitik sowie der Bildungs-, Familien und Wissenschaftspolitik auseinandersetzen und auch weiterhin die Deutsche Bahn betreuen. Schlesiger folgt auf **Cornelia Schmergal**, die ins Hauptstadtbüro des Nachrichtenmagazins „**Der Spiegel**“ wechselte.
3. **Lisa Feldmann**, die **Chefredakteurin** von „**Annabelle**“ in Zürich, **verlässt den die Schweizer Mediengruppe Tamedia** Ende August. Feldmann, die die Frauenzeitschrift seit 2004 leitete, werde eine neue Herausforderung in Berlin annehmen, meldete der Schweizer Verlag am 19. Februar. Vor ihrem Wechsel zu „Annabelle“ war sie als Redakteurin für die „SonntagsZeitung“ und als freie Autorin für „Die Woche“, den „Tagesspiegel“ und die „Financial Times“ tätig.

Social Media

Social Media compact (2) (08. KW-2013)

1. Konkurrenztheorie: **Warum Blogger sich vernetzen müssen.** Zum Artikel in der [Karrierebibel](#)
2. **Harlem Shake:** Wie ein tolerierter Urheberrechtsverstoß dem Urheber einen Geldsegen beschert. Zum Beitrag bei [Netzwertig.com](#)

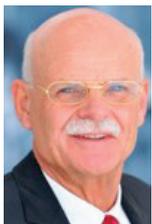
Kommentare

Kerlikowsky: Verschleiernde „Zahlen-Fakten“ durch Bundesfinanzminister Schäuble

Guten Tag! Eigentlich bin ich kein Zahlenmensch, sondern muß mich zwingen, sprachliche Informationen durch Zahlen zu überprüfen. Die Notwendigkeit dazu wurde mir bei der Wochenendlektüre von Zeitungen und Zeitschriften wieder klar. Finanzminister Dr. Wolfgang Schäuble ist beispielsweise ein Künstler darin, Fakten durch Worte zu verdrehen. Wer ihn hört oder liest, wird jeweils beeindruckt davon sein, daß die Staatsverschuldung wie seit Jahren nicht gesunken sei. Die Neuverschuldung sei nun unter drei Prozent des Bruttoinlandprodukts. Vergessen hat er dabei, daß es zwei Kriterien für die Staatsverschuldung gibt, nämlich für die Neuverschuldung in einem Jahr und die Gesamtverschuldung. Diese Zahl hört man von ihm nicht; denn sie ist seit Jahren katastrophal hoch. Das ist seit Freitag in der Statistik der Staatsverschuldung der EU-Länder nachzulesen. Danach hat sich die Gesamtverschuldung Deutschlands auf 81,7 Prozent des Bruttoinlandprodukts sogar leicht erhöht. Die vom Eurovertrag zugelassene Schuldengrenze beträgt 60 Prozent.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Kolumne Salz: Geiz isst Gaul



In diesen Tagen kommuniziert die Lebensmittelindustrie erneut die Geringschätzung, mit der ihre Kunden in Handel und Gastronomie bedacht werden. Wir spüren die schamlose Verachtung, die sie den Endverbrauchern entgegenbringt:

Pferde finden letzte Ruhe in des Ladens Tiefkühltruhe.

Später komm'n sie in den Ofen, danach essen es die Doofen.

Wir spüren die Häme der Vegetarier und Veganer, und es krümmt sich die Bratwurst vor Lachen. Weil sich bislang niemand drum kümmert, was denn wohl in ihr steckt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Gulasch vom Gaularsch?

(nsb) Pferdefleisch in der Lasagne? Viele meinen zu Recht, das ist gar nicht zum Wiehern. Aber eklig wie Gammelfleisch im Döner oder verdorbene Eierpampe im Nudelteig ist der aktuelle Lebensmittelskandal nicht. Denn Pferdefleisch ist seit jeher Bestandteil unserer Nahrung: Am Fuß des steilen Felsens von Solutré in Burgund lagern die Knochen tausender Wildpferde, die unsere Vorfahren vor 15.000 Jahren über die Klippe in den Tod trieben, um ihr Fleisch zu verzehren. Das wilde Pferd war ein ganz normales Jagdopfer, das domestizierte Pferd kam Jahrtausende hindurch auf den Teller, wenn es als Reit- oder Arbeitstier ausgedient hatte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Interim Management in der Unternehmenskommunikation



Ein Beitrag in „Kommunikationsmanagement“ wirbt für flexible und effiziente Arbeitsformen. Die Grenzen zwischen herkömmlichen Managementpositionen, Beratungs- und

Agenturmandaten sowie freiberuflichem Support sind fließend. Die moderne Arbeitswelt verändert immer mehr auch die Strukturen in der PR- und Kommunikationsszene sowie die Formen der Zusammenarbeit. Eine Organisationsform wird in der Branche der Kommunikationsprofis künftig besondere Bedeutung erlangen: das Interim Management. Es bietet Unternehmen bei der Gestaltung ihrer internen und externen Kommunikationsaufgaben vielfältige Vorteile und erschließt Experten mit langjähriger Erfahrung und passendem Profil ein neues, außerordentlich spannendes und lukratives Tätigkeitsfeld. Was Interim Management in der PR bedeutet, habe ich in einem Beitrag genauer beschrieben: „Interim Management in der PR und Unternehmenskommunikation – mehr Flexibilität und Effizienz in Krisen, Change-Prozessen und bei der Neuausrichtung der Kommunikation“. Erschienen ist er in „Kommunikationsmanagement“, dem permanent aktualisierten Wissenspool der PR-Branche aus dem Luchterhandverlag, herausgegeben von M. Piwinger, G. Bentele und G. Schönborn.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Journalisten und PR-Menschen: Viel Feind, viel Ehr



Ein Autorenbeitrag von **Dennis Sulzmann** (Foto), Hamburg in seinem Blog "heutigentags" Journalisten und PR-Menschen trennen Welten, sagen viele. Beide haben im Koordinaten-

system völlig unterschiedliche Bezugspunkte. Die einen sollen kritisch berichten, die anderen ihren Auftraggeber günstig darstellen. Für die einen geht es ums Informieren, für die anderen ums Verkaufen. Grob gesagt funktioniert das System so. Jeder weiß, wo er steht. Nach außen wirkt die Beziehung oft wie der Kampf zwischen Himmel und Hölle. Mythenbehaftet. Und manchmal

tauchen etwas schiefe Thesen auf – wie die von Journalist Adrian Peter. Er bezeichnet die Partnerschaft zwischen PR und Journalismus als Mär und hat damit teilweise recht. Gleichzeitig offenbart es ein grundlegendes Missverständnis, wenn PR als Mechanismus angesehen wird, mit dem Unternehmen Journalisten beeinflussen, Berichterstattung steuern und am Ende die Wahrheit zurechtbiegen wollen.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Koppelgeschäfte: „Wie, die sind verboten?“

Für einige PR-Schaffende sind Koppelgeschäfte normal. Immer mehr Pressesprecher wissen nicht einmal, dass hier ethische Grundsätze verletzt werden. Manche Pressestelle gibt sich unfassbare Mühe. Die Mitarbeiter schreiben journalistisch einwandfreie Pressemitteilungen und behelligen Redaktionen niemals mit Infos, die dort nicht genutzt werden können. Sie inszenieren Veranstaltungen zu relevanten Themen fernsehgerecht und schicken nur diejenigen Kollegen vor Mikrofone, die mit angenehm klingender Stimme auf den Punkt kommen. So hoffen sie auf angemessene Berichterstattung.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (4) (08. KW-2013)

1. Die **Quadrige Hochschule in Berlin** hat soeben ihr Programm 2013 ihr Executive Education Programm zum Thema **"Politikmanagement & Public Affairs"** veröffentlicht. Anzufordern unter www.quadrige.eu/executive.

2. Am 25. April beginnt an der [Leipzig School of Media](#) der erste berufs begleitende Studiengang für [Mobile Marketing](#) in Deutschland. Das Masterprogramm mit 15 Plätzen dient als Qualifizierung für Führungs- und Fachkräfte im Bereich Mobile. Es richtet sich an Spezialisten für Telekommunikation, Werbung, Medien, Handel, Dienstleistung und an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bereiche IT, Marketing und Mobile Media. Der Studiengang wird in Kooperation mit der **Universität Leipzig** durchgeführt und schließt mit dem international anerkannten Titel „**Master of Science**“ ab. Das Lehrprogramm umfasst vier Semester und ist crossmedial aufgebaut. Die Studiengebühren belaufen sich je Semester auf 4.500 Euro. Bewerbungsschluss ist am 31. März 2013.
3. Am 1. Oktober 2013 startet am [Campus Berlin](#) der **MHK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**, München, ein englischsprachiger **Bachelorstudiengang "Media and Communication Management"**. In sieben Semestern werden die Studierenden auf eine internationale Laufbahn in den Berufsfeldern Branding und Advertising, Corporate Communications sowie Online Media und Broadcasting vorbereitet. Ab sofort werden Bewerbungen entgegen genommen. Exzellente Kandidaten können sich für ein Stipendium bewerben.
4. **Bernd Münchinger**, Geschäftsführer von **Echolot Public Relations** in Stuttgart, übernimmt zum Sommersemester 2013 erneut einen **Lehrauftrag am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim**. Die Studierenden des sechsten Semesters im Bachelor-Studiengang Kommunikationswissenschaft werden in der wöchentlich stattfindenden Veranstaltung „Strategische Planung“ mit einem realen Fall aus dem Alltag der professionellen Unternehmenskommunikation konfrontiert. Bernd Münchinger ist seit mehr als 20 Jahren in der Unternehmenskommunikation tätig.

Studien

Interesse von Studenten am Berufseinstieg in PR und Kommunikation

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf, hat in Kooperation mit sechs renommierten Hochschulen und Bildungseinrichtungen eine *aktuelle Studie* über die Erwartungen von Studenten an ihr zukünftiges Arbeitsleben veröffentlicht. An oberster Stelle ihrer Karriereplanung steht vorwiegend ein Master- oder Bachelorabschluss mit dem Ziel einer Festanstellung in der Digitalbranche oder im Mediensektor. Die Mehrheit der befragten Studenten schätzt sich generell für den Berufseinstieg als qualifiziert ein. Für ihren Berufseinstieg präferieren die Studenten die drei Unternehmensbereiche Marketing und Vertrieb, Projektmanagement sowie Public Relations und Kommunikation. Jedoch unterscheidet sich diese Selbsteinschätzung zum Teil von dem eigentlichen Bedarf und den Qualifikationsanforderungen der potenziellen Arbeitgeber in der Digitalbranche. Der BVDW und seine Kooperationspartner sehen sich durch dieses Ergebnis darin bekräftigt, dass Anforderungen und Themen der Digitalbranche frühzeitig in der Hochschulausbildung berücksichtigt werden müssen. An der BVDW-Studentenbefragung nahmen 355 Studenten aus medien- und wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen in Deutschland teil.

Termine

Vertrauen als Währung in der Interessensvertretung

Am 18. Februar lud der Marketing Club Allgäu in Kempten unter anderem Mitglieder der DPRG-Bayern und der Regionalgruppe Allgäu zu einer Veranstaltung mit dem Thema „Geheimnis-

krämerei Lobbying? Was Interessenvertretung wirklich ist“. Ulrike Propach, Politikberaterin, Geschäftsführerin der Agentur TBN Public Affairs in Berlin, Mitglied im DPRG-Arbeitskreis Public Affairs und einstige Büroleiterin der Bundestagspräsidentin Rita Süßmuth, sprach über politische Kommunikation und Interessenvertretung in der Praxis, die rechtlichen Grundlagen, darüber wie Lobbying funktioniert, was es mit Marketing zu tun hat und vor allem auch darüber, was Interessenvertretung für regionale, mittelständische Unternehmen bedeutet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kieler Institut lädt nach Tübingen zum Krisengipfel ein

Bereits zum 17. Mal lädt das Kieler Institut für Krisenforschung in diesem Jahr zum Krisenkommunikationsgipfel ein. Das Unternehmen, hervorgegangen aus einem „Spin-Off“ der Universität Kiel, hat ein interessantes Programm zusammengestellt. Das Spektrum der Vorträge reicht von Konfliktkommunikation bei der Energiewende über die Prozessberichterstattung bei Gerichtsverfahren gegen Prominente bis hin zur Krisenkommunikation bei Lebensmittelskandalen. Im Schwerpunkt geht es beim Krisengipfel darum, wie Unternehmen, öffentliche Einrichtungen, Verbände und die Politik mediale Krisen erfolgreich bewältigen können. Die Veranstaltung findet am 20. März an der Universität Tübingen statt. Mit dabei sind auch VroniPlag-Gründer Martin Heidingsfelder und der ehemalige SPD-Bundesgeschäftsführer Kajo Wasserhövel, die in zwei Vorträgen von der Macht der Masse gegenüber Plagiatoren sowie von den Unterschieden der Krisenkommunikation in politischen Parteien und Wirtschaftsunternehmen berichten. [Weitere Informationen zum Kongress und zur Anmeldung finden Sie hier.](#)

Termine compact (3) (08. KW-2013)

1. Die **Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA)**, Dortmund, lädt ein zu einem **Kompakt-Seminar** zum Thema „**Wie Agenturen innovative Produkte und Services entwickeln können**“. In Kurzvorträgen und einem Workshop gehen die Veranstalter den Fragen nach, welche Erwartungen Unternehmen heute stellen und mit welchen Methoden Agenturen neue Produkte entwickeln können. Das Seminar findet am 14. März 2013 in Hannover statt. Für Nicht-Mitglieder kostet die halbtägige Veranstaltung 180 Euro. AIKA-Mitglieder zahlen 60 Euro. Detaillierte Informationen und das Anmeldeformular gibt es unter www.aika.de.
2. Am **14. März** laden **PR plus und Öffentlichkeitsarbeit.de** um 17.00 Uhr zu einer Informationsveranstaltung über **Lehrgänge zum PR-Berater bzw. Master of Science** und Workshops nach **Heidelberg**, Kaiserstraße 36, ein. Neben anderen Referenten wird auch **Christof Schröder**, Leiter Unternehmenskommunikation bei Endress+Hauser in Maulburg, sprechen. Sein Thema „Nichts ist so sicher wie der Wandel - Veränderungskommunikation in Unternehmen“. Die Teilnahme an der Veranstaltung ist kostenfrei. Um Anmeldung wird gebeten. [Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie hier.](#)
3. Der Fachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des **Deutschen Journalistenverbandes, DJV-NRW**, lädt zu einem Symposium zum Thema „**Social Media in der Gesundheitswirtschaft**“ ein. In zwei Impulsreferaten und einer Podiumsdiskussion geht es um journalistische und rechtliche Gesichtspunkte von Social Media in Unternehmen und Einrichtungen der Gesundheitswirtschaft. Die Veranstaltung findet statt am **6. März um 18.00 Uhr in der Hochschule für Gesundheit (hsg) in Bochum.**

Tipps

Praxistipps zu Digital Commerce

Digital Commerce boomt: 97 Prozent der deutschen Internetnutzer kaufen online ein. Der Umsatz im deutschen E-Commerce stieg 2012 um über 27 Prozent auf nun 27,6 Milliarden Euro. Zwei Drittel des Versandhandelsumsatzes werden online erwirtschaftet. Nun kommt die nächste Welle: Mobile Commerce. Inzwischen ist jeder zweite Deutsche über Smartphone und/oder Tablet online. Drei Viertel der Internetnutzer surfen während des Fernsehens. Führt man sich diese Eckdaten vor Augen, ist es kein Wunder, dass professionelles und zielführendes Datenmanagement für Unternehmen im Endkundengeschäft ein unbedingtes Muss ist. Autor Torsten Schwarz aus Waghäusel bei Karlsruhe hält es für die Überlebensstrategie im digitalen Zeitalter. Er sagt: „Nur wer seine Kunden kennt, kann die richtigen Angebote machen.“ Dies ist auch die Kernaussage seines neuen eBooks mit dem Titel: „Praxistipps Digital Commerce“. Anhand von neunzehn Fallbeispielen zeigt er auf, wie Unternehmen heute ihr Online-Geschäft managen. Wer interessiert ist, kann sich das 48-seitige Heft kostenlos als PDF herunterladen: x.absolit.de/Sonderdruck.

Myconvento - neue Software fürs Kommunikationsmanagement



Das "PR-Journal" führte mit Rainer Maassen ein kurzes Interview zur Erläuterung der neuen Managementsoftware "myconvento" von

Convento, Neuss, die in Fortführung von "Convento classic" nun alle wichtigen Formen der Kommunikationsarbeit, incl. Cloud-Nutzung, einbezieht. Die Mediendaten kommen vom Stamm-Verlag, Essen, der mit seinen Datenbanken (incl. "Stamm Impressum") alle Mediendaten beisteuert.

PR-Journal: Herr Maassen, warum kommen Sie jetzt mit einer neuen PR-Software auf den Markt?



Rainer Maassen: Die Klaviatur, auf der PR-Profis heute spielen müssen, wird immer breiter: Nachrichten werden über eine Vielzahl von Kanälen und Plattformen ausgespielt. Texte, Bilder, Video- und Audiofiles gehören längst zum Tagesgeschäft.

Nur hat im PR-Alltag bislang ein einheitliches Tool gefehlt, um diese Bandbreite von Aufgaben auch effizient zu erledigen und gleichzeitig den Überblick zu behalten.

PRJ: Und das gelingt mit myconvento?

Maassen: Ja, denn myconvento bildet alle digitalen Daten und Prozesse ganzheitlich auf einer zentralen Online-Plattform ab. Hier werden Inhalte erstellt, sauber verwaltet und effizient ausgespielt. Dafür haben wir bei „Null“ angefangen, ein vollständig neues Datenmodell entwickelt und umgesetzt. Allerdings gestützt auf unsere unbezahlbare Markt- und Detail-Kenntnis: fast 20 Jahre Branchen-erfahrung und über 1.000 Kundenprojekte sind in unser neues Produkt eingeflossen. Die Nutzer-oberfläche in myconvento ist quasi selbsterklärend, denn alle Funktionsbereiche orientieren sich an den typischen Arbeitsabläufen in der Unternehmens- und Finanzkommunikation. Wir haben sie in fünf logische Module aufgeteilt, so dass jeder Anwender nur das nutzt, was er wirklich benötigt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (2) (08. KW-2013)

1. Ein neuer Service, der Agenturen eine vereinfachte Abwicklung bei der **Suche nach Grafikern und Freelancern** verspricht: Das bietet jetzt **99designs**, San Francisco und

Berlin, der nach eigenen Angaben weltweit größte Online-Marktplatz für Grafikdesign. Seit heute ist „Pro Tools“ auf dem Markt, eine Online-Hilfe, mit der Agenturen nun noch professioneller Design-Crowdsourcing nutzen können. Im Kern geht es darum, die aufwändigen Prozesse zur Anfrage von Freelancern, zum Versand von Briefings und zur Abstimmung der Arbeitsergebnisse zu vereinfachen. Zum Start kostet „Pro Tool“ im ersten Monat 79 Euro, danach werden die Leistungen mit 159 Euro berechnet.

2. Die Online-Community zum Sprachenlernen **busuu.com** stellt einen brandneuen **Videokurs zum Englischlernen** vor: Eine fesselnde Serie ansehen und fast nebenbei eine neue Sprache lernen. „London Central“ handelt von dem brasilianischen Studenten Leo, der nach London reist, um Englisch zu lernen und dabei unterschiedliche Abenteuer erlebt. Die Sitcom mit Sprachkurs soll dabei spielerisch Lust aufs Sprachenlernen machen. Die zehn Episoden umfassende Serie bietet zudem als erste ihrer Art, so heißt es in der Pressemitteilung, die Möglichkeit der direkten Interaktion mit Muttersprachlern aus der busuu.com-Community. London Central ist Teil des Premium-Angebots von busuu.com, das ab 4,99 Euro pro Monat direkt auf der [Webseite](#) des Anbieters erhältlich ist.

Literatur

Biografie über Dan Edelman erschienen

Knapp zwei Monate nach dem Tod Dan J. Edelmanns veröffentlicht die PR-Agentur jetzt eine Biografie über ihren Gründer. Im Presstext wird angekündigt, dass es eine Geschichte der Public-Relations-Branche sowie eine Erzählung über eine Familie sei, die sich dem Erfolg ihres Unternehmens widmet. Der Titel lautet: „Edelman and the Rise of Public Relations“. Es zeichnet nach wie Daniel J. Edelman im Herbst 1952 die PR-Agentur in Chicago gegründet hat – damals ein kleines Büro mit vier Mitarbeitern. 60 Jahre

später ist Edelman die größte PR-Firma der Welt und das einzige noch unabhängige Netzwerk in Familienbesitz: mit 4.500 Mitarbeitern in 66 Büros rund um den Globus. Der Autor des Buches ist Franz Wisner, der in den 1990er Jahren für Edelman in Sacramento gearbeitet hat und später die New York Times Bestseller „Honeymoon with My Brother“ und „How the World Makes Love“ geschrieben hat. [Das Buch \(171 Seiten\) steht als PDF und als Android-App auf der Edelman-Homepage kostenlos zum Download bereit.](#) Eine iOS-Version folgt in Kürze.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (80)

Volontariat/Trainee

Die 19 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Kampagnenerfahrene/n Projektleiterin/Projektleiter \(Vollzeit\), Köln](#)
- [PR-Berater / PR-Juniorberater \(m/w\), München](#)
- [PR-Berater und Fachjournalisten mit Architekturaffinität oder Architekten mit Sprachkompetenz, Filderstadt](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Strategieberatung sucht PR-Redakteur/in](#)

- *Grayling Frankfurt sucht PR-Berater*
- *PR-Berater(in) / Kommunikationsmanager(in), Hannover*
- *PR-Berater/in Unternehmenskommunikation, Berlin*
- *Hamburger PR-Agentur sucht Junior PR-Berater und PR-Berater (m/w)*
- *PR Account Manager (w/m) für Tourismus-PR, Hannover*
- *PR- und Corporate Communications Manager (w/m), München*
- *Account Manager PR (m/w) für Lifestyle Kommunikation, Hamburg*
- *PR Assistent Mode/Lifestyle (m/w), München*
- *PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *Senior Berater / Unit Manager (m/w), Wiesbaden*
- *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*

Unternehmen

- *Press & PR Officer (m/f), Berlin*
- *(Jr.) Social Media Manager (m/w), Berlin*
- *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)*

Verbände (Non-Profit)

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

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 25. Februar 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.115 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) - "Kerlikowskys Kommentar"; RA Rainer Rothe, Hamburg (rothe[at]wanke-rothe.de) – Rubrik „Roths 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:** 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](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/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](#)