

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 382 / 20. KW 2013

Einige Printmedien-Verlage haben seltsamerweise im Internet darum gebeten, die Adblocker abzuschalten. Wenn sie bessere Onlinewerbung machen würden, wäre diese Bitte nicht nötig. Nun: wir vom „PR-Journal“ haben uns schon vor acht Jahren entschieden, keine Pop-up- und -under-Werbung, Layer-/Hover-Ads, Inter- und Prestitials oder was auch sonst zuzulassen. Unser redaktioneller Text soll nicht durch all diese neumodischen Werbeformen verdeckt werde. **Also: bei uns brauchen Sie deshalb keinen Werbeblocker.** Danke!

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 382. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 45 Einzelmeldungen):

1. [PR-Awards in Berlin vergeben: Markus Hörwick zum PR-Professional 2013 gekürt](#)
2. [Heitmann wird Nachfolger von Schade bei Bayer](#)
3. [Schade wird Chef von Bayer 04 Leverkusen](#)
4. [Personalien compact - Unternehmen \(8\) \(20. KW-2013\)](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(4\) \(20. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(9\) \(20. KW-2013\)](#)
7. [Familienministerium entscheidet sich für „neues handeln“ und „where is the beef“](#)
8. [Text100 kommuniziert für Media-Saturn-Unternehmensgruppe](#)
9. [Etats compact \(18\) \(20. KW-2013\)](#)
10. [Art Directors Club vergibt Preise an die Kreativbranche](#)
11. [Neuer Name für Kerstin Molthans Agentur in Hamburg](#)
12. [Branche compact \(2\) \(20. KW-2013\)](#)
13. [Medien compact \(1\) \(20. KW-2013\)](#)
14. [Social Media Trendmonitor 2013 - "Kommunikationsprofis, Journalisten und das Web": Journalisten bei Meinung zu Twitter gespalten](#)
15. [Audi gewinnt beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation und beim worldmediafestival](#)
16. [Ein Tag im Internet – und in den sozialen Netzwerken](#)
17. [Social Media compact \(2\) \(20. KW-2013\)](#)
18. [foodwatch vergibt Windbeutel an Capri-Sonne](#)
19. [Reputationsmangement: 11 ungewöhnliche Profil-Tipps](#)
20. [Corporate Social Responsibility: Unternehmen haben erhebliches Umsetzungsdefizit](#)
21. [Gericht: Gelobt sei die Pfanne - Tagliata di manzo con asparagi](#)
22. [1+1 = 3: Aktives Netzwerken als Erfolgsstrategie für Agenturen](#)
23. [Ruhe in Frieden, klassisches Marketing? Wie SEO, Social Media und Content Marketing die Regeln verändern](#)
24. [Harvard Business Manager: \(K\)ein Konzept für die Krise](#)
25. [Neues complus-Coaching: Praxis-Workshops für den PR-Alltag](#)
26. [Deutsche vertrauen Apothekern, Krankenschwestern und der Feuerwehr](#)
27. [PR Report Awards versus Leipziger Public Relations Studenten](#)
28. [Termine compact \(1\) \(20. KW-2013\)](#)
29. [Jobbörse](#)
30. [Impressum](#)

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

Seite 1

PR-Awards in Berlin vergeben: Markus Hörwick zum PR-Professional 2013 gekürt

Im Rahmen einer feierlichen Gala im Maritim-Hotel in Berlin wurden am 17. Mai die "PR Awards 2013" des in Hamburg erscheinenden „PR-Reports“ vergeben. Vor rund 500 Gästen wurde Markus Hörwick, Kommunikationschef des FC Bayern München, als „PR-Professional des Jahres“ ausgezeichnet. Den Preis „Team des Jahres“

erhielt die Deutsche Bahn für ihre Social Media-Arbeit. „Agentur des Jahres“ wurde MSL Germany. Auszeichnungen als "Young Professional des Jahres" erhielten Laura Fischer von der Otto Group, Patricia Schiel von der Westfälischen Hochschule Gelsenkirchen und Julia Huhn von Lautenbach Sass. Sie waren Teilnehmer der neuen Initiative „30 unter 30“, die junge Talente in der Kommunikation vernetzt. Insgesamt wurden Preise in 23 Kategorien vergeben. Die Jurymitglieder hatten es mit knapp 400 Bewerbungen zu tun, die in den vergangenen Monaten ausgewertet und beurteilt wurden. Mit den „PR Report Awards“ würdigte der Branchendienst „PR Report“ in diesem Jahr zum 11. Mal die erfolgreichsten Kampagnen und Projekte, Menschen und Teams der PR-Branche.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Heitmann wird Nachfolger von Schade bei Bayer

Herbert Heitmann (50), derzeit Executive Vice President External Communications bei der Royal Dutch Shell mit Sitz in Den Haag (Niederlande), wird zum 1. September 2013 die Leitung des neu geschaffenen Bereichs „Corporate Communications and Government Relations“ bei der Bayer AG in Leverkusen übernehmen. Der bisherige Kommunikationschef Michael Schade, wird - wie am [14. Mai im PR-Journal berichtet](#) - zum 1. Juli 2013 zur Bayer 04 Leverkusen Fußball GmbH wechseln und am 1. Oktober die Leitung der Geschäftsführung des Fußball-Bundesligisten übernehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien

Schade wird Chef von Bayer 04 Leverkusen

Michael Schade (60), derzeit noch Leiter der weltweiten Konzern-Kommunikation der Bayer AG in Leverkusen und seit März 2007 Mitglied des Gesellschafterausschusses, wird neuer Geschäftsführer des Fußball-Bundesligisten Bayer 04 Leverkusen. Schade wird zum 1. Juli 2013 vom Mutterkonzern zur Fußball-Tochter wechseln und zum 1. Oktober die Nachfolge von Wolfgang Holzhäuser (63) antreten, der sich in den Ruhestand verabschiedet. Holzhäuser ist seit 2004 Geschäftsführer der Bayer 04 Fußball GmbH. Schade arbeitet bereits seit mehr als 30 Jahren für die Bayer AG.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Unternehmen (8) (20. KW-2013)

1. **Jürgen Schulze-Ferebee** (49) hat zum 1. Mai die Leitung des Bereichs Unternehmenskommunikation und Investor Relations bei der Alno AG in Pfullendorf übernommen hat. Er bringt langjährige Fach- und Führungserfahrung in interner und externer Kommunikation mit. Der gelernte

Journalist war unter anderem als Direktor der Kommunikation der Carl Zeiss Vision International in Aalen sowie als Kommunikationschef der Kuka Roboter GmbH in Augsburg tätig. Alno zählt zu den führenden Küchenherstellern Deutschlands.

2. **Tobias Jacob Berten** (39) ist als Nachfolger von **Christian Bahlmann** seit dem 1. Mai Pressesprecher der Sparda-Bank in Berlin. Bahlmann wechselte als Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher zu Bahlsen. Berten war zuvor bei der „Etwas Neues entsteht Marketing GmbH“ in Berlin verantwortlich für Strategie und New Business. Davor war er in der Politik tätig. Er war Pressesprecher der FDP-Fraktion im Berliner Abgeordnetenhaus.

3. **Christoph Kokew** (35) ist seit dem 1. Mai Corporate Communications Manager beim Anbieter für digitale Wirtschaftsinformationen Bisnode Deutschland Holding in Darmstadt. Die Position wurde neu geschaffen. Kokew berichtet an den Leiter Unternehmenskommunikation, **Florian Schleicher**. Kokew kommt von der EDAG GmbH & Co. KGaA, wo er als Pressereferent und zuletzt als stellvertretender Pressesprecher tätig war.

4. **Anett Gläsel-Maslov** (32) ist seit Anfang März Managerin verantwortlich für PR & Social Media EMEA beim Softwaretechnologieunternehmen metaio in München. Die Stelle wurde neu geschaffen. Gläsel-Maslov berichtet an Senior Vice Manager Marketing **Daniel Gelder**. Sie war vorher bei der IHK Reutlingen beschäftigt, wo sie als Projektmanagerin Netzwerk Kreativwirtschaft arbeitete.

5. **Rob Fielitz** (39) ist seit April neuer Kommunikationschef beim Kölner Start-Up 22 Connect. Er ist Nachfolger von **Shari Khosbaght**, die das Unternehmen verlassen hat. In der neu geschaffenen Position verantwortet er den gesamten Bereich Corporate Communications. Fielitz berichtet an CEO **Robin Sudermann**. Vorher war er als freier Berater für die Agentur politics strategy consulting tätig.

6. **Frank Brandmaier** (44) verstärkt mit Wirkung zum 15. Mai die Unternehmenskommunikation der Kion Group in Wiesbaden, einem der größten Hersteller von Flurförderzeugen weltweit. Als Leiter Corporate Media Relations verantwortet er die Kommunikation mit Medienvertretern. Er berichtet an den Leiter Corporate Communications, **Michael Hauger**. Brandmaier arbeitete zwischen 2000 und 2012 in Singapur und Washington als Auslands- und

komm.passion



Wirtschaftskorrespondent für die Deutsche Presse-Agentur. Zuletzt war er Redaktionsleiter Text bei der Nachrichtenagentur dapd und führte zugleich die Auslandsredaktion.

7. **Christoph Löwer** (44), seit 2011 Leiter Governmental Relations beim Energie- und Transportunternehmen Alstom Deutschland, hat zusätzliche Aufgaben bekommen. Seit dem 1. Mai leitet er die Berliner Konzernrepräsentanz und ist damit auch für die Corporate Social Responsibility-Aktivitäten des Unternehmens verantwortlich. Löwer war bis zu seinem Wechsel zu Alstom Ende 2010 Director Public Affairs bei Burson-Marsteller.

8. **Jost Vielhaber** (46) wird zum 1. Juni als Director Public Affairs neuer Unternehmenssprecher der Reuter GmbH, einem Online-Händler für Badezimmereinrichtungen in Mönchengladbach. Vielhaber verfügt über langjährige Erfahrung in Wirtschaft und Politik. Vor seinem Wechsel zu Reuter war er als Director Public Affairs bei der zur GDF Suez-Gruppe gehörenden SITA Deutschland GmbH tätig, einem Komplettdienstleister in der Entsorgungs- und Recyclingwirtschaft. Dort ist **Philipp Saar** (35) seit dem 1. Mai sein Nachfolger als Leiter Public Affairs in Berlin.

Personalien compact - Sonstige (4) (20. KW-2013)

1. **Ingrid Führer** (40) ist seit dem 1. Mai Leiterin Presse und Öffentlichkeitsarbeit beim Braumüller Verlag in Wien. Sie folgte auf **Elisabeth Siegel**, die den Verlag verlassen hat. Führer berichtet in ihrer neuen Position an Verleger **Bernhard Borovansky**. Vorher sie Büchercoach Austria aufgebaut, eine Agentur für Presse- und Lizenzarbeit sowie für Autorenberatung.

2. **Michael Sorg** (32) wird Nachfolger von **Andreas Käsermann** als Pressesprecher der Sozialdemokratischen Partei der Schweiz (SP) in Bern. Sorg kommt vom Internetvergleichsdienst Comparis, wo er seit 2010 die Marketingabteilung leitete. Er war zuvor während seines Studiums

persönlicher Mitarbeiter von SP-Nationalrat **Hans-Jürg Fehr**, der zu dieser Zeit auch SP-Präsident war. Käsermann, der seit 2008 Sprecher der SP Schweiz war, verlässt die Partei Ende Juni aus persönlichen Gründen.

3. **Christoph Schleidt** (44) ist seit dem 2. Mai Referent Marketing und Koordinator Kommunikation beim Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club (ADFC) in Bremen. In dieser Funktion ist er unter anderem auch für die politische Kommunikation des Vereins zuständig. Schleidt folgt auf **David Greve**, der das Referat Marketing und Politik bis April betreute. Schleidt war bis Ende 2012 insgesamt zehn Jahre PR-Manager bei Ortlieb Sportartikel.

4. **Peter Krebs** wird neuer Leiter Marketing, Kommunikation und Events des Schweizerischen Nationalmuseums. Er ist damit für das Landesmuseum Zürich, das Château de Prangins, das Forum Schweizer Geschichte in Schwyz und das Sammlungszentrum in Affoltern am Albis zuständig, die alle zum Nationalmuseum gehören. Krebs arbeitete zuletzt in der PR-Abteilung des „Tages-Anzeigers“. Davor war er bei Havas Dentsu Marsteller, heute Havas Worldwide.

Personalien compact - Agenturen (9) (20. KW-2013)

1. **Domenico Truncellito** ist neuer Partner und Mitglied der Geschäftsführung bei der Richterich & Partner AG, einem inhabergeführten Beratungsunternehmen für PR, Kommunikation und Marketing in Zollikon in der Schweiz. Truncellito verfügt über 20 Jahre Erfahrung in Corporate Communications und Marketing, davon zwölf Jahre im Finanzsektor. Zuletzt leitete er das Marketing und die Kommunikation einer internationalen Privatbank. Davor war er Head Corporate Communications bei Partners Group.

2. **Hasmik Matinyan** (27) verstärkt seit dem 1. März die PR-Unit der Hamburger Werbeagentur PickMeUp. Sie unterstützt das Team von Alexander Janke und **Björn Oberhössel**. Matinyan hat Kommunikationswissenschaft und Journalistik studiert. Erste Berufserfahrungen sammelte sie bei der Agentur P.U.N.K.T. sowie beim Hamburger Abendblatt. Ebenfalls neu bei PickMeUp ist **Nadine Osemann** (26). Sie wird als Beraterin in der Trademarking-Unit eingesetzt.



3. **Andreas Erkens** ist seit Anfang April stellvertretender Geschäftsführer des Healthcare-Bereichs bei JP_KOM in Frankfurt am Main. Zuvor war er geschäftsführender Gesellschafter bei Pharmedico Consulting Management in Mainz. Von 2004 bis 2008 war Erkens als Leiter Marketing bei Merck Pharma tätig. Von 2008 bis 2009 arbeitete er dort als Projektkoordinator Communication & Service Center.

4. **Saskia Bodemer** (29) ist zum 1. Mai bei der PR und Marketing Agentur Convensis Group in Stuttgart von der Junior Managerin Communications zur Managerin Communications befördert worden. Damit ist sie Nachfolgerin von **Luisa Denuell**, die innerhalb des Unternehmens in die Position des Corporate Business Managers gewechselt ist. Bodemer berichtet an Chief Executive Officer **Stefan Hencke**. Bevor Bodemer zur Convensis Group kam, war sie Lehrbeauftragte an der Universität Stuttgart.

5. **Robert Schäfer**, Inhaber der Agentur „Schäfer Kommunikation“ in Viernheim, lehrt als Dozent am EC Europa Campus in Mannheim. Im laufenden Sommersemester unterrichtet er das Modul „Gesundheitskommunikation“. An sieben Veranstaltungstagen lernen die Bachelor-Studierenden, wie sie Kommunikationsmaßnahmen planen, durchführen und den Erfolg kontrollieren können.

6. **Jan Peter** (38) ist neuer Consultant bei Lautenbach Sass in Frankfurt am Main, wo er das Beratungsfeld Research & Analyse verstärkt. Er kommt von Unicepta in Köln, wo er als Senior Project Manager für die Konzeption und Umsetzung von Medienresonanzanalysen verantwortlich war. Von 2007 bis 2011 war er bei dem Monitoring- und Medienanalysedienstleister pressrelations in Düsseldorf und davor von 2003 bis 2007 im Bereich Research und Evaluation bei Ketchum Pleon in Bonn tätig.

7. **Tom Röhrich** (53) und **Marcus Müntefering** (47) sind neu in der Führungsmannschaft der Hamburger Agentur Testroom, die auf die Optimierung von Internetseiten spezialisiert ist. Röhrich arbeitete zuletzt als leitender Redakteur beim Jahreszeitenverlag. Als Director Content Marketing soll er bei Testroom gemeinsam mit Redaktionsleiter **Andreas Brohme** die Redaktion weiter ausbauen. Müntefering verantwortet als Textchef die hauseigene Redaktion. Er war zuletzt als Textchef bei Gruner + Jahr für „Gala“ tätig.

8. **Hauke Jan Herzberg** (41) wird neuer Mitarbeiter der Kommunikationsagentur Kommunikationsagentur CB.e am Standort Berlin. Er soll den von **Monika Maria Lehmann** geleiteten Bereich Corporate Communications weiter ausbauen. Bis zu seinem Wechsel war Herzberg für die Metsä Group, die Fachhochschule Köln, die Sera GmbH, die L'Oréal Deutschland GmbH und die DieterBakicEnterprises GmbH tätig.

9. **Nicole Tappée** verstärkt seit dem 1. März den nun fünfköpfigen Vorstand der auf Healthcare Kommunikation spezialisierten antwerpes ag. Neben dem Vorstandsvorsitzenden **Frank Antwerpes** sind die weiteren Vorstandsmitglieder: **Thilo Kölzer** (Digital), **Jens Knoop** (IT) und **Philip Stadtmann** (Finanzen, Controlling). Tappée kam 2004 zu antwerpes, um dort den PR-Bereich aufzubauen. Seit 2010 erweiterte sie diesen Bereich konsequent um den Aspekt der Social Media Kommunikation.

Etats

Familienministerium: für „neues handeln“ und „where is the beef“

Die Agentur „neues handeln“ mit Sitz in Köln und Berlin ist in Kooperation mit ihrem Partner für Werbung, der Agentur „where ist the beef“ aus Hamburg, neue Rahmenvertragsagentur des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). Das Ministerium setzt während der nächsten drei Jahre auf die auf politische Kommunikation spezialisierte Agentur.



Sie wird ab sofort für alle Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit des Hauses zuständig sein. „neues handeln“ konnte sich in einem europaweiten, mehrstufigen Pitch durchsetzen. Die Agentur kooperiert im Bereich Kreation/Werbung mit Henk Slagman und seinem Team von „where is the beef“. Gemeinsam haben die beiden Agenturen bereits die erfolgreiche Einführungskampagne zum Bundesfreiwilligendienst für das Familienministerium umgesetzt.

Text100 kommuniziert für Media-Saturn-Unternehmensgruppe

Die Münchener Kommunikationsagentur Text100 kommuniziert ab sofort für einzelne Bereiche der Media-Saturn-Unternehmensgruppe, Ingolstadt. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stehen die vier Eigenmarken Peaq, Koenic, Isy und ok. Für diese soll die Münchner PR- und Digital-Agentur die strategische Kommunikationsarbeit der Media-Saturn-Unternehmensgruppe mit einer gezielten Consumer- und Produktkommunikation unterstützen sowie den Markenaufbau vorantreiben. Außerdem arbeitet Text100 auch für den Musik-Streaming-Dienst Juke, einem Angebot der Media-Saturn-Tochter 24-7 Entertainment. Mit der Beauftragung von Text100 will Media-Saturn die Positionierung seiner Eigenmarken stärken. Die Zuständigkeit von Text100 erstreckt sich vorwiegend auf Deutschland, sowie partiell auch auf Österreich und die Schweiz. Text100 zählt über 500 Mitarbeiter und ist in 30 Städten weltweit präsent.

Etats compact (19) (20. KW-2013)

1. a) Pumpenhersteller Wilo, Dortmund
was: BtB- und BtC-Kommunikation, Medienarbeit
b) ERDGAS Produkt- und Systemkampagne, Berlin
was: Endverbraucher-, Fach- und Meinungsbildner-Pressarbeit
c) Elektroprodukte-Hersteller Heinrich Kopp GmbH, Kahl (Nähe Hanau)
was: Fachpressearbeit und Messekommunikation
an: **KOOB Agentur für Public Relations GmbH**, Mülheim an der Ruhr
2. Aluminium-Systemhaus heroal – Johann Henkenjohann GmbH & Co. KG, Verl
was: Konzept und Umsetzung für Wettkampfformat "Alu-Masters"
an: **TAS Emotional Marketing GmbH**, Essen
3. Glarner Kantonalbank, Glarus (Schweiz)
was: Kommunikation zur Namens- und Produkteinführung
an: **The PR Factory**, Zürich
4. Hersteller von Laserdruckern und Kopiergeräten Utax GmbH, Hamburg
was: Image Kommunikation Produkt-PR
an: **Public Relations v. Hoyningen-Huene**, Hamburg
5. E-Commerce-Anbieter Carus GmbH, Kernen
was: On- und Offline-PR, Pressearbeit
an: **ad publica Public Relations GmbH**, Hamburg
6. Kabel Deutschland Holding AG, Unterföhring
was: Kundenmagazin
an: **grasundsterne Werbeagentur und Corporate Publishing GmbH**, München
7. Porsche AG, Stuttgart
was: Intranet mit integrierten Funktionen sozialer Netzwerke
an: **Kommunikationsagentur Faktor 3**, Hamburg, und **IT-Beratung Mieschke Hofmann und Partner (MHP)**, Ludwigsburg
8. Citroën Deutschland, Köln
was: Markenmagazin "Passion Citroën"
an: **Burda Creative Group**, Berlin
9. Schauspielhaus Düsseldorf
was: Integrierte Kommunikationskampagne (Online, Außenwerbung, PR)
an: **Grey Worldwide GmbH und KW43 Branddesign**, beide Düsseldorf
10. BMW AG, München
was: Vermarktung des Golfturniers BMW International Open
an: **SKH Relations**, München



11. ReiseBank AG, Frankfurt am Main
was: Recruiting-Kampagne
an: **Westpress, Agentur für Personalmarketing**, Hamm
12. Wirtschaftsförderung Erzgebirge GmbH und Tourismusverband Erzgebirge e.V., beide Annaberg-Buchholz
was: Konzept für Tourismusmarketing und PR für Montanregion Erzgebirge/ Krušnohoří
an: **Faber & Marke GmbH & Co. KG**, Dresden
13. Fünf-Sterne Hotel The Mulia, Mulia Resort & Villas, Bali (Indonesien)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in DACH
an: **WeberBenAmmar PR**, Bad Soden
14. Mitfahrzentrale BlaBlaCar, Hamburg
was: Pressearbeit, PR und Social Media
an: **Dederichs Reinecke & Partner**, Hamburg
15. Immobilienscout24, Berlin
was: BtB-Kundenmagazin
an: **Profilwerkstatt GmbH**, Darmstadt
16. Kino-Theater AG (Kitag), Zürich
was: Gestaltung und Umsetzung des Webauftritts
an: **Notch Interactive GmbH**, Zürich
17. Lesben- und Schwulentag e.V. (KLuST), Köln
was: Motto, Logo und Kommunikation für Christopher Street Day (CSD)
an: **denkwerk GmbH**, Köln
18. Schüleraustauschprogramme Partnership International e.V., Köln
was: Website Relaunch
an: **Kommunikationsagentur rheinfaktor**, Köln
19. Chrysler Group LLC, Frankfurt am Main
was: Jeep-Messeauftritt bei "Abenteuer & Allrad"
an: **Markenreise GmbH**, Berlin

Branche

Art Directors Club vergibt Preise an die Kreativbranche

Zeitgleich zur Vergabe der PR-Awards des PR-Reports in Berlin, prämierte auch der Art Directors Club für Deutschland (ADC) e. V. am 16. Mai die besten Kreativarbeiten: 20 goldene, 76 silberne, 139 bronzene Nägel – so heißen die Preise tatsächlich - und 219 Auszeichnungen wurden im Rahmen des ADC Festivals in Hamburg verliehen. 338 Jurymitglieder, Top-Kreative aus allen ADC Fachbereichen, haben zwei Tage unter der Leitung des Jury Chairman Jean-Remy von Matt insgesamt 2.266 eingereichte Arbeiten aus dem ADC Wettbewerb 2013 beurteilt. Nach Angaben der „W&V“ waren das ein Fünftel weniger als 2012. Damals waren 2.838 Arbeiten eingereicht worden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neuer Name für Kerstin Molthans Agentur in Hamburg

Die Hamburger Agentur „Molthan van Loon Consulting Sparring Strategies“ heißt jetzt „Molthan Advisors GmbH“. Gründerin und Inhaberin Kerstin M. Molthan unterstreicht nach der Trennung von Dietrich Schulze von Loon somit auch bei der Namensgebung den Neuanfang. Bereits Anfang 2012 machten Kerstin Molthan und Dietrich Schulze von Loon offiziell ihre Trennung bekannt. Bis zu diesem Zeitpunkt hatten sie gemeinsam die Agentur Molthan van Loon geführt hatten. Schulze von Loon hatte sich bereits Ende 2012 dem Orca-Netzwerk angeschlossen und betreibt seither die Agentur unter dem Namen Orca van Loon.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Wieder Murmeltier-tag?

Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.

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

Branche compact (2) (20. KW-2013)

1. **Bühler & Bühler** heißt eine **neuer Züricher Kommunikationsagentur**. Gründer sind Doris und Raphael Bühler, die Strategie, Beratung und Umsetzung aus einer Hand anbieten wollen. Bereits 2009 hatte Doris Bühler den Schritt in die Selbstständigkeit vollzogen und als Texterin und Konzeptionerin ihr eigenes Büro eröffnet. Jetzt kommt Raphael Bühler als Fachmann für PR und Corporate Publishing hinzu. Zuletzt arbeitete er als Seniorberater bei der Agentur Crafft in Zürich.
2. **Ausschreibungen:** Der **Deutsche Bundestag** in Berlin und das **Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) e. V.** in Köln schreiben laut *CP-Monitor* verschiedene Corporate Publishing-Leitungen aus. Der Deutsche Bundestag vergibt in drei Losen die Erstellung von Broschüren, Gedenk- und Festschriften sowie Postkarten und Lesezeichen. Die Einreichungsfrist endet am 17. Juni. Nähere Informationen direkt beim Deutschen Bundestag unter der Rufnummer 030 / 227-332 34 oder per E-Mail: vergabereferat@bundestag.de. Die DLR schreibt diverse Publikationen im Gesamtwert von rund zwei Millionen Euro aus. Hier ist der Einsendeschluss für Teilnahmeanträge am 3. Juni. Die genauen Angaben erfahren Sie unter der

Rufnummer 0 22 03 / 601 256 3 oder per E-Mail:
karsten.mannheim@dlr.de.

Medien

Medien compact (1) (20. KW-2013)

1. **Annina Reimann** (33), Korrespondentin der „WirtschaftsWoche“ im Ressort Geld & Börse in Frankfurt, erhält in diesem Jahr den Ludwig-Erhard-Förderpreis für Wirtschaftspublizistik. Ausgezeichnet wird sie für ihren Artikel „Ich sehe was, was Du nicht siehst“ (\"WirtschaftsWoche\" 35/2012), in dem es um den umstrittenen Hochfrequenzhandel an den Börsen geht. (Siehe dazu auch den [Online-Beitrag](#) der Autorin.) Der ausgezeichnete Artikel zeigt auf, wieso nicht mehr der smarteste Investor, sondern die schnellste Maschine gewinnt, wie Hochleistungsrechner an den Börsen gegeneinander kämpfen, wie sie Privatanleger austricksen und wieso Aufseher machtlos bleiben werden.

Social Media

Social Media Trendmonitor 2013 - "Kommunikationsprofis, Journalisten und das Web": Journalisten bei Meinung zu Twitter gespalten

Nicht allein Journalisten stehen beim Versand von Pressemitteilungen im Fokus der Unternehmen, sondern zunehmend auch Kunden, Marketing und die Öffentlichkeit. Bilder, Videos oder Dokumente verbessern die Resonanz auf PR-Meldungen. Außerdem müssen Pressemitteilungen auch mobil optimal gelesen werden können, um ein bestmögliches Echo hervorzurufen. Das ergab der neue Social Media Trendmonitor "Kommunikationsprofis,



Journalisten und das Web" von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Knapp 1.500 Unternehmenssprecher, Agenturmitarbeiter und Medienvertreter haben an der Umfrage teilgenommen.

Neun von zehn Pressesprechern richten ihre Mitteilungen nicht mehr allein an Journalisten. Sie sagen, dass Kunden, Marketing, Wettbewerber und die Öffentlichkeit mittlerweile ebenfalls relevante Zielgruppen sind (90 Prozent). Ähnlich sehen das die Fachleute aus den PR-Agenturen (81 Prozent). Außerdem beobachten die Kommunikatoren, dass die Resonanz auf Pressemitteilungen besser ist, wenn begleitendes Material wie Fotos, Videoclips oder PDF-Dokumente bereitgestellt wird. (Pressestellen 81 Prozent, PR-Agenturen 87 Prozent). Ein weiterer Erfolgsfaktor für die Resonanz auf Pressemitteilungen ist die optimale mobile Bereitstellung. Knapp zwei Drittel aller Befragten halten die Bereitstellung auf dem Smartphone per Mail, Browser oder App für "wichtig" (Pressestellen 61 Prozent, PR-Agenturen 62 Prozent).

Audi gewinnt beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation und beim worldmediafestival

Die Audi AG ist am 15. Mai beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation im Berliner Kino International in den Kategorien „Online-Strategie des Jahres“ und „Social Media-Kampagne des Jahres“

ausgezeichnet worden. Weitere Preise gab es beim WorldMediaFestival in Hamburg. Seit 2011 vergibt das Magazin „pressesprecher“ den Deutschen Preis für Onlinekommunikation (DPOK) jährlich und ehrt damit Leistungen und Arbeiten in der digitalen Kommunikation. „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung. Sie zeigt, dass wir mit unserer Entscheidung zur umfassenden Integration von Social Media in unsere Kommunikationsstrategie eine richtige Entscheidung getroffen haben“, so Toni Melfi, Leiter Kommunikation Audi AG.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ein Tag im Internet – und in den sozialen Netzwerken

Alle Nutzer zusammen verbringen 20.000 Jahre im weltgrößten sozialen Netzwerk Facebook – und zwar täglich. Die spannendsten Daten rund um die globale Internet-Nutzung in einer Infografik. Fast 2,5 Milliarden Menschen rund um den Globus nutzen inzwischen das Internet – und 70 Prozent davon täglich. Das ist fast eine Versechsfachung gegenüber 2000. Mehr als ein Drittel der gesamten Erdbevölkerung (37,5 Prozent) gehen mittlerweile regelmäßig online. Diese und weitere Fakten rund um das Internet hat der in Houston/Texas ansässige Web-Hosting-Anbieter HostGator in einer Infografik zusammengetragen. Weitere interessante Fakten: Jeden Tag gehen fast 140.000 neue Webseiten live; 144 Milliarden E-Mails – fast 70 Prozent davon Spam – werden versendet. Pro Tag mehr als drei Stunden in sozialen Netzwerken:

Den Artikel von Michael Kroker am 14. Mai in seinem Blog "Kroker's Look @ it" in der "WirtschaftsWoche" [hier online weiterlesen](#).



Social Media compact (2) (20. KW-2013)

1. Junge Leute, die sich in autoritären Staaten oder in Ländern mit stark eingeschränkten Grundrechten wie Ägypten oder Pakistan für Menschenrechte und Demokratie engagieren, stehen im Mittelpunkt des **Multimediaprojekts „Alle Macht dem Volk?“**. Die Deutsche Welle (DW) hat das **Projekt gestartet**. Die DW hat für das Multimediaprojekt junge Leute in ihren Ländern bei ihrem Engagement begleitet und stellt sie in Videoporträts vor. Essays renommierter Schriftsteller und Publizisten sollen die Diskussion über das multimediale Projekt bei Facebook, Twitter (#dwdemocracy) und anderen Sozialen Medien anregen. Interaktive Grafiken ermöglichen es, sich weitergehend zu informieren und Antworten auf die Frage „Alle Macht dem Volk?“ zu finden.
2. Interessanter Artikel von Christian Müller am 15. Mai in der "karrierebibel": **Social Media Manager: Die Position für KMUs. Nach anfänglichen Schwierigkeiten und großer Skepsis hat sich das Berufsbild des Social Media Managers in den letzten Jahren doch nach und nach durchgesetzt**. Heute ist die Position in den meisten größeren Firmen anzutreffen und wird – je nach Unternehmen – mehr oder weniger gut in die Gesamtkommunikation und die Hierarchie integriert. Oft unterstehen Social Media Managern mehrere Mitarbeiter, die vor allem für die Umsetzung der entwickelten Strategien verantwortlich sind. Bei großen Firmen ist das auch kein Problem, doch bei kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMUs) sieht das anders aus. Ressourcen und Budgets sind hier oft knapp bemessen, daher ist die Umsetzung und Gestaltung der Position des Social Media Managers gar nicht so einfach. [Hier online weiterlesen](#).

Reputation Management

foodwatch vergibt Windbeutel an Capri-Sonne

Die Wahl zum „Goldenen Wildbeutel“ ist entschieden: Den „Ehrenpreis“ des Verbraucherschutzvereins foodwatch e.V. für das dreisteste Kindermarketing erhielt in diesem Jahr die Eppelheimer Wild-Gruppe, Deutsche SiSi-Werke, mit dem Getränk Capri-Sonne. Knapp 120.000 Verbraucher hatten in den vergangenen vier Wochen online die Wahl zwischen fünf Kandidaten. Eindeutiger „Sieger“ wurde mit mehr als 50.000 Stimmen Capri-Sonne. Die folgenden Plätze belegten der Pudding Paula von Dr. Oetker mit 26.231 Stimmen, die süßen Flocken Kosmostars von Nestlé mit 24.710 Stimmen, der Zucker-Joghurt Monsterbacke Knister von Ehrmann mit 11.580 Stimmen und die Pom-Bär-Chips von funny-frisch (Intersnack) mit 6.260 Stimmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputationsmanagement: 11 ungewöhnliche Profil-Tipps

SelbsttestPsychotestBerufstestTipps und Tricks für eine gute Reputation gibt es inzwischen wie Sand am Meer. Die Bandbreite reicht dabei von den Grundlagen der aktiven Netzwerkarbeit über den Aufbau einer Eigenmarke – on- wie offline – bis hin zum Schreiben von Büchern. All diese Methoden sind zigfach getestet worden und haben sich in der Praxis bewährt. Zwei Eigenschaften haben jedoch alle genannten Methoden gemeinsam: Erstens müssen sie individuell angepasst werden und sind nicht für jeden gleichermaßen sinnvoll. Zweitens sind sie in der Regel auf den Aufbau einer soliden Reputation ausgelegt. Das ist zwar kein Fehler, doch wer die größtmögliche Aufmerksamkeit sucht, wird vielleicht enttäuscht sein. Daher haben wir heute elf

ungewöhnliche Tipps für Sie, mit denen Sie ein ganz eigenes Profil aufbauen können.

Den Artikel von Christian Mueller am 14. Mai in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

CSR Unternehmensverantwortung

Corporate Social Responsibility: Unternehmen haben erhebliches Umsetzungsdefizit

KMU-Förderbarometer von Ernst & Young zur steigenden Bedeutung von Corporate Social Responsibility

Kleine und mittelständische Unternehmen erwarten, dass der Stellenwert von Corporate Social Responsibility (CSR) in den Firmen weiter steigt / Für die Mehrheit der Unternehmen ist CSR schon heute von Bedeutung / CSR-Aktivitäten konzentrieren sich auf eigene Mitarbeiter / Bedeutsamer Anstieg von CSR-Aktivitäten nur im Umweltbereich / Einige Unternehmen haben Förderungsbedarf in Bezug auf CSR-Aktivitäten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Gelobt sei die Pfanne - Tagliata di manzo con asparagi

(nsb) Braten, Schmoren, Rösten, Dünsten – die Pfanne ist vielleicht das universale Küchengeschirr. Im antiken Griechenland war die aus Bronze gemachte „πατανή“ nur zum Verbrennen von Räucherwerk üblich. Die Römer schmiedeten die „patina“ aus Eisen und nutzen sie in der Küche – zum Beispiel um wilden Spargel mit Eiern und Honig darin zu braten, in Katalonien ein heute noch

gängiges Frühjahrsessen.

Tatsächlich hat die Pfanne gerade auf Gemüse eine herrliche Wirkung – die Chinesen bereiten nicht ohne Grund viele Speisen im „Wok“ zu. Im Grunde ist das eine Pfanne mit durchgehend gewölbtem Boden, die über einem starken Feuer große Hitze aufnimmt. Dadurch bilden sich an der Oberfläche des Bratguts Röststoffe, und Zucker verwandelt sich in Karamell, einen hochwirksamen Geschmacksverstärker. Deshalb ist der Umgang mit Glutamat gar nicht nötig, wenn jemand mit Wok oder Pfanne richtig umzugehen weiß.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Alltag von Agenturen. Gerade für kleinere Dienstleister ist es nicht leicht, sich hier gegen große internationale Agenturen durchzusetzen. Mit einem tragfähigen, disziplinübergreifenden Netzwerk können aber auch inhabergeführte Kommunikationsberatungen punkten: Ein überschaubares Team kann in diesem Fall ein vergleichsweise breites Spektrum an Leistungen anbieten, von der klassischen Pressearbeit, über Corporate Publishing bis hin zu Social Media.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

1+1 = 3: Aktives Netzwerken als Erfolgsstrategie für Agenturen



Ein Autorenbeitrag von Jacqueline Althaller (Foto), Geschäftsführerin der Communication Presse und PR, München
„Netzwerken“ – ein Kunstverb, das erst 2004 im Duden einen Platz

gefunden hat. Dabei hat die systematische Pflege von Kontakten eine lange Tradition. Bereits unsere Vorfahren in der Frühzeit wussten sich in Stammesgesellschaften zu organisieren. In der heutigen Zeit, mit den zur Verfügung stehenden Informationstechnologien, wird es immer leichter, Netzwerke zu knüpfen und zu pflegen. Vor allem für kleinere Kommunikationsagenturen bieten Partnerschaften eine Fülle an Möglichkeiten, um das eigene Leistungsspektrum zu erweitern und somit neue Zielgruppen anzusprechen.

Von disziplinübergreifenden Netzwerken profitieren Agenturen und Kunden

Immer knapper werdende Budgets bei gleichzeitig steigenden Kundenanforderungen sind der

Lesehinweise

Ruhe in Frieden, klassisches Marketing? Wie SEO, Social Media und Content Marketing die Regeln verändern

Über den Wandel des Marketing, vermeintlich neue Methoden und Herangehensweisen: In seiner t3n-Kolumne schreibt Björn Tantau über alte Strategien im neuen Gewand des Social Web und wirft einen Blick in die Zukunft. Früher war alles besser, früher war alles gut. Wirklich? Viele Menschen glauben das, dabei ist das meistens rein subjektiv. Ganz objektiv betrachtet haben alle Menschen eine eigene Sicht der Dinge.

Dennoch gibt es Bereiche, die speziellen Trends unterliegen und sich mehr oder weniger schnell verändern. Das klassische Marketing, wie man es kannte, bevor das Internet zum Massenmedium wurde, ist auf jeden Fall ein solcher Bereich. Und der Wandel, vor allem in den letzten Jahren, ist durchaus als dramatisch zu bezeichnen. Was aber genau macht diesen extremen Wandel aus? Und kann das klassische Marketing wirklich schon abgeschrieben werden?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Harvard Business Manager: (K)ein Konzept für die Krise

Ein realistischer Fall: Ein international agierender Mischkonzern hat großen Erfolg mit seinem neuen ultraleichten Werkstoff. Doch nach einem Flugzeugunglück und Recherchen eines Journalisten drohen nun negative Schlagzeilen. Wie soll das Unternehmen kommunizieren, um einen Imageverlust und Schadensersatzforderungen zu vermeiden? Sehr anschaulich stellt die Online-Ausgabe des „Harvard Business Manager“ die Situation des Konzerns dar und beleuchtet die Optionen, die in Sachen Krisenbewältigung bestehen. Im Anschluss kommen dann drei Experten zu Wort, die den Fall aus ihrer Sicht beurteilen. Im vorliegenden Beispiel sind das Jörg Howe, Leiter der globalen Kommunikation von Daimler, Frank Roselieb, geschäftsführender Direktor des Krisennavigators Institut für Krisenforschung, und Christopher Storck, Managing Director der Kommunikationsberatung Hering Schuppener. Kurzum: Dieser Online-Beitrag im „Harvard Business Manager“ bietet besten Lesestoff für Kommunikationsprofis. Lesen Sie selbst den Beitrag aus der Reihe: [Harvard-Fallstudien](#) erschienen, die typische Probleme des Manageralltags aufgreifen und konkrete Lösungsvorschläge von Experten bieten.

Bildung

Neues complus-Coaching: Praxis-Workshops für den PR-Alltag

Die complus Fernakademie für Kommunikationsberufe in Münster bietet ab Juli ein neues Weiterbildungsangebot mit zweitägigen Coaching-Workshops. Erfahrene Praktiker vermitteln Spezialwissen zu aktuellen Branchenthemen wie Markenführung, Social Media oder zum Umgang mit Bildern und Filmen. „Im Fokus steht immer

die Relevanz für PR-Schaffende in Pressestellen, im Marketing oder in Kommunikationsabteilungen“, betont Christian Schröder, seit März wissenschaftlicher Leiter bei complus. Alle Workshops finden in Münster statt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Deutsche vertrauen Apothekern, Krankenschwestern und der Feuerwehr

Feuerwehrlaute, Krankenschwestern und Piloten sind die drei vertrauenswürdigsten Berufe Deutschlands. Das Spitzentrio hat seine hohen Vertrauenswerte in Europas größter Verbraucherstudie, durchgeführt vom Magazin Reader's Digest, gegenüber den Vorjahren verteidigen können. Mit wenig Abstand folgen Apotheker und Ärzte. Ganz offensichtlich wissen die Deutschen genau, auf wen sie sich verlassen können, wenn es darauf kommt. Nicht zu toppen sind da über Jahre die Feuerwehrlaute. Sie schafften es in allen zwölf untersuchten Ländern, den höchsten Vertrauenswert zu erzielen. In Deutschland sprachen 92 Prozent der Befragten den Feuerwehrlauten ein "sehr hohes" bzw. "ziemlich hohes" Vertrauen aus. Die Krankenschwestern folgen mit 89 Prozent, die Piloten mit 88 Prozent, wobei für diesen Berufsstand in Deutschland erstmals ein Rückgang an Zustimmung zu verzeichnen ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

PR Report Awards versus Leipziger Public Relations Studenten

100 Prozent Public Relations: Die letzten Tage war ich ausschließlich in Sachen PR unterwegs. Die Mission: Gewinnen neuer Erkenntnisse, Austausch mit anderen PR-Experten, Kennenlernen interessanter Menschen und Auffrischen alter Kontakte. In der „Szene“ hatte ich mich einige Zeit rar gemacht. Schon länger gilt der Personalkommunikation mein Interesse und so konnte man mich in letzter Zeit eher auf der „Zukunft Personal“ antreffen als auf einem PR-Kongress. Zudem hatte ich viele Jahre in der Welt der Nonprofits und Internationalen Organisationen gearbeitet und mich in erster Linie in einem politischen Umfeld bewegt. Jetzt gab es PR im Doppelpack. Zusammen mit Gerhard Pfeffer und Thomas Dillmann vom "PR-Journal" besuchte ich letzten Donnerstag die Verleihung der PR Report Awards 2013 in Berlin und am Freitag das 8. LPRS>>Forum der Leipziger Public Relations Studenten (LPRS). Dieses stand unter bewusst kontroversen Motto „PR versus HR: Wer hat die Lizenz zur Personalkommunikation?“ Darüber hatte ich bereits gebloggt.
[Meine Eindrücke in Stichworten hier in meinem Blogbeitrag vom 19. Mai.](#)

Termine compact (1) (20. KW-2013)

1. Im Rahmen des **Medienmittwochs** der **MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**, lädt die Studienrichtung Markenkommunikation und Werbung zur Veranstaltung „Auf einen Aperitif mit ... Curt Simon Harlinghausen“. Der Social-Media-Experte und Gründer der Agentur AKOM360 Multi Channel Marketing sollte bereits im April Gast der MHMK sein, musste aber kurzfristig absagen. Nun wird er am **22. Mai um 18:30 Uhr im Café Baresta in München** darüber sprechen, ob und wie Social

Media die Welt verändert. Die Veranstaltung ist offen für Studierende, Fachgäste und interessierte Besucher. Der Eintritt ist frei. Eine Anmeldung per *E-Mail an die MHMK* ist erwünscht.

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (60)

Volontariat/Trainee

Die 23 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Hamburger PR-Agentur sucht PR Junior-Berater \(m/w\)](#)
- [Junior-Projektmanager/in Public Relations, Mainz](#)
- [Junior PR-Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [PR-Teamleiter / in Food, München](#)
- [Junior-PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Junior Berater/innen und Redakteure/innen, Frankfurt](#)
- [Junior-PR-Berater \(m/w\) „Banken & Versicherungen“ und „Food, Beverage & Family“](#)
- [PR-Berater \(m/w\) - Corporate Communications, Frankfurt](#)
- [PR-Berater/ Associate \(m/w\) - Corporate Communications, Frankfurt](#)
- [PR-Berater im Bereich Technology/BtoB, München](#)

- *PR-Assistent/in zum nächstmöglichen Zeitpunkt, Hamburg*
- *PR-Berater Marketing Communications/Corporate Communications (m/w), Berlin*
- *PR-Berater/In für namhafte Münchner Agentur*
- *PR Redakteur/in, Berlin*
- *Agentur für gesellschaftspolitische Themen sucht PR-Berater/in, Köln*
- *Senior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Senior PR-Berater (m/w), Wiesbaden*
- *Junior PR-Berater (Vollzeit), Berlin*
- *PR-Projektleitung, Berlin*
- *PR-Manager/in + PR-Praktikant/in in Kommunikationsagentur, Berlin*
- *Hill+Knowlton Strategies sucht PR-Junior-Berater oder PR-Berater Corporate Communications (w/m), Frankfurt*
- *Healthcare-PR Agentur (Eltville) sucht ab sofort PR-Juniorberater(in)*
- *Online Redaktionsleiter (m/w), München*
- *Online Redakteur (m/w), München*
- *PR-Berater Consumer / Brands (m/w), Frankfurt*

Unternehmen

- *Gruppenleiter (m/w) Kommunikationsstrategie in der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, Eschborn*
- *Manager(in) Marketingkommunikation, Ludwigsburg*
- *Junior Corporate Communications Specialist (m/w), Frankfurt*
- *PR-Manager/Pressesprecher (m/w) in Vollzeit, Kassel*
- *Regional Director Communications East & Central Europe, München*
- *PR-Berater (w/m) bei HOPF STRATEGIE in Berlin*

Verbände (Non-Profit)

- *Referent (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
Montag, 20. Mai 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.268 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: "SocialMe-

dia"; Thomas Dillmann, Bad Honnef (dillmann[at]pr-
journal.de); Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-
journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverant-
wortung"; 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 (sche-
ben[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).

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..

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](#)