

## Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 386 / 24. KW 2013

**Hinweis:** Der Abgabetermin für die **Umfrage „Bezahlung von PR-Volontariaten“** wurde bis zum 25. Juni verlängert. Agenturen, die noch teilnehmen wollen, melden sich bitte unter: [pfeffer@pr-journal.de](mailto:pfeffer@pr-journal.de)

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 386. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 42 Einzelmeldungen):

1. *Studie: Top-Management schätzt eigene Kommunikationsleistung für den Unternehmenserfolg höher ein als den der Unternehmenskommunikation*
2. *Wir sind Lotsen – oder als Studierende zumindest auf dem Weg dorthin*
3. *Ringtausch von Unternehmenssprechern in Baden-Württemberg*
4. *Personalien compact - Agenturen (3) (24. KW-2013)*
5. *Personalien compact - Unternehmen (5) (24. KW-2013)*
6. *Personalien compact - Sonstige (8) (24. KW-2013)*
7. *Kolle Rebbe neue Leadagentur der Bundesagentur für Arbeit*
8. *Etats compact (15) (24. KW-2013)*
9. *Cannes: Bisher 96 deutsche Beiträge in der Endauswahl*
10. *Studenten zeichnen Wirtschaftskommunikation aus*
11. *LPRS mit neuem Vorstand*
12. *Edelman bester Arbeitgeber unter den Agenturen in EMEA*
13. *FleishmanHillard eröffnet neue (Berliner) Perspektiven*
14. *Neue Agentur für Corporate Blogging*
15. *Branche compact (4) (24. KW-2013)*
16. *PR-Filmpreis die „Die Klappe“ vergeben*
17. *Medien compact (1) (24. KW-2013)*
18. *Webtexte für ungeduldige Leser*
19. *Social Media compact (1) (24. KW-2013)*
20. *Leica - eine unsterbliche Reputation*
21. *SAP Sieger beim Diversity-Preis, Bosch mit dem besten Diversity-Image*
22. *Call for Contributions: CSR & Social Media*
23. *Gericht: Unser großes Sommermenu (III)*
24. *So geht New Business heute (Teil 3)*
25. *Klaus Eck bei W&V: Online-Chef ohne Social Media*
26. *PR-Qualifizierung für Blinde und Sehbehinderte - ein Erfahrungsbericht von Anastasia Patsiarizis*
27. *IK Heidelberg gewinnt FleishmanHillard als Partner für den IK-Konzeptionspreis*
28. *Bildung compact (1) (24. KW-2013)*
29. *Public Affairs-Umfrage von MSL Germany: Lobbyisten erwarten Große Koalition*
30. *Untersuchung: Wenige DAX-CEOs halten verständliche Reden*
31. *Studie: Mitarbeiter einbinden – sonst scheitern Veränderungsprozesse*
32. *Termine compact (4) (24. KW-2013)*
33. *Martina Schäfer: Wie Sie Ihre Pressearbeit erfolgreich gestalten*
34. *Jobbörse*
35. *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

#### Studie: Top-Management schätzt eigene Kommunikationsleistung für den Unternehmenserfolg höher ein als den der Unternehmenskommunikation

Wie beurteilt das Top-Management eigentlich die Unternehmenskommunikation? Dieser Frage ist eine empirische Studie bei Vorständen und Geschäftsführern in Großunternehmen nachgegangen, die in dieser Größenordnung bisher einmalig ist. Zwischen dem 24. Januar und dem 27. Februar dieses Jahres haben insgesamt 602 Vorstände und Geschäftsführer an der Befragung teilgenommen. Träger der Studie waren in enger Zusammenarbeit die Universität Leipzig, die Humboldt Universität Berlin, das FAZ-Institut in Frankfurt am Main sowie

die Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation in Leipzig. Den Ergebnissen zufolge leistet Kommunikation einen hohen und sehr hohen Beitrag zum Erfolg von Unternehmen. 65 Prozent der Befragten Unternehmensführer glauben das. Interessant: bei den Unternehmen, deren Umsatz über 250 Millionen im Jahr liegt, steigt diese Einschätzung. Hier glauben 70 Prozent, dass Kommunikation einen hohen (58 %) und sehr hohen (12%) Beitrag leistet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Wir sind Lotsen – oder als Studierende zumindest auf dem Weg dorthin

Ein Autorenbeitrag von Oliver Haidukiewicz, : [PR-Studenten Hannover e.V. \(PRSH\)](#) Wer sich bisher fragte, welchen Bildungsdampfer er mit seinem Public Relations-Studium eigentlich bestiegen hat und welches Ziel er mit ihm ansteuert, fand Antworten darauf beim PRSH PRaktikumstag am 11. Juni. An Bord unter anderen Uwe Kohrs, Präsident des Verbandes der führenden PR-Agenturen Deutschlands (GPRA): Er erläuterte, was die Schwierigkeit des Begriffs „PR-Berater“ ausmacht, wann jemand für die Bezeichnung als solcher qualifiziert ist und wie dessen Aufgabenfeld aussieht. „PR Berater ist nicht gleich PR-Berater“, lautet eine erste Erkenntnis. Wer sich den ungeschützten Begriff auf die Fahnen schreibt, muss lange nicht die ihm zu Grunde liegenden Qualifikationen mitbringen. Erfolg habe, wer bei der Agenturarbeit belastbar und leidensfähig sei, die Bereitschaft mitbringe, auch über die eigenen Grenzen hinauszuarbeiten, Persönlichkeit, Überzeugungskraft und Talent aufweise. „Jeder Tag bringt neue Dinge mit sich. Man muss sich darauf einlassen können (...) und ein Typ mit Ecken und Kanten sein, der sich bei Kritik nicht gleich eloquent anpasst“, so Kohrs.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

 **AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBACHTUNG

**DAS  
ENTSCHEIDENDE  
WISSEN**

## Personalien

### Ringtausch von Unternehmenssprechern in Baden-Württemberg

**Marc Binder** (43) wird zum 1. Juli neuer Leiter des Bereichs Group Communications der Celesio AG in Stuttgart. Er wird damit Nachfolger von **Jens Schreiber** (56), der zum selben Zeitpunkt die Leitung der Unternehmenskommunikation bei EnBW in Karlsruhe übernimmt. Dessen Vorgänger, **Dirk Ommeln** (45), bleibt dem Unternehmen erhalten und wird ebenfalls ab dem 1. Juli neuer Leiter Konzernführung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Personalien compact - Agenturen (3) (24. KW-2013)

1. **Sabine Dederichs** und **Sebastiano Provenzano** verstärken das bestehende Customer Relations-Team von Uniplan am Standort Köln. Dederichs steigt bei uniplan als Senior Managerin Customer Relations ein. Sie kommt von der Ströer AG in Köln, wo sie als Key Account Managerin tätig war. Provenzano startet bei Uniplan als Director Customer Relations. Zuvor arbeitete er als Director Client Services bei MEC Access in Düsseldorf.

2. **Thomas Stahlschmidt** (51) leitet für die Berliner Agentur Orca Affairs ab sofort das Büro am Standort München, das jetzt als erste Niederlassung außerhalb der Hauptstadt eröffnet wurde. Zuvor war Stahlschmidt unter anderem mehr als zwei Jahrzehnte Geschäftsführer der wbpr-Gruppe, aus der Ende 2012 Orca Affairs hervorgegangen ist. Erster Kunde in München ist das Unternehmen Crown Equipment Corporation, ein Hersteller von Gabelstaplern.
3. **Vincent Eichenberger** (32) ist neuer Campaign Manager bei der Berner Agentur Franz & René. Er kommt von der Agentur Havas Worldwide, wo er in den vergangenen sechs Jahren Erfahrungen als Account-Manager, Produktionsleiter und Art Buyer sammelte. Franz & René setzen ihren Wachstumskurs mit der Einstellung von Eichenberger fort.

### Personalien compact - Unternehmen (5) (24. KW-2013)

1. **Katrin Sulzmann** (41) ist als Nachfolgerin von **Sabine Schauer** seit Anfang Juni neue Head of Corporate Communications CEE & MEA bei Henkel, Düsseldorf. Vorgängerin Schauer wechselte als Director Corporate Communications & Government Affairs zu Novelis nach Zürich. (*Wir berichteten im April.*) Sulzmann, die zuvor seit 2002 unterschiedliche Aufgaben im Bereich Corporate Communications bei Metro Cash & Carry bekleidet hat, berichtet bei Henkel an **Carsten Tilger**, Corporate Senior Vice President / Head of Corporate Communications.
2. **Felix Höpfner** ist seit Anfang Juni neuer Leiter Marketing bei der privaten BHF-Bank in Berlin. Er arbeitete vorher seit 2009 als Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher bei Hauck & Aufhäuser Privatbankiers. Davor war Höpfner zwischen 2006 und 2009 Head of Communication Strategy bei der Dresdner Bank.
3. **Carsten Heller** (42) leitet seit dem 1. Juni die Abteilung Marketing & Unternehmenskommunikation beim Dienstleister für Personalmanagement, der Job AG in Fulda. Die Position wurde neu geschaffen. Heller berichtet in seiner neuen Position an den Vorstand. Von 2004 bis zu seinem Wechsel war

## komm.passion



- er Leiter Marketing bei der Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg.
4. **Christina Bathmann** (34) leitet seit dem 1. Mai die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Reiseveranstalter Travelzoo in München. Die Stelle wurde neu geschaffen. Bathmann, die vorher von 2011 bis zu ihrem Wechsel Pressesprecherin und Director Communications war, berichtet bei Travelzoo an **Louise Hodges**, Head of PR Europe.
  5. **Patrick Berger** ist als Mitarbeiter im Team Public Affairs und Communication seit dem 1. Juni verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des chinesischen IT-Unternehmens Huawei in Deutschland. Huawei hat in Deutschland Niederlassungen in Düsseldorf und Berlin. Berger berichtet an **Olaf Reus**, Mitglied der deutschen Unternehmensleitung. Berger arbeitete vorher als Seniorberater für die Agentur Hill + Knowlton Strategies in Berlin.

### Personalien compact - Sonstige (8) (24. KW-2013)

1. **Frank Jungbluth** (45) hat am 1. Juni die Aufgabe als Pressesprecher der SPD-Landtagsfraktion Niedersachsen in Hannover übernommen. Er ist damit Nachfolger von **Olaf Reichert**, der nun als Pressesprecher in der Niedersächsischen Staatskanzlei tätig ist. Jungbluth berichtet an die Fraktionsvorsitzende **Johanne Modder** und den Fraktionsgeschäftsführer **Lars Wegener**. Von 2012 bis zu seinem Wechsel war Jungbluth verantwortlich für die Unternehmenskommunikation bei der Deutschen Annington Immobilien.
2. **Katrin Albrecht** (31) wird ab dem 1. Juli Pressesprecherin der CDU Schleswig-Holstein in Kiel. Sie folgt auf **Christine Ström**, die für eine neue Aufgabe nach Peking gehen wird. Albrecht berichtet an Landesgeschäftsführer **Sven Müller**. Zuletzt war Albrecht im Wahlkampfteam der CDU Schleswig-Holstein tätig, zuvor

von 2003 bis 2012 wissenschaftliche Mitarbeiterin für die CDU-Fraktion im Landtag Schleswig-Holstein.

3. **Matthias Ehrlich** (United Internet) ist der neue Präsident des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Düsseldorf. Auf der Mitgliederversammlung am 13. Juni wurde er als Nachfolger von **Arndt Groth** (Publi Groupe) gewählt, der nicht wieder zur Wahl antrat. Als Vizepräsidenten wurden **Christoph N. von Dellingshausen** (Consulting von Dellingshausen), **Harald R. Fortmann** (Cribb Personalberatung), **Ulrich Kramer** (pilot Hamburg) und **Burkhard Leimbrock** (iconmobile) in ihren Ämtern bestätigt. Neu ins BVDW-Präsidium gewählt wurde **Achim Himmelreich** (Mücke, Sturm & Company GmbH).
4. **Nils aus dem Moore** (36) ist seit dem 1. Juni Leiter der neu geschaffenen Abteilung Kommunikation beim Rheinisch-Westfälischen Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) in Berlin. Der bisherige Leiter der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit, Redaktion und Pressesprecher des Instituts, **Joachim Schmidt**, geht im August in den Ruhestand. Aus dem Moore war vorher seit 2011 verantwortlich für die Stabsabteilung Politik und Kommunikation beim RWI, dem er zuvor bereits seit 2007 als wissenschaftlicher Mitarbeiter angehörte. Von 2005 bis 2007 arbeitete er als Journalist für „Kapital“ und „Cicero“.
5. **Christian Noack** (35) übernimmt ab sofort als Pressesprecher die Pressearbeit für die MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH, Frankfurt am Main, Wirtschaftstochter des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. Er folgt auf **Raphaëla Sabel** (32), die als PR-Managerin zur Ausstellungs- und Messe GmbH, Veranstalterin der Frankfurter Buchmesse, gewechselt ist. Nach beruflichen Stationen bei den PR-Agenturen Hiller, Wüst und Partner sowie Klenk & Hoursch war Noack zuletzt als Manager Public Relations beim Wirtschaftsinformationsdienst Dun & Bradstreet Deutschland GmbH tätig.
6. **Christian Henßel** (41) ist seit Anfang Juni neuer Leiter Marketing & PR beim Dima-Verlag in Karlsfeld bei München. Er kommt von der PR-Agentur matchit PR, die er 2010 gründete und in der er seither als Geschäftsführer tätig war. Zuvor hat er unter anderem bis 2009 beim Deutschen Sportfernsehen



- (jetzt Sport1) gearbeitet. Bei seiner Agentur zieht sich Henßel aus dem operativen Geschäft zurück. **Andrea Hoffmann-Topp** (47), bisher Redaktionsleiterin, verantwortet beim DIMA-Verlag künftig zusätzlich den Ausbau der Kooperationen im Bereich Hochschulen, Stiftungen und Verbände.
7. **Guido Hardieck** (31) und **Philipp Benjamin Ostsieker** (26) verstärken als Senior und Junior Project Manager den Bereich Digitale Medien bei Hoffmann und Campe Corporate Publishing in Hamburg. Hardieck, der bereits seit Anfang Mai bei Hoffmann und Campe ist, war zuletzt bei der Endemol Deutschland GmbH in Köln tätig. Ostsieker, der Anfang Juni nach Hamburg wechselte, kam von der Libri.de Internet GmbH.
8. **Caroline Sauser** (50) leitet seit Anfang Mai als Nachfolgerin von **Roberto Rivola** die Kommunikation beim Bundesamt für Kommunikation (Bakom) in Biel. Vorgänger Rivola hatte im Frühjahr bereits für Anfang Mai seinen Wechsel in die Unternehmenskommunikation der Tourismusgesellschaft von Engadin St. Moritz bekannt gegeben. Sauser arbeitet bereits seit 2001 für das Bakom. Zuvor war sie zehn Jahre beim Bieler Lokalradio Canal 3 als Moderatorin, Journalistin und stellvertretende Chefredakteurin tätig.

## Etats

### Kolle Rebbe neue Leadagentur der Bundesagentur für Arbeit

Die Hamburger Agentur Kolle Rebbe hat den Kreativetat der Bundesagentur für Arbeit (BA) gewonnen. Das ist sind Kolle Rebbe als Leadagentur verantwortlich für alle Werbe- und Marketingmaßnahmen der nächsten drei Jahre. Aus Sicht der BA war das Hauptziel der Neuausschreibung, das Know-how zu bündeln und ein besseres Verständnis für die besondere Situation einer komplexen öffentlich-rechtlichen Institution zu entwickeln, zu der noch zehn Regionaldirektionen, 156 lokale Agenturen für Arbeit sowie zahlreiche Produktmarken gehören. Die Aufgabe der Agentur umfasst zunächst die Entwicklung der langfristigen kommunikativen Dachstrategie bis hin zur Konzeption aller taktischen Kampagnen. Der erste Werbe-Flight zum Thema „Fachkräfte“ wird noch in diesem Jahr mit einem integrierten Mediaansatz starten. Für PR-Maßnahmen ist das Team von Public:news aus Hamburg mit an Bord. (Quelle: „W&V“)

### Etats compact (15) (24. KW-2013)

1. TomTom Business Solutions, Amsterdam  
was: Presse- und Medienarbeit sowie Social Media in DACH  
an: **Storymaker GmbH**, Tübingen
2. Süßwarenhersteller Josef Manner & Comp AG, Wien  
was: Online-Strategie und PR  
an: **vi knallgrau**, Wien
3. ZF Friedrichshafen AG  
was: Unternehmensmagazins "Drive" offline/online  
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing**, Hamburg
4. Gingco.Net New Media GmbH, Braunschweig  
was: Fachpressearbeit für Facility-Management-Software

A&B One

- an: **pr nord. neue kommunikation**, Braunschweig
5. Anbieter von Afrika Reisen, Elewana Collection, Arusha (Tansania) und Nairobi (Kenia)  
was: Tourismus PR in der Region DACH  
an: **Stromberger PR**, München
  6. Stada Arzneimittel AG, Bad Vilbel  
was: Launch des Kundenmagazins "Alles Gute für dich" in der Printversion und als E-Paper  
an: **mpm Corporate Communication Solutions**, Mainz
  7. Crown Equipment Corporation (Hersteller von Gabelstaplern), München  
was: Leadagentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland und Europa  
an: **Orca Affairs**, München
  8. Grandhotel Steigenberger Frankfurter Hof, Frankfurt am Main  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **KPRN network GmbH**, Frankfurt am Main
  9. Beauty Trend GmbH, Berlin  
was: Consumer- und Corporate-PR in DACH für Beauty- und Lifestyle-Venture Glossy-box.de  
an: **MSL Group Germany GmbH**, Berlin
  10. TÜV Rheinland Cert GmbH, Köln  
was: Personality-PR, Aufbau einer Markt- und PR-Strategie für den Standard „Nachhaltige Unternehmensführung“  
an: **Agentur Bonne Nouvelle**, Bonn
  11. Fachverlag Springer Medizin, Heidelberg  
was: Markenentwicklung  
an: Agentur für Corporate Design und Branding, **MetaDesign**, Berlin
  12. Designerin Jette Joop, Jette GmbH, Hamburg  
was: PR-Arbeit für Jette Womenswear  
an: **Orca im Hafen**, Hamburg
  13. POLO Motorrad und Sportswear GmbH, Jüchen  
was: Strategische Kommunikation sowie Pressearbeit in Print, Funk und TV  
an: **PP:Agenda (PPA)**, Frankfurt am Main und Berlin, sowie **Cheil Germany**, Schwalbach
  14. Fußballbundesligist Hannover 96  
was: PR- und Marketingkampagne „Niemand allein! Hannover – meine Stadt! 96 – Mein Verein!“

an: **Kommunikationsagentur TVN Corporate Media**, Hannover

15. Hatrick Europe Limited, London  
 was: Pressearbeit für Hatrick, Fußball Online Manager-Spiel  
 an: **Stamplatz Kommunikation**, Frechen

## Branche

### Cannes: Bisher 96 deutsche Beiträge in der Endauswahl

Die Entscheidungsfindung in Cannes zur Vergabe der Goldenen Löwen schreitet voran. Speziell im Bereich PR gibt es aus deutscher Sicht erfreuliche Nachrichten: 13 von 61 Wettbewerbsbeiträge von deutschen Agenturen schafften es in die Endauswahl. Das sind fünf mehr als im Vorjahr. Insgesamt hat die 19-köpfige Jury, in der auch Mirko Kaminski, CEO und Gründer der Hamburger Agentur achtung!, mitarbeitet, 158 internationale Beiträge auf die PR-Shortlist gesetzt. In verschiedenen Unterkategorien hoffen nun Saatchi & Saatchi, Berlin; Cheil, Schwalbach; Ogilvy, Frankfurt am Main sowie Ketchum Pleon, Berlin, auf einen der begehrten Löwen. Bis zum 17. Juni wurden die Shortlists in neun von 16 Kategorien veröffentlicht. Danach haben es 96 Wettbewerbsbeiträge aus Deutschland in die Endauswahl geschafft. Das ist eine Zwischenbilanz, die sich durchaus sehen lassen kann. Insgesamt reichten deutsche Vertreter 1.994 Beiträge in den 16 Kategorien ein. (Quelle: „W&V“)

### Studenten zeichnen Wirtschaftskommunikation aus

Im Rahmen einer Festveranstaltung am 12. Juni wurden die diesjährigen Gewinner des Deutschen Preises für Wirtschaftskommunikation 2013 geehrt. Unter den 500 Gästen befanden



sich auch die 50 Finalisten sowie Vertreter der Landes- und Bundespolitik. Unter dem Motto „Lebendig. Anspruchsvoll. Unabhängig“ wird der „Goldene Funke“ jährlich von Studierenden der Wirtschaftskommunikation an der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Berlin organisiert und ausgetragen. Die Jury besteht ausschließlich aus Studierenden, die bei der Bewertung der Kommunikationsmaßnahmen wissenschaftliche Kriterienkataloge zugrunde legen. Den diesjährigen Sonderpreis erhielt „Guts for Change“ - ein außergewöhnliches Projekt fünf junger Menschen, die mit dem Fahrrad 10.000 Kilometer von Berlin nach Indien fuhren und dort mit Spendengeldern den Bau von Trockentoiletten realisierten. Der „Goldene Funke“ wurde insgesamt in acht Kategorien an Unternehmen verliehen, die sich durch gute Kommunikation auszeichnen.

*[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)*

## LPRS mit neuem Vorstand

Die Mitglieder des Leipziger Public Relations Studenten e.V. (LPRS) haben einen neuen Vorstand: Bei der Hauptversammlung am 6. Juni wählten sie Elvira Engel, Bachelorstudentin der Kommunikations- und Medienwissenschaft, zur neuen Vorsitzenden. Die Position der Stellvertreterin und Leiterin der Kommunikation übernimmt Isabel Reinhardt, Communication Management Masterstudentin. Zuständig für die Finanzen ist Bachelorstudent Franz Lademann. Die vielfältigen Veranstaltungsformate koordiniert Masterstudentin Annemarie Salewski. Im Vorstand verbleibt Anastasia Domanewskaja, sie wird ab sofort den Bereich Mitgliederverwaltung betreuen. Der neue Vorstand löst das Team um Manuel Wecker ab und hat sich zum Ziel gesetzt, die erfolgreiche Entwicklung des Vereins auch im zehnten Jahr seines Bestehens weiter voranzutreiben. Unterstützung erfährt der LPRS fortan auch durch ein neues Beiratsmitglied aus dem Alumni-Netzwerk. Henrik Sprink, Gründungs- und Ehrenmitglied des Vereins, wird dem Vorstand zukünftig als Ansprechpartner zur Verfügung stehen. Auf diesem Weg sollen die Verbindungen zwischen ehemaligen und aktiven Mitgliedern des Vereins weiter gefördert werden.

## Edelman bester Arbeitgeber unter den Agenturen in EMEA

Edelman EMEA ist zum besten Arbeitgeber unter den europaweit agierenden PR-Agenturen gekürt worden und erhielt dafür den SABRE Award. Die Auszeichnung geht zurück auf eine Befragung von mehr als 4.400 Mitarbeitern in 65 Agenturen, die der internationale Branchendienst „Holmes Report“ in der EMEA Region durchgeführt hat. Edelman ist das einzige Familienunternehmen unter den großen Full-Service-PR-Dienstleistern. Die befragten Mitarbeiter sehen darin eine spezielle Unternehmenskultur, die als Wettbewerbsvorteil wahrgenommen wird. Auch die Investi-



tionen von Edelman in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter werden von den Umfrageteilnehmern honoriert: Interne Trainings für alle Mitarbeiter, eine spezielle Nachwuchskräfteförderung sowie die hohe Bedeutung von interkulturellen Trainings und die Möglichkeit für Mitarbeiter, Erfahrungen an anderen Edelman-Standorten zu sammeln, werden besonders häufig genannt.

## FleishmanHillard eröffnet neue (Berliner) Perspektiven

Am 11. Juni lud Armin Huttenlocher, Geschäftsführer Public und Corporate Affairs von Fleishman Hillard, in die neuen Agentur-Räume des Berliner FH-Büros. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Perspektiven und Positionen“ leitete Ralf Fücks, Vorstand der Heinrich-Böll-Stiftung und Autor des Buches „Intelligent wachsen. Die grüne Revolution“, den Blick auf streitbare Thesen zum Aufbruch in die ökologische Moderne. Er forderte die Politik dazu auf, mehr Investitionen für Innovationen und ressourcenschonende Lösungen bereit zu stellen. Die Perspektive auf den Verbraucher wurde nicht beleuchtet. Wie ausgeprägt ist unser Wissen um die Tragweite unseres ökologischen wie ökonomischen Verhaltens wirklich? Vielleicht lohnt sich eine Investition in eine dialogorientierte Kommunikationsstrategie der Politik mit ihren Wählern viel mehr als der monetäre Anreiz für Unternehmen, vermeintliche Innovationen auf den Markt zu bringen, die trotz Investitionszuschuss für viele unerschwinglich

bleiben. Und die im schlimmsten Fall völlig am  
eigentlichen Bedarf vorbei entwickelt wurden.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Neue Agentur für Corporate Blogging

Zum 1. Juli gründet die Münchner Kommunikati-  
onsberatung cocodibu mit den beiden ehema-  
ligen Stellvertretenden Chefredakteuren von  
„W&V“, Helmut van Rinsum und Klaus Wieking,  
den Spezialdienstleister brandiz. Das Start-up  
bietet Services ausschließlich zum Thema Cor-  
porate Blogging an – von der Beratung über  
Workshops bis hin zur kontinuierlichen redaktio-  
nellen Betreuung von Unternehmensblogs.

Parallel zum Start geht brandiz unter  
<http://www.brandiz.de> mit einem Blog online, der  
Corporate Blogging in all seinen Facetten thema-  
tisiert. Damit entsteht eine Plattform, die sich  
künftig zur zentralen Anlaufstelle für alle Fragen  
rund um Unternehmensblogs entwickeln soll.  
Brandiz.de bietet Branchen-News, Interviews mit  
Machern, Studien und Experten-Tipps.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## Branche compact (4) (24. KW-2013)

1. Die **Communication Presse und PR**, Mün-  
chen, hat ihr Netzwerk im Juni um **zwei**  
**Kooperationspartner** ausgeweitet. Mit **Sa-**  
**gency** in Berlin und New York sowie der **D-**  
**Forge/Jacobs University Bremen** hat die  
Agentur ihr Netzwerk um zwei Partner erwei-  
tert, die führend in den Bereichen Inbound-  
Marketing und Design Thinking sind. Mit Hil-  
fe der neuen Partner will die Münchner  
Agentur ihre Kunden künftig noch zielge-  
nauer unterstützen.
2. **PR Suisse**, der Schweizerische Public Rela-  
tions Verband (SPRV), hat einen **neuen**  
**Präsidenten**. Auf der Generalversammlung  
am 13. Juni wurde **Peter Eberhard** gewählt.  
Bei der anschließenden Sitzung des SPRI-  
Stiftungsrats wurde er auch zu dessen Prä-  
sident ernannt. Eberhard wurde einstimmig  
gewählt. Der PR-Berater und Ökonom ver-



- fügt über langjährige Erfahrung in der integrier-  
ten Kommunikation und betreibt eine PR-  
Agentur in Oetwil am See. (Quelle: „*persoen-*  
*lich.com*“) Im Schweizer Online-Portal der  
Kommunikationswirtschaft ist auch ein *aktuel-*  
*les Interview mit Eberhard* veröffentlicht.
3. Die Düsseldorfer **Valuedfriends Deutschland**  
**GmbH** ergänzt ihr Beratungsportfolio um den  
Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Da-  
zu geht die auf Strategieberatung für Unter-  
nehmen aus den Branchen Telekommunika-  
tion, Informationstechnologie, Medien und  
Entertainment spezialisierte Firma eine **Ko-**  
**operation mit Tower PR**, Jena, ein. Tower PR  
bietet laut Pressemitteilung von Valuedfriends  
umfangreiches Know-how im Bereich Presse-  
und Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmen ver-  
schiedener Branchen und Größen.
  4. **Print Communications Consultants** haben  
einen **neuen Marktauftritt**. Seit dem 13. Juni  
firmieren die zum DDB Netzwerk gehörenden  
PR-Experten mit Hauptsitz in München und  
Hamburg unter dem neuen Namen: **Lessing-**  
**vonKlenze Kommunikationsberatung**  
**GmbH**. Neu ist auch die Geschäftsführung der  
Agentur, die sich seit April der langjährige  
PRINT-Markenprofi Peter Johannes und Ex-  
"Reuters"-Chefredakteur und Corporate Com-  
munications-Experte Hans Obermeier teilen.

## Medien

### PR-Filmpreis die „Die Klappe“ vergeben

„Die Klappe“, der PR Film Preis 2013, ist entschie-  
den. Am 12. Juni wurden die Gewinner in Hamburg  
bekanntgegeben. Den ersten Preis in Gold gewann:  
Mhoch4 GmbH & Co. KG - die Fernsehagentur mit

dem Video „Heimstärke“, in dem die DKB Handball-Bundesliga GmbH der Handball-Nationalmannschaft der Männer ihre Wünsche für ein gutes Abschneiden bei der Weltmeisterschaft übermitteln lässt. Silber wurde gleich dreimal vergeben: Seed Audio-Visual Communication AG mit dem Fil „Sweet Tokyo“ im Auftrag der Confiseur Läderach AG; Virtual Identity AG mit dem Film „Die helfende Hand“ im Auftrag der Siemens AG; thjnk hamburg gmbh mit dem Beitrag „Meilensteine“ im Auftrag der Commerzbank AG. Bronze gewann die Kommunikationsagentur A&B One zusammen mit Cineteam Mediaworks GmbH für einen Beitrag über Compliance im Auftrag der Deutsche Bahn Mobility Logistics AG.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (1) (24. KW-2013)

1. Die **FAZ-Verlagsgruppe** muss fürs Geschäftsjahr 2012 einen **Fehlbetrag von 4,3 Millionen Euro** bilanzieren, weil „das Werbegeschäft und insbesondere der Stellenmarkt“ der Zeitung „starke Rückgänge“ verzeichnete. Das berichtete der Mediendienst „**turi.2**“ am 11. Juni und bezog sich dabei auf die Berichterstattung der „FAZ“. Im Vorjahr 2011 stand unterm Strich noch ein Überschuss von 19,3 Mio Euro, der allerdings dem Verkauf der Märkischen Verlags- und Druckgesellschaft zu verdanken war. Für 2013 erwartet die „FAZ“ eine „wirtschaftlich verhaltene Entwicklung“, für 2014 geht die Geschäftsführung von einer „moderaten Erholung“ aus. Mit „Kostendisziplin“ und dem Ausbau neuer Geschäftsfelder will der Verlag gegensteuern. [Weiterlesen auf „turi.2.“](#).

## Social Media

### Webtexte für ungeduldige Leser

Dieser Artikel ist kurz – denn laut Webmagazin „slate“ halten Online-Nutzer nichts von langen Texten und lesen selten bis zum Ende. Was das für Online-Beiträge bedeutet, hat die B2B-Agentur *dieleutefürkommunikation* zusammengefasst:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Social Media compact (1) (24. KW-2013)

1. **4. Social Media Kongress des Management Forums der Verlagsgruppe Handelsblatt:** Wie können Markenführung und Kundenbindung durch die sozialen Netzwerke unterstützt und sogar geführt werden? Was bedeuten Trendthemen wie „Big Data“ oder „Content Marketing“ für die Social Media Strategie? Wie geht man mit Wutkunden um? Der Social Media Kongress am 28. und 29. August in Köln bietet Antworten auf aktuelle Fragen rund um Social-Media-Marketing. Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeiten [direkt auf der Website des Veranstalters](#).

## Reputation Management

### Leica - eine unsterbliche Reputation

(cw) Fotografen bekommen meist glänzende Augen, hören sie den Namen Leica. Die Kamerakultmarke 'Made in Germany' stand mehrmals vor dem Aus und ist heute lebendiger denn je. Eine unverwüstliche Marke. Für ein vergoldetes Modell zahlte kürzlich bei einer Auktion ein Mann den Preis von einer halben Million Euro. Der Investor Andreas Kaufmann holte das Unternehmen nicht nur aus den schwarzen Zahlen sondern verlieh auch der Marke neuen Glanz. Produziert wird in Portugal und Deutschland. Dadurch entsteht eine neue Sorge:

Woher qualifizierte Präzisionsarbeiter nehmen?  
Der Nachwuchs ist spärlich, da sich die Produktion heute weitestgehend in Asien abspielt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### **SAP Sieger beim Diversity-Preis, Bosch mit dem besten Diversity-Image**

Diversity, die konstruktive Nutzung sozialer Vielfalt, wird zunehmend zu einem Wettbewerbsfaktor. „Die Unternehmen nutzen die Vielfalt ihrer Mitarbeiter inzwischen systematisch, um ihre Ziele besser zu erreichen“, sagt Frank Mattern, Deutschlandchef von McKinsey & Company. Zusammen mit der WirtschaftsWoche hat die Unternehmensberatung bereits 2011 den Deutschen Diversity-Preis geschaffen, der am 10. Juni, dem Vorabend des Deutschen Diversity-Tages, verliehen wurde.

Bei einem Festakt in Berlin wurde der Softwarekonzern SAP als vielfältigstes Großunternehmen in Deutschland ausgezeichnet. Zur Jury gehörten neben McKinsey-Deutschlandchef Frank Mattern und WirtschaftsWoche-Chefredakteur Roland Tichy Bundesfamilienministerin Kristina Schröder, die frühere Bundestagspräsidentin Rita Süßmuth, die Geschäftsführerin der Charta der Vielfalt, Aletta von Hardenberg sowie die Diversity-Forscherin Carmen Leicht-Scholten von der RWTH Aachen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## **CSR Unternehmensverantwortung**

### **Call for Contributions: CSR & Social Media**

Der Springer-Verlag plant eine „Flagship“-Reihe zum Thema „Corporate Social Responsibility“, die in mehreren Bänden ab Herbst 2013 erscheinen wird. Einer der Bände hat „CSR und Social Media“ zum Gegenstand.

Das Themengebiet „CSR und Social Media“ umschreibt ein neuartiges Themengebiet, das sowohl Chancen für die CSR-Kommunikation bietet, aber auch ein sich dynamisch entwickelndes Spannungsfeld darstellt. Einerseits bieten soziale Netzwerke im Internet Unternehmen die Möglichkeit, in den Dialog mit ihren Stakeholdern über CSR-Aktivitäten zu treten und dadurch notwendige Beziehungen zu stärken. Andererseits wird der Social Media Kommunikationsraum von vielfältigen weiteren Akteuren genutzt, um Einfluss auf die Weiterentwicklung und Umsetzung von Nachhaltigkeitsthemen zu nehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## **Norbert: Gerüchte+Gerichte**

### **Gericht: Unser großes Sommermenu (III)**

(nsb) Unser Fischgang stützt sich auf Zander, den größten der Flussbarsche. Der bisweilen über einen Meter lange Raubfisch lebt wild in den Gewässern vom Rhein bis zum Ural; heute kommen viele Exemplare aber aus Zuchtfarmen in Spanien. Der elegante Schwimmer hat viele Namen – in Niederbayern nennt man ihn Schill, die Oberbayern, Österreicher und Ungarn kennen ihn als Fogosch. Der Zander erfreut sich zunehmender Beliebtheit in der gehobenen Küche, weil sein weißes, festes

Fleisch vielerlei Zubereitungsarten duldet und relativ grätenarm ist.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Autoren-Beiträge

### So geht New Business heute (Teil 3)



Ein Autorenbeitrag von Heiko Burack (Foto), Frankfurt am Main, [New Business Advice](#)

In den zwei kleinen Beiträgen zum Thema New Business habe ich bisher schlaglichtartig wichtige Optimierungsfelder dargestellt. In diesem letzten Teil zeige ich unterschiedliche Instrumente auf, die von Marketingentscheidern entweder empfohlen wurden oder von deren Einsatz abgeraten wird. Die wesentlichen Informationen habe ich über Gespräche mit eben diesen Entscheidern erhalten; sie sind auch in meinem letzten Buch „Die Werbepropheten und ihre dröhnenden Lautsprecher“ ausführlich beschrieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Klaus Eck bei W&V: Online-Chef ohne Social Media

Klaus Eck gilt als eine Social-Media-Instanz in Deutschland. Was kaum jemand weiß: 2000 bis 2001 war er Online-Ressortleiter von „W&V“. Ein Gespräch über digitale Gründerjahre, Lernprozesse und Redaktionskonzepte, die es heute zum Glück nicht mehr gibt. Der Text erschien im **Jubiläumsheft 50 Jahre W&V**.

*Klaus, du warst Ende der Neunzigerjahre Online-Chef von Werben & Verkaufen. Wie kann man*

*sich deinen damaligen Job vorstellen?*

Es ist gar nicht so einfach, sich das heute noch vorzustellen. Online-Kommunikation fand um die Jahrtausendwende in vielen Redaktionen nur per E-Mail statt. W&V machte da keine Ausnahme. Digitales Feedback gab es kaum, und es war auch nicht wirklich erwünscht. Wer hätte sich auch um das Community-Management kümmern sollen? Es gab damals in Deutschland keine relevanten Blogs und nur Web 1.0. Von Social Media keine Spur.

*Das Interview von Frank Zimmer am 11. Juni anlässlich 50 Jahre w&v hier online weiterlesen.*

## Bildung

### PR-Qualifizierung für Blinde und Sehbehinderte - ein Erfahrungsbericht von Anastasia Patsiarizis

Die Frankfurter Stiftung für Blinde und Sehbehinderte (FSBS) leistet wertvolle Arbeit. Sie eröffnet Sehbehinderten neue berufliche Chancen. Wie sehr Betroffene von den Qualifizierungsmaßnahmen der Stiftung profitieren können, zeigt das Beispiel von Anastasia Patsiarizis. Sie absolvierte bei der Stiftung eine zweijährige Maßnahme zur PR-Juniorberaterin, die kombiniert war mit der praktischen Ausbildung am Wohnort in Hameln bei der dortigen Marketing und Tourismus GmbH. Für das PR-Journal beschreibt Anastasia Patsiarizis, was die Ausbildung für sie bedeutet, wie den Ausbildungsplatz bekam und welche spannenden Projekte sie betreut.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## IK Heidelberg gewinnt Fleishman Hillard als Partner für den IK-Konzeptionspreis

Nach Grayling hat die Initiative Kommunikation Heidelberg erneut eine internationale PR-Agentur als Partner für die Vergabe des IK-Konzeptionspreises gewonnen: FleishmanHillard stellt aus dem eigenen Netzwerk eine Jury und sponsert die Preisgelder. Hanning Kempe, Vorsitzender der Geschäftsführung von FleishmanHillard, wird die Auszeichnung am 28. Juni im Rahmen des ersten IK-Fachdialogs in Heidelberg an die Verfasser der besten PR-Konzeptionen der PR-Weiterbildungen 2012/13 überreichen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Bildung compact (1) (24. KW-2013)

1. Die **complus Fernakademie für Kommunikationsberufe** 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. So sollen alle Teilnehmer fit für besondere Herausforderungen im Kommunikationsalltag gemacht werden. Als Referenten für die Coaching-Workshops konnte complus den Social-Media-Berater Kai Heddergott, die Fotografen Nicole und Ralf Obermann, den TV-Journalisten Martin Riebe und den Marketing-Manager Daniel Flasche gewinnen. Alle Informationen zu den Coaching-Workshops finden sich auf der [complus-Website](#).

## Studien

### Public Affairs-Umfrage von MSL Germany: Lobbyisten erwarten Große Koalition

Sie sind nah dran an der Politik und haben tiefe Einblicke, daher sind ihre Einschätzungen zur aktuellen politischen Situation und ihre Prognosen für die nächste Wahlperiode von besonderem Interesse – die Rede ist von den Public Affairs-Verantwortlichen. Sie wurden Ende April befragt. Die Ergebnisse überraschen durch starke Veränderungen im Vergleich zur Voruntersuchung vor zwei Jahren: So ist die Zufriedenheit mit der Arbeit der Bundesregierung unter Public Affairs-Verantwortlichen in Deutschland um mehr als 30 Prozentpunkte auf insgesamt 74 Prozent (66 % gut und 8 % sehr gut) deutlich gestiegen. Auch wenn es letztendlich nur knapp über 60 Antworten waren, die von 300 Befragten zurückkamen und ausgewertet werden konnten, so bietet die 12. Public Affairs-Umfrage der Kommunikationsberatung MSL Germany doch beachtenswerte Ergebnisse. Das gilt für die Prognosen zur Bildung der nächsten Regierungskoalition, das gilt auch im Hinblick auf die Bedeutung von Social Media in der politischen Kontaktpflege.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Untersuchung: Wenige DAX-CEOs halten verständliche Reden

Kurt Bock, CEO von BASF, verdrängt Telekomchef René Obermann auf Platz 2 – das ist der Fall, wenn es um die Frage geht, wer die verständlicheren Reden hält. Untersucht haben das Ganze Forscher der Universität Hohenheim. Sie haben die Vorstandsreden der Dax-30 CEOs auf den Jahreshauptversammlungen analysiert. Sie setzten eine Software und den „Fass Dich Kurz“-Index ein, um damit unter anderem den Abstraktheitsgrad, den

Fremdwort-Anteil und die Komplexität der Sätze in den Reden zu untersuchen. Heraus kam eine Verständlichkeitsskala von 0 (so verständlich wie eine Doktorarbeit) bis 10 (so verständlich wie Radio-Nachrichten). Danach drückt sich der BASF-Chef am verständlichsten aus. Er führt 2013 die Liste mit einem Wert von 7,4 an und hat damit die am besten verständliche Rede gehalten. Im Vergleich zum Vorjahreswert von 3,2 hat sich Bock damit erheblich verbessert und Obermann vom ersten Platz verdrängt. Telekom-CEO Obermann erzielte einen Verständlichkeitswert von 7,3 (Vorjahr: 7,2). Den dritten Platz belegte Peter Terium, Vorstandsvorsitzender der RWE, mit einem Wert von 6,9.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Studie: Mitarbeiter einbinden – sonst scheitern Veränderungsprozesse

Fünf Faktoren entscheiden über Erfolg oder Misserfolg von Veränderungsprojekten: Am wichtigsten ist die Beteiligung der Mitarbeiter, so das Ergebnis des aktuellen Change-Barometers der Mutaree GmbH, einem Beratungsunternehmen für Veränderungsmanagement in Hamburg. Die TOP 5 der Einflussfaktoren aus Sicht der Befragten stellen sich wie folgt dar: 1. Beteiligung der Mitarbeiter (72 Prozent), 2. Professionelles Projektmanagement (67 Prozent), 3. Übernahme von Verantwortung durch die Linie (61 Prozent) gepaart mit 4. Motivationskraft der Führungskräfte (60 Prozent) und 5. Konfliktfähigkeit der Führungskräfte (49 Prozent). Führungskräften, insbesondere denen der mittleren Ebene, kommt eine sehr entscheidende Bedeutung im Veränderungsprozess zu. Investitionen in die Veränderungsbereitschaft und in die Veränderungsfähigkeit des mittleren Managements sind in einem sich permanent wandelnden Arbeitsumfeld nicht mehr wegzudenken. Wer zukünftig Veränderungsprozesse erfolgreich gestalten will, muss die Menschen gewinnen. Die Ergebnisse basieren auf der Befragung von 280 Mitarbeitern aus

Unternehmen mit mindestens 1.000 Angestellten. Die Mutaree GmbH bietet an, Fragen zum Change-Barometer *per Mail* zu beantworten.

## Termine

### Termine compact (4) (24. KW-2013)

1. Unter dem Titel „#prcamp13“ findet vom 5. bis 7. Juli in Wien bei der Bene AG in Wien zum zweiten Mal ein Barcamp zum Thema **Public Relations und Unternehmenskommunikation** statt. Organisiert wird es von den Public Relations Newcomers Austria (prNa). Beim zweitägigen Barcamp haben PR-Interessierte die Möglichkeit, Know-how und Fragestellungen aus der Welt der PR aus verschiedenen Perspektiven zu beleuchten. Das Prinzip der Veranstaltung beruht auf Selbstorganisation, bei der die Teilnehmenden ihre eigenen Themen einbringen, ihr Wissen vermitteln und ihre persönlichen Erfahrungen untereinander austauschen. Es werden Teilnehmer aus Österreich, Deutschland und der Schweiz erwartet. Anmeldung und Tickets auf der Website [prcamp](#). Für den Erhalt der kostenfreien Tickets ist eine Registrierung auf der genannten [Website](#) nötig.
2. Nach dem Auftaktworkshop Ende Februar zum Thema Bewegtbildkommunikation bietet die **Landesgruppe Bayern der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG)** jetzt die vertiefende Folgeveranstaltung zum Thema **„Recht und Bewegtbild in der B2B-Kommunikation“**. Am **4. Juli** geht es von 12 bis 18 Uhr um die rechtlichen Einzelthemen. Die Leitfrage lautet: „Ist das richtige Bild auch das rechtlich richtige?“ Experte und Hauptreferent ist der Rechtsanwalt und langjährige Berater der DPRG, Rainer Rothe. Die Teilnehmer sind eingeladen, bereits im Vorfeld ihre Themenwünsche und Fragen *per Mail an Christina Kahlert* zu adressieren. Auch die verbindliche Anmeldung wird *per Mail an Christina Kahlert* erbeten. Das DPRG-Treffen findet bei der Auxilia Rechtsschutz-Versicherungs-AG, Uhlandstraße 8, in München statt.
3. **Deutsche Welle Global Media Forum in Bonn**: Teilnehmer aus mehr als 100 Ländern

diskutieren über „Die Zukunft des Wachstums – Wirtschaft, Werte und die Medien“. Auftakt zur sechsten Auflage der internationalen Medienkonferenz am 17. Juni ist ein Festakt aus Anlass des 60-jährigen Bestehens der Deutschen Welle. Staatsminister Bernd Neumann, Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien, hält die Festrede „60 Jahre Deutsche Welle – Die Zukunft des Auslandsrundfunks: Werte für eine globalisierte Welt“. Bundesaußenminister Guido Westerwelle hält am 18. Juni eine Keynote zu „Wachstum und Werte“. Das vollständige Programm des Medienkongresses findet sich auf der [Website der Deutschen Welle](#).

4. Am **25. Juni** öffnet die Villa Ida in Leipzig ihre Türen für den ersten **PR-Salon** im Sommersemester 2013. Der **LPRS begrüßt Ulrich Ott**, Pressesprecher und Leiter Öffentlichkeitsarbeit ING-DiBa, als Referenten. Sein Thema: Banken in Krisenzeiten: Kommunikation – ein gutes Investment? Wie viel sollte man in Kommunikation investieren, wenn man sich verspekuliert hat und was haben Dirk Nowitzki und eine Wurstscheibe damit zu tun? Diese und weitere Fragen wird Ott im moderierten Gespräch beantworten. Anmeldungen nimmt der LPRS bis zum 20. Juni *per Mail* an. Sollte die Zahl der Anmeldungen 20 überschreiten, muss das Los entscheiden, da nur 20 Plätze zur Verfügung stehen.

## Tipps

### Martina Schäfer: Wie Sie Ihre Pressearbeit erfolgreich gestalten

„Sei wirklich gut und bringe die Leute dazu, dies vehement weiterzutragen.“ So lautet das neue Businessmantra. Denn den vollmundigen Werbeversprechen der Anbieter glaubt bald niemand mehr. Neben persönlichen Empfehlungen aus dem eigenen Umfeld und Mundpropaganda im Web kommen auch die Medien als Multiplikatoren in Frage. Journalisten sind mächtige

Beeinflusser, im Negativen, ja, aber insbesondere auch im Positiven.

Also: Sie wollen bekannter werden oder einer breiten Öffentlichkeit Ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren? Sie wünschen sich Presseberichte über Ihr Unternehmen? Oder Sie wollen Aufmerksamkeit für ein besonderes Anliegen wie zum Beispiel ein Spendenprojekt? Um regelmäßig in den Medien zu erscheinen, braucht es eine gezielt aufgebaute und langfristig geplante Pressearbeit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Jobangebote

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

### GESUCHE

Die 12 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

### ANGEBOTE (51)

#### Volontariat/Trainee

Die 15 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Praktikum

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

#### Agenturen

- [Full Service PR-Agentur sucht PR-Junior-Berater/in, Köln](#)
- [\(Junior-\)PR-Berater \(m/w\), Berlin](#)
- [PR-Berater/in, Texter/in mit Schwerpunkt Automobiltechnik, Tübingen](#)
- [Juniorberater / Berater \(m/w\) mit Healthcare Erfahrung, Eltville](#)

- *Trainee PR Account Executive (m/w), Germering*
- *Online-Redakteur/in Bauportale, Kuppenheim*
- *Key Account/Director Manufacturing (m/w), Tübingen*
- *PR Account Manager (m/w), Hamburg*
- *PR-Berater bei document1 - auf an den Niederrhein!*
- *PR-Junior-Berater (m/w), Frankfurt am Main*
- *KOOB sucht Junior PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.*
- *PR Berater/in, Heidelberg*
- *Yamaoka PR sucht Junior Berater/-in für Lifestyle Kunden, Hamburg*
- *Projektmanager/in Public Relations, Mainz*
- *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*

#### Unternehmen

- *PR-Referent (m/w), Berlin*
- *Mitarbeiter (w/m) Öffentlichkeitsarbeit, Hettlingen*
- *Communications Expert (m/w) für die Region Europa, München bzw. Sulzbach/Ts*
- *Gruppenleiter (m/w) Kommunikationsstrategie in der Stabsstelle Unternehmenskommunikation, Eschborn*
- *Manager(in) Marketingkommunikation, Ludwigsburg*

#### Verbände (Non-Profit)

- *Leiterin / Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte*

- *Junior PR-Berater(in) / Medienkoordinator(in), Gerlingen*
- *Referent (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

\*\*\*\*\*

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 17. Juni 2013 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.079 Empfänger** versandt.

\*\*\*\*\*

#### Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[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"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); 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]pr-journal.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 (achelis[at]pr-journal.de); **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.**

**Marketing** - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

**Anschrift:**

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg  
 Telefon: 02241 2013060  
 Telefax: 02241 2013061  
 Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.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>;  
<http://www.pr-journal.de/newsletter/archiv.html> .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für **2012** wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

**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-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)