

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 387 / 25. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 387. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 51 Einzelmeldungen):

1. [Ellerbeck wechselt von Vodafone zu Tui](#)
2. [67 Löwen für deutsche Agenturen in Cannes](#)
3. [Tina Müller wechselt von Henkel zu Opel statt zu Beiersdorf](#)
4. [Schülerzeitung „Wooling“ aus Seifhennersdorf gewinnt „Spiegel“-Wettbewerb](#)
5. [Förderbank KfW strukturiert Konzernkommunikation um](#)
6. [Rühl wechselt vom „prmagazin“ zu Unicepta](#)
7. [Thüringens Regierungssprecher Zimmermann wechselt zu Unister - Hahn wird Nachfolger](#)
8. [Personalien compact - Sonstige \(13\) \(25. KW-2013\)](#)
9. [Personalien compact - Agenturen \(11\) \(25. KW-2013\)](#)
10. [Personalien compact - Unternehmen \(4\) \(25. KW-2013\)](#)
11. [Etats compact \(9\) \(25. KW-2013\)](#)
12. [Best of Corporate Publishing 2013](#)
13. [LobbyControl: Zu wenig Transparenz für Lobbyarbeit in Brüssel](#)
14. [Flying Eggs in Wien verliehen](#)
15. [Gratulation II: Cheil gewinnt in Cannes ...](#)
16. [Shortlist für Internationalen Deutschen PR-Preis 2013 steht](#)
17. [Gratulation: Ketchum Pleon gewinnt in Cannes...](#)
18. [Branche compact \(4\) \(25. KW-2013\)](#)
19. [Spiegel klar vor Focus und Stern in der Leseranalyse](#)
20. [„You and me“ gewinnt erneut Preis für Mitarbeitermagazine](#)
21. [Medienresonanzanalyse: Berichterstattung über Google Glass weitet sich aus](#)
22. [Konzentration im Reiseverlagsgeschäft](#)
23. [Medien compact \(2\) \(25. KW-2013\)](#)
24. [The Bobs: Deutsche Welle zeichnet internationale Online-Aktivisten aus](#)
25. [Cornelia Wüst: Wie Reputation Werte schafft](#)
26. [Social Media Knigge: Reputation auf die feine Art](#)
27. [Compliance Awards erstmals vergeben](#)
28. [PR-Interview Nr. 93. Katja Nagel: Insolvenz begleitende PR ist Krisen-PR in extremer Ausprägung](#)
29. [Respekt, Herr Steinbrecher!](#)
30. [Schebens Kolumne Salz: Vorbei an Kukis und Mikis](#)
31. [Gericht: Unser großes Sommermenu \(IV\)](#)
32. [Abschied vom Champagner-Image](#)
33. [ABB-Kommunikationschefin Clarissa Haller über den Wandel der Kommunikationsarbeit](#)
34. [Neues Kompaktstudium der Quadriga Hochschule zu Politikmanagement und Public Affairs](#)
35. [Depak veröffentlicht E-Learning- und Studienprogramm 2013/14](#)
36. [Samsung und Apple genießen hohes Ansehen bei Verbrauchern](#)
37. [Studie zu Lobbyismus von Burson-Marsteller](#)
38. [Schreibkultur für Unternehmen](#)
39. [Termine compact \(7\) \(25. KW-2013\)](#)
40. [BdP veröffentlicht Publikation mit neuen Aufgabenprofilen für Kommunikationsmanager](#)
41. [Tipps compact \(1\) \(25. KW-2013\)](#)
42. [Jobbörse](#)
43. [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

Ellerbeck wechselt von Vodafone zu Tui

Thomas Ellerbeck (46), Geschäftsführer Konzernkommunikation, Politik, Regulierung und Stiftungen, verlässt zum 30. Juni Vodafone Deutschland, Düsseldorf und wechselt zum 1. Juli ins Management der Tui AG nach Hannover. Wie Brancheninsider seit einiger Zeit vermuteten, folgt er damit seinem früheren Chef Fritz Jousen, der seit Februar die Geschäfte des Touristikonzerns leitet. Jousen und Ellerbeck arbeiteten schon seit einigen Jahren zusammen. Jousen hatte Ellerbeck im Jahr 2006

von der Lufthansa zu Vodafone gelotst.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

67 Löwen für deutsche Agenturen in Cannes

Die deutsche Bilanz nach dem 60. Werbefilmfestival in Cannes kann sich sehen lassen. In 16 verschiedenen Kategorien gewannen deutsche Agenturen insgesamt 67 Löwen inklusive eines Grand Prix for Good. Zuvor hatten es 140 Einreichungen von insgesamt 1.994 deutschen Beiträgen auf die jeweiligen Shortlists geschafft. Rein rechnerisch hat somit beinahe jeder zweite deutsche Wettbewerbsbeitrag, der in die Endauswahl kam, einen Löwen gewonnen. Im Vergleich zu den Vorjahren ging die Zahl der gewonnenen Löwen jedoch leicht zurück. 2012 war es 85 Löwen, 2011 derer 79. Allerdings hatten 2013 Scholz & Friends sowie Jung von Matt nicht eingereicht - die 2012 zusammen 20 Löwen mit nach Hause nahmen.

In der PR-Kategorie war das Gegenteil der Fall. Hier konnten die deutschen Vertreter zwölf Löwen mit nach Hause nehmen, acht mehr als im Vorjahr. Mirko Kaminski, achtung!, war 2013 deutscher Vertreter in der internationalen Jury. Bei den PR-Nationen belegt Deutschland gemeinsam mit Großbritannien den ersten Platz in der Wertung. Die großen Gewinner waren hier BBDO mit der PR-Tochter Ketchum Pleon (1 x Gold, 2 x Bronze) ([wir berichteten](#)), die deutsche Dependance von Saatchi & Saatchi (3 x Silber), Ogilvy Berlin (2 x Silber) sowie die Agenturen Cheil Germany (Schwalbach) und PP Agenda (Frankfurt) (3 x Bronze). ([Wie berichteten.](#))

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tina Müller wechselt von Henkel zu Opel statt zu Beiersdorf

Die ehemalige Henkel-Managerin Tina Müller rückt voraussichtlich in den Opel-Vorstand ein.



Wie das „manager magazin online“ am 20. Juni berichtet, soll sie als Chief Marketing Officer das Image des Autobauers in Rüsselsheim aufpolieren. Mit ihrem Wechsel zu Opel beendet Müller eine Dauerfehde mit ihrem Ex-Arbeitgeber, der einen Wechsel zu Beiersdorf blockiert hatte. Als Mitglied des Opel-Vorstands soll Müller die weltweite Vermarktung von Opel, Vauxhall (Großbritannien) und Buick (vor allem China) verantworten. Schon für die Aufsichtsratssitzung am 26. Juni soll die Personalie auf der Tagesordnung stehen. Weiterlesen bei [„manager magazin online“](#).

Schülerzeitung „Wooling“ aus Seiffhennersdorf gewinnt „Spiegel“-Wettbewerb

Die beste Schülerzeitung 2013 kommt aus Sachsen: Die Redaktion der „Wooling“ aus Seiffhennersdorf gewann in mehreren Kategorien beim „Spiegel“-Schülerzeitungspreis. Den Gesamtsieg holte das Magazin denkbar knapp. Das Magazin „Wooling“ vom Oberland-Gymnasium im sächsischen Seiffhennersdorf ist zur besten Schülerzeitung Deutschlands gekürt worden. Mit Top-Platzierungen in mehreren Kategorien konnten sich die jungen Zeitungsmacher hauchdünn gegen den Vorjahressieger „Innfloh“ durchsetzen. Die Preisverleihung fand am 17. Juni im „Spiegel“-Haus in Hamburg statt. Martin Doerry, stellvertretender Chefredakteur des „Spiegel“, überreichte der Re-

daktion den begehrten Preis. Weiterlesen auf „Spiegel-online.de“

Personalien

Förderbank KfW strukturiert Konzernkommunikation um

Armin Kloß ist neuer Leiter der Konzernkommunikation der Kreditanstalt für Wiederaufbau, KfW, in Frankfurt am Main. Kloß war zuvor neun Jahre für die WestLB tätig, wo er die externe Kommunikation verantwortete und zuletzt stellvertretender Leiter der WestLB Kommunikation war. Kloß berichtet bei der KfW an Kommunikationschef Michael Helbig (41). Im Zuge der Umstrukturierung der Kommunikationsabteilung der Förderbank ist somit zusätzlich zur Pressestelle eine cross-mediale Zentralredaktion entstanden, in der alle redaktionellen Aktivitäten der KfW gebündelt wurden. Dazu zählen die Interne Kommunikation, die Bild- und Onlineredaktion, zentrale Social-Media-Aktivitäten sowie Print-Produkte und audiovisuelle Medien. Ziel ist es, Inhalte nur einmal zu entwickeln und über ein Multi-Channel-System intern und extern zu verbreiten. Neu im Team der KfW Konzernkommunikation ist auch Bernd Salzmann (52), der zuvor der Wirtschaftsredaktion der „Frankfurter Rundschau“ angehörte.

Rühl wechselt vom „prmagazin“ zu Unicepta

Wolf-Dieter Rühl (35), zuletzt geschäftsführender Redakteur im Verlag Rommerskirchen, wechselt zum 1. Oktober als Senior Consultant zu Unicepta nach Köln. Die Unicepta Medienanalyse GmbH, nach eigenen Angaben eines der europaweit führenden Dienstleistungsunternehmen für Medienbeobachtung, Medienanalyse, Social

komm.passion



Media Monitoring und strategische Kommunikationsberatung, will damit ihr Kompetenz- und Beratungsprofil erweitern. Rühl stieß im Frühjahr 2004 zur Redaktion des „prmagazins“. Seit 2007 steuerte er als geschäftsführender Redakteur über die redaktionelle Tätigkeit hinaus beispielsweise den Auf- und Ausbau der PR-Veranstaltungsreihe „K2“. Deren Schwerpunkte lagen auf Einzelfragen der professionellen Kommunikation, beispielsweise der Krisen- oder Online-Kommunikation. Vor der Aufnahme seiner Tätigkeit für das „prmagazin“ schloss Rühl sein Magister-Studium an der Universität Köln erfolgreich ab. Seine Studienfächer waren Politikwissenschaften, Geschichte und Germanistik.

Thüringens Regierungssprecher Zimmermann wechselt zu Unister - Hahn wird Nachfolger

Peter Zimmermann (38), Thüringens Regierungssprecher, soll nach der Sommerpause zur Leipziger Internet-Firma Unister wechseln. Nachfolger Zimmermanns wird Karl-Eckhard Hahn (53), der das Amt des Regierungssprechers in Thüringen am 1. Juli übernehmen wird. Zuletzt war er seit neun Jahren Pressesprecher der CDU-Fraktion im Thüringer Landtag. Nach Informationen der „Thüringer Allgemeinen“ soll Zimmermann bei Unister Vorsitzender der Geschäftsführung werden. Das Unternehmen hat knapp 2000 Beschäftigten und einem geschätzten Umsatz von einer Milliarde Euro. Zimmermann war 2007 zum sächsischen Regierungssprecher berufen worden. 2009 ernannte ihn Ministerpräsidentin Christine Lieberknecht (CDU) zu ihrem Sprecher im Rang eines Staatssekretärs. Das Unternehmen Unister hat sich binnen eines Jahrzehnts aus einer Studentenfirma zu einem der

größten deutschen Betreiber von Reiseportalen im Netz entwickelt. So ist das Unternehmen für ab-in-den-urlaub.de oder fluege.de verantwortlich. Allerdings produzierte Unister zuletzt auch negative Nachrichten: Gegen mehrere Manager wird unter anderem wegen des Verdachts der Steuerhinterziehung ermittelt. (Quelle: „thueringer-allgemeinde.de“)

Personalien compact - Sonstige (13) (25. KW-2013)

1. **Monika Zobel** (31) und **Jeanette Hoffmann** (32) verstärken seit dem 1. Juni und seit dem 1. April den Hamburger Verlags- und Publikations-Dienstleister tredition. Zobel ist für die Betreuung von Autoren und die Publikation von Titeln im Buchmarkt verantwortlich. Zuvor war sie Lektorin bei der Literaturzeitschrift „Poetry International“ tätig. Hoffmann ist für das neue Magazin „indition“ verantwortlich, das tredition seit diesem Jahr quartalsweise publiziert.
2. **Kathrin Schweder** (44) wird zum 1. Juli Pressesprecherin für die Marken Bosch, Siemens, Neff und Constructa bei der BSH Hausgeräte GmbH Österreich in Wien. **Thomas Ossmann**, der die Pressearbeit interimsmäßig seit November von **Marlies Faulmann** übernommen hatte, wird sich wieder verstärkt seiner Funktion als Marketingleiter der BSH Hausgeräte GmbH widmen. Nachfolgerin von Schweder als Brand- und Produktmanagerin der Consumer Products wird **Jacqueline Promreiter** (30). Sie war zuletzt bei der Nestlé Schöller Lebensmittel GmbH im Bereich Produkt- und Channelmanagement tätig.
3. **Thomas Müller** ist seit dem 15. Juni für die Unternehmenskommunikation bei eco – Verband der deutschen Internetwirtschaft e. V. in Köln verantwortlich. Müller hat Kommunikations- und Medienwissenschaften studiert und verfügt sowohl über PR-Erfahrung als auch über Branchenkenntnisse in der Informations- und Telekommunikations-Industrie. Müller war unter anderem Pressesprecher der TelDaFax Holding AG und zuletzt als Director PR & Marketing bei



- der Adcloud GmbH, einem Tochterunternehmen von Deutsche Post DHL, tätig.
4. **Stephanie Beer** (39) verstärkt seit Juni die Kommunikationsabteilung der Vereinigung der Unternehmensverbände in Berlin und Brandenburg e.V. (UVB). Sie ist dort Pressereferentin und unter anderem für Online-Kommunikation und Verbandsmedien zuständig. Die Diplom-Kommunikationswirtin berichtet an Abteilungsleiter und Pressesprecher Frank Hufnagel. Zuvor war Beer Leiterin Unternehmenskommunikation und Unternehmenssprecherin beim Spezialversicherungsanbieter Assona.
5. **Katharina Semmler** (33) arbeitet seit dem 1. Juni als Pressesprecherin bei der Studienstiftung des deutschen Volkes. Sie wurde Nachfolgerin von **Anke Dörner**, die die Leitung des Max Weber-Programms des Freistaats Bayern zur Hochbegabtenförderung übernommen hat. Semmler ist bereits seit 2010 als Referentin bei der Studienstiftung beschäftigt. In ihrer neuen Funktion berichtet sie an Generalsekretärin **Annette Julius**. Zuvor war Semmler von 2008 bis 2010 als Leiterin Kommunikation und Fundraising beim Evangelischen Studienwerk Villigst.
6. **Melanie Sack** (43) wird als Nachfolgerin von **Petra Wiedefeldt** ab dem 1. Juli neue Leiterin Öffentlichkeitsarbeit beim Institut der Wirtschaftsprüfer in Deutschland (IDW), Düsseldorf. Vorgängerin Wiedefeldt wechselt in den Ruhestand. Sack, die bereits seit 2012 IDW Mitarbeiterin im Bereich Öffentlichkeitsarbeit ist, berichtet an den Sprecher des geschäftsführenden Vorstands **Klaus-Peter Naumann**.
7. **Melina Meyer** (25) arbeitet seit dem 1. Juni als Referentin Unternehmenskommunikation und Sachgebietsleiterin bei der europäischen Han-

delskooperation EK/servicegroup in Bielefeld. Die Stelle wurde neu geschaffen. Meyer war bei EK/servicegroup bereits seit 2009 als Referentin für Messen und Veranstaltungen zuständig.

8. **Wolfgang Klauke** (41) ist seit dem 1. Juni Pressesprecher der Neuinszenierung von „Afrika! Afrika!“ bei der Afrika! Zirkus- und Veranstaltungs-GmbH & Co. KG in Mannheim. Das Unternehmen wurde neu gegründet. Zuletzt war er seit 2011 bei Egentic Manager Corporate Communications und zuvor bei Fitness First Germany Leiter Kommunikation und Pressesprecher.
9. **Thomas Lüthi** (52) leitet ab dem 1. September die Kommunikation beim Verband Schweizerischer Kantonalbanken (VSKB) in Basel. Als Mitglied der Geschäftsleitung wird er verantwortlich sein für die Bereiche Kommunikation, Public Relations, Medien und Social Media. Zuletzt war er Leiter des Ressorts Politik bei der „Basler Zeitung“.
10. **Thomas Briefs** (47) ist seit dem 1. Juni neuer Sprecher der Stadt Baunatal. Er folgt auf **Roger Lutzi**, der den Fachbereich Lenkung, Allgemeine Verwaltung und Bürgerservice übernommen hat und gleichzeitig stellvertretender Pressesprecher ist. Briefs, der schon seit 1992 bei der Stadt Baunatal ist, berichtet an Bürgermeister **Manfred Schaub** und Erste Stadträtin **Silke Engler**.
11. **Guido Breunung**, Geschäftsführer der Videoproduktionsagentur domstadt.tv, übernimmt die Stelle des Pressesprechers für den CTVA - Corporate TV & Video Association e.V., München. Breunung hat Erfahrung im Bereich Öffentlichkeitsarbeit durch seine frühere Tätigkeit als Pressereferent des BJU Nordrhein. Der CTVA verfügt durch seine Mitglieder über einen breiten Fundus an fundierten wissenschaftlichen Studien und anderen praxisnahen Publikationen, so dass er mit Breunung als Pressesprecher eine solide Anlaufstelle für journalistische Recherchen sein möchte.
12. **Bianca Veth** (36) leitet ab sofort die Presse und Öffentlichkeitsarbeit für KMS Team und KMS Blackspace in München, nach eigenen Angaben Deutschlands größte inhabergeführte Markenagentur-Gruppe mit 120 Mitarbeitern. Davor verantwortete sie die PR des Pay-TV Senders FOX International Channels für die Region DACH und war als Pressereferentin bei der Swatch Group

A&B One

Deutschland für die Uhrenmarke Omega tätig. Mehrjährige Agenturerfahrung sammelte sie bei der internationalen PR-Agentur F&H Porter Novelli, wo sie für Eigen-PR und verschiedene internationale Kunden zuständig war.

13. **Marianne Binder**, Kommunikationschefin und Mediensprecherin der Christlichdemokratischen Volkspartei in der Schweiz (CVP), will in die Politik wechseln. Sie gibt deshalb ihr Amt im Herbst ab. Im vergangenen Herbst wurde sie im Kanton Aargau in den Großen Rat gewählt. Binder ist Mitglied der Parteileitung der CVP Aargau. Sie setzte sich unter anderem für CVP-Familieninitiativen ein und führte das zweisprachige Magazin „Die Politik/La Politique“ als Chefredakteurin.

Personalien compact - Agenturen (11) (25. KW-2013)

1. **Roya Piontek** und **Nicole Thesen** verstärken ab sofort die Kölner Corporate Media-Dienstleister Zimmermann Editorial, eine Ausgründung der Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors. Piontek wechselt von der Kölner Agentur Public Affairs zum Team von Zimmermann Editorial. Zuvor arbeitete sie unter anderem für Media Consulta und den Helmut Lingen Verlag. Thesen bringt aus früheren Funktionen unter anderem bei Luna Media, dem Junior Verlag und der BBDO Deutschland Erfahrungen aus PR und Redaktion mit.
2. **Oliver Poppelbaum** (47) wechselt als Managing Director Digital Europe von der ECE flatmedia GmbH zu Havas Worldwide, Düsseldorf. In seiner Funktion wird Oliver Poppelbaum ab Mitte Juli für den Ausbau des Neugeschäfts und der Digital- und CRM-Kompetenz der einzelnen Agenturbüros in Europa verantwortlich sein. Bei ECE flatmedia, wo er Gründer und Geschäftsführer war, wird Poppelbaum weiterhin einen Sitz im Beirat haben.
3. **Rüdiger Jürgensen** (48) ist neuer Senior-Berater bei Stroomer PR in Hamburg. Jürgensen

sen, der zuletzt in San Francisco, USA, gearbeitet hat, verfügt über internationale Kommunikationserfahrungen aus den USA und Europa. Bei Stroomer PR soll er daher vor allem den Bereich International Communications ausbauen. Die Agentur beschäftigt an den Standorten Hamburg und Berlin 26 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

4. **Matthias Kuratli**, Leiter Kommunikation der Coop-Handelskette in der Region Bern, verlässt das Unternehmen Ende September, um sich selbständig zu machen. Bei Coop umfassten seine Aufgaben PR, Sponsoring, Werbung, Dekoration und Events. Im Oktober will er mit der von ihm neu gegründeten Agentur Gecko Communication AG starten. Mit ihm an Bord sind noch zwei weitere Partner, die aus der Kommunikationsbranche kommen. Ihre Namen werden erst zu einem späteren Zeitpunkt bekannt gegeben.
5. **Hansruedi Huber** ist seit Anfang Juni Geschäftsführer der neu gegründeten Brandpulse CorpCom AG in Zürich. Das neue Unternehmen ist ein Ableger der Züricher Agentur für Markenstrategie und Markenkonzeption, Brandpulse AG, die somit ihr Angebot um Corporate Communications Leistungen erweitert. Das Team besteht aus fünf bis sechs Beraterinnen und – im Brandpulse-Verbund - 28 Marken-/Kommunikationsberatern und Designern.
6. **Katja Niemeyer**, Partnerin und Leiterin der Bonner Niederlassung der Konstruktiv PR Beratungsgesellschaft mbH, ist neu in den Vorstand der Deutsch-Französischen Gesellschaft Bonn und Rhein-Sieg e.V. (DFG) gewählt worden. Ziel der DFG ist es, Interesse für die französische Kultur, Politik und Gesellschaft zu wecken und zu fördern sowie Franzosen und Deutsche zusammen zu bringen. Niemeyer verantwortete zuvor die Kommunikation einer Unternehmensberatung und betreut in erster Linie Dienstleistungsunternehmen.
7. **Tobias Vorberg** (43) leitet seit dem 1. Juni den IT-Bereich der Weischer.Mediengruppe Hamburg. Er wurde Nachfolger von **Anke Weber**, die das Prozessmanagement übernommen hat. Vorberg war in den vergangenen 16 Jahren in verschiedenen leitenden IT-Funktionen für den Germanischen Lloyd tätig. Bei der Weischer.Mediengruppe soll sich Vorberg jetzt vor allem um Themen wie digitale Außenwerbung und Digitalisierung

Wieder Marmeladentag?

Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.

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

- im Kino kümmern, um für die Agentur marktgerechte Tools und Systeme zu entwickeln und auszubauen.
8. **Diego Oppenheim** ist neuer Senior Berater der Agentur Open Up AG für Kommunikation und PR in Zürich. Eingesetzt wird er dort vor allem in der Kommunikationsberatung, der Medienarbeit und im Corporate Publishing. Oppenheim kommt von der Agentur Paroli AG, wo er zuletzt als PR-Berater arbeitete und Mitglied des Executive Boards war. Zuvor war er Mitarbeiter der Unternehmens- und Marketingkommunikation von SR Technics.
 9. **Anja Straub** (42) verstärkt das Business Development Team der Stuttgarter Niederlassung der Berliner Agentur für Kommunikation CB.e Clausecker / Bingel AG. Sie wird die Kundenbetreuung und Erschließung neuer Kundensegmente übernehmen. Zuletzt war Straub bei dem internationalen Unternehmensdienstleister HRG Germany tätig. Zuvor arbeitete sie in klassischen Live Kommunikationsagenturen wie kogag, Solingen, und face to face, Köln. Sie berichtet direkt an den CB.e Vorstand **Gunnar Kavermann**.
 10. **Carina Jürgens** ist neue Mitarbeiterin der Hamburger Kommunikationsagentur Laub & Partner. Als Junior-Beraterin verstärkt sie die Healthcare-Unit um Teamleiterin **Marie-**

Therese Kron. Jürgens unterstützt ab sofort die Kommunikationsarbeit für den Agenturkunden Johnson & Johnson Vision Care Deutschland. Außerdem ist sie als Pressesprecherin für Kronoton, ein Hamburger Start-up-Unternehmen im Bereich Hightech-Audiotechnologien, zuständig. Jürgens ist Marketing-Kommunikationswirtin und bringt bereits Erfahrung aus dem Medizinbereich mit.

11. **Christian Strunz** (34), bisher geschäftsführender Gesellschafter bei der Donner & Doria Werbeagentur GmbH in Mannheim, verlässt die Agentur nach achtjähriger Zugehörigkeit. Gemeinsam mit **Dirk Breunich** hatte er Donner & Doria zu einer Agenturgruppe in der Metropolregion Rhein-Neckar aufgebaut. Strunz wird die Agentur zum Jahresende 2013 auf eigenen Wunsch verlassen. Er strebt außerhalb des Agenturgeschäfts eine neue berufliche Herausforderung im Rhein-Neckar-Raum an. Alleinigere Geschäftsführer ist dann Breunich.

Personalien compact - Unternehmen (4) (25. KW-2013)

1. **Kristine Adams** (45) verstärkt seit Mitte Mai als Senior Managerin den Zentralbereich Corporate Communications beim internationalen Technologie-Konzern Voith in Heidenheim. Adams kam vom Süßgebäckhersteller Bahlsen, bei dem sie seit 2008 die interne und externe Konzernkommunikation verantwortete und zuvor als Managerin für PR & Events arbeitete. In ihrer neuen Funktion ist Adams für die strategische Weiterentwicklung der internen Konzernkommunikation verantwortlich. Sie berichtet an **Markus Woehl**, Head of Press Relations and Internal Communications.
2. **Raphael Neuner** (34) ist bei der Metro Group, Düsseldorf, ab dem 1. Juli im Bereich Politik und Außenbeziehungen Deutschland & EU (Corporate Public Policy) zuständig für Politik-Themen. In der neu zugeschnittenen Aufgabe ist er gleichzeitig stellvertretender Leiter des Berliner Konzernbüros. Zuletzt war er jeweils für rund ein Jahr Associate Director bei Hering Schuppener, Senior Consultant bei Ketchum Pleon und Referent bei der Ständigen Vertretung



- der Bundesrepublik Deutschland bei der EU in Brüssel.
3. **Ingo Schümmer** (33) ist neuer Testwagenkoordinator im Presseteam von Mazda Deutschland in Leverkusen. Er wird Nachfolger von **Helena Katzmann**, die nach mehr als vierjährigen Tätigkeit für den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nun in die ebenfalls am Standort Leverkusen-Hitdorf ansässige Presseabteilung von Mazda Motor Europe wechselt. Schümmer kommt von der Agentur Knut Briel in Köln. In der neuen Funktion bei Mazda ist Schümmer auch Ansprechpartner für Journalisten- und VIP-Verkäufe.
4. **Thomas Mendes** ist neuer Leiter Kommunikation, PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher bei der Logocos Naturkosmetik AG, Salzhemmendorf. Er ist zuständig für die gesamte Steuerung der Presseaktivitäten des Unternehmens und der Marken Logona, Sante, Heliotrop und Fitne. Er steht in direkter Berichtslinie zum geschäftsführenden Vorstand **Ulrich Grieshaber**. Mendes verantwortete zuvor sechs Jahre die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Börlind in Calw.

Etats

Etats compact (9) (25. KW-2013)

1. Zürich Film Festival
was: Kooperationspartnerschaft und Kinovermarktung
an: **WerbeWeischer Schweiz GmbH**, Hamburg
2. Wizcraft International Entertainment, Neu-Dehli
was: Pressearbeit, Sales Support und BtB-Kommunikation für "Kingdom of Dreams" in DACH
an: **BZ.Comm**, Frankfurt am Main
3. Fruchtesig-Hersteller Fruchtwerker GmbH, Groß Disnack (Nähe Lübeck)
was: Kommunikationsmaßnahmen, Blogger Relations
an: **Wake up Communications**, Düsseldorf
4. Matrix42, Anbieter für Workplace Management Lösungen, Neu-Isenburg
was: Leadagentur für PR-, Marketing- und Kommunikationsaktivitäten
an: **C-Matrix Communications AG**, Zürich
5. HiFi-Anbieter Cambridge Audio, London
was: PR, Medienarbeit, Social Media
an: **Schwartz Public Relations**, München
6. Franke Washroom Systems AG, Aarburg (Schweiz)
was: Presse- und Medienarbeit, Marketingkommunikation
an: **Kommunikationsagentur pr-kfs, Karl F. Schneider AG**, Schlieren (Nähe Zürich)
7. Marketingtechnologie-Anbieter Silverpop, London
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Schwerpunkt strategische Kommunikation
an: **Kommunikationsagentur Maisberger GmbH**, München
8. Klinikgruppe Medical One, Essen
was: PR, Medienarbeit für TV, Print und Hörfunk, Social Media
an: **wildcard Gruppe, PR- und Kommunikationsagentur**, Krefeld
9. ASAG Auto-Service AG, Basel
was: Marketing, Kommunikation, Corporate Publishing
an: **WS Kommunikation**, Therwil (Schweiz)



Branche

Best of Corporate Publishing 2013

Die Corporate Publishing Preise 2013 sind vergeben. Im Rahmen der feierlichen Gala im Reeperbahn-Theater Schmidts TIVOLI auf St. Pauli wurden am 18. Juni die 45 begehrten Gold-Trophäen verliehen. Durch das Programm führte TV-Moderatorin Judith Rakers. Sie präsentierte die Ergebnisse der Jury, die aus über 670 Einreichungen auswählen musste. Der CP-Preis ist damit der größte Wettbewerb seiner Art in Europa. Der abendlichen Preisverleihung ging tagsüber der Kongress mit dem Thema „Content & Performance - Wie Inhalte wirken!“ voraus. Zahlreiche internationale Gäste und Referenten besuchten im kombinierten Sponsoren- und Cateringbereich die Stände der Partner. Alle nominierten Publikationen, Goldpreisträger sowie Fotos vom Kongress und der Preisverleihung gibt es auf der [BCP-Website](#).

LobbyControl: Zu wenig Transparenz für Lobbyarbeit in Brüssel

LobbyControl, die Initiative für Transparenz und Demokratie e.V. mit Sitz in Köln, mahnt wieder einmal mehr Transparenz für den Bereich der politischen und wirtschaftlichen Interessenvertretung in Brüssel an. Pünktlich zum zweiten Geburtstag des EU-Transparenzregisters am 22. Juni veröffentlicht LobbyControl eine wenig schmeichelhafte Bilanz für die Akteure. Demnach funktioniere das Freiwilligkeitsprinzip für Einträge nicht. Noch immer hätten sich mehr als 100 große Unternehmen, die Lobbyarbeit in Brüssel betreiben, nicht eingetragen, heißt es in einem Beitrag von Nina Katzemich auf der LobbyControl Website. Dazu zählten große Unternehmen wie Goldman Sachs, SAP, Apple oder Amazon, aber auch Lobbyberatungen wie Eutop International oder Ketchum. Aus Sicht von LobbyControl ist auch das Fehlen der Agentur European Communications (mit Büros in München und Brüssel) auffällig. Sie gehört Ingo Friedrich, einem früheren Mitglied des Europäischen Parlaments und Berichterstatter für den Bericht des Europäischen Parlaments zur Europäischen Transparenzinitiative 2008.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Flying Eggs in Wien verliehen

Am 18. Juni fand in Wien das Praxisforum Strategiekommunikation mit anschließender Verleihung des European Change Communications Award 2013 statt. 60 Unternehmer und Experten der Kommunikationsszene nahmen teil. Bevor die Gewinner der begehrten „Flying Eggs“ bekannt gegeben wurden, gab es während des Praxisforums spannende Einblicke in die Themen Strategiekommunikation, Mitarbeiterkommunikation sowie Service-Branding. Die Referenten lieferten Insiderwissen aus ihrer eigenen unternehmerischen Tätigkeit. Dann der Höhepunkt: in sieben Kategorien wurden die Gewinner des Eu-



ropean Change Communications Award 2013 gekürt. Aus deutscher Sicht besonders erfreulich: verschiedene Agenturen und Unternehmen aus Deutschland gehörten zu den Gewinnern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gratulation II: Cheil gewinnt in Cannes ...

... den Gold-Lion für die United-Nations-Kampagne gegen Zwangsheirat. Die Schwalbacher Agentur gewann den Gold-Löwen in der Kategorie Mobile. Gemeinsam mit der Agentur PP:Agenda GmbH aus Frankfurt am Main nahm Cheil für die Kampagne insgesamt sechs Löwen entgegen: einmal den goldenen – wie bereits erwähnt – und einmal den silbernen in der Kategorie Mobile, einmal den bronzenen in der Kategorie Media und wie gestern berichtet dreimal den bronzenen in der Kategorie PR. Damit ist der kreative Einsatz gegen Zwangsheirat eine der meist prämierten Kampagnen in Cannes.

Shortlist für Internationalen Deutschen PR-Preis 2013 steht

Die 40-köpfige Jury mit Führungskräften aus Kommunikationswirtschaft, Wissenschaft und Verbänden hat in einem mehrstufigen Abstimmungsverfahren insgesamt 50 Finalisten für den Internationalen Deutschen PR-Preis 2013 benannt. Mit 342 Einreichungen wurde das Niveau des letzten Jahres wieder erreicht. Die meisten Einreichungen gab es in den Kategorien Online-Kommunikation und Social Media, Corporate Media (Publikationen,

Filme, TV) sowie Inszenierung und Live-Kommunikation. Die DAX-Unternehmen haben sich mit 66 Kampagnen beteiligt. Die Preisverleihung findet am 25. Oktober in Wiesbaden statt. Rund 500 PR-Experten und Führungskräfte werden zur Preisverleihung erwartet. Das Programm für die Gala erscheint im Juli. Anmeldungen werden bereits jetzt auf der [Website des PR-Preises](#) angenommen. Zur Shortlist geht es unter diesem [Link](#).

Gratulation: Ketchum Pleon gewinnt in Cannes...

...einen Goldenen und zwei Bronzene PR-Löwen. PRJ gratuliert! Gold und Bronze gab es für die gemeinsame Einreichung von Ketchum Pleon Berlin und BBDO "Tree Concert" (in den Kategorien Charity and not for Profit, Environmental PR und Best Use of Live Events des Kunden Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), Berlin. KP-CEO Dirk Popp twitterte: " Super-proud: Gold for 'Tree Concert' in the categorie PR." Und: "Blown away by this win! Lions tamed by #KetchumPleon. We've won gold and bronze". Und Petra Sammer twitterte direkt aus Cannes: "PR is coming home. Cannes PR Lion is back in PR. #KetchumPR wins 3 Lions for Tree Concert". Weitere PR-Löwen gingen an McCann Australia für "Dumb ways to die" (Grand Prix); Ogilvy & Mather PR, Paris für Google+ (Gold Lion) und Havas Worldwide Australien (Bronze Lion). Zum Jubiläumsjahr des Cannes Festivals schafften deutsche Agenturen in der PR-Sparte einen doppelten Rekord: Zwölf Löwen sind nicht nur satte acht mehr als im Vorjahr, sie katapultieren Deutschland auch gemeinsam mit Großbritannien an die Spitze der PR-Nationen 2013. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (25. KW-2013)

1. Der **Münchener Condé Nast Verlag** will sein **Corporate Publishing-Geschäft** weiter ausbauen und gründete dazu die Geschäfts-Unit Condé Nast Manufaktur. Die Leitung wurde dem Geschäftsführertandem Doris Huber und Wolfgang Sander übertragen. Das Leistungsspektrum der neuen Unit reicht von Konzept- und Projektentwicklung über Redaktion und Produktion für alle Mediengattungen bis hin zu Vertrieb und SEO- und Social Media-Beratung. Mit Condé Nast Manufaktur werden erstmals alle CP-Aktivitäten des Verlages zentral gebündelt.
2. Nach einem Bericht in „[horizont.net](#)“ hat der südkoreanische Elektronikkonzern **Samsung** einen **weltweiten PR-Pitch** begonnen. Zum einen handelt es sich dabei um einen globalen PR-Etat in der Größenordnung von 550 Millionen Dollar. Zum anderen will der Smartphone-Hersteller seinen gesamten Produktbereich für Mobiltelefone, TV-Geräte, Tablet-Computer, Kameras und Laptops weltweit wohl unter einer Unit zusammenführen. Weiterlesen auf [„horizont.net“](#).
3. Zum Marktstart der „**Huffington Post**“ in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterstützt die Münchner **Agentur cocodibu** das Unternehmen als **externe Pressestelle** und ist damit Kontaktadresse für alle Medienanfragen. Die Presse-Ansprechpartner Vanessa Bouwman und Christian Faltin sind telefonisch unter 089-4613346-15 oder -11 sowie unter der E-Mail Adresse HuffPode@cocodibu.de erreichbar. „The Huffington Post“ wird im Herbst eine deutschsprachige Version starten. Partner der Deutschen Huffington Post ist die Tomorrow Focus AG in München.
4. Die in Wiesbaden ansässige **Accente Communication GmbH** feiert ihr **25-jähriges Bestehen**. Das Unternehmen wurde 1988 von Sieglinde Schneider (57) als Pressebüro in Frankfurt am Main gegründet. Seit 1991 ist der Sitz des Unternehmens in Wiesbaden. Schwerpunkt der Agentur ist heute das externe und interne Kommunikationsmanagement im Auftrag von Kunden aus globalen Unternehmen, Mittelstand und Verbänden. Seit 2012 wird die geschäftsführende Gesellschafterin Schneider von der Marketingspezialistin Erika Hettich (48) als Geschäftsführerin unterstützt.

Medien

Spiegel klar vor Focus und Stern in der Leseranalyse

Zeitungen und Zeitschriften bleiben für Entscheider wichtige Informationsquellen, die intensiv genutzt werden. Während bei allgemeiner Betrachtung die Auflagen und Reichweiten bei Zeitungen und Zeitschriften zurückgehen, gewinnen laut Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) viele Titel Leser hinzu. Wie „[meedia.de](#)“ berichtet, dürfen sich hier vor allem „Die Zeit“, die „FAZ“ und das „manager magazin“ freuen. Im Online-Bereich steigerten sich die „WirtschaftsWoche“ und das „manager magazin“. Bei den Apps legte vor allem „Die Zeit“ zu. Was die Gesamtreichweite Reichweiten angeht, bleibt der „Spiegel“ unangefochten die Nr. 1. Weiterlesen auf „[meedia.de](#)“.

„You and me“ gewinnt erneut Preis für Mitarbeitermagazine

Die beste deutsche Mitarbeiterzeitung ist und bleibt „You and me“ von der Deutschen Telekom, Bonn. Wie die Deutsche Public Relations Gesellschaft, DPRG, berichtet, konnte das Magazin bei der Preisvergabe zum 19. inkom. Grand Prix seinen Titel aus dem Vorjahr verteidigen. Das seit März 2007 erscheinende Magazin wird von G+J Corporate Editors produziert. „You and me“ ist damit automatisch für den internationalen Deutschen PR-Preis nominiert, der am 25. Oktober 2013 vergeben wird. Der von der DPRG, Berlin, seit 1994 jährlich vergebene Preis gilt als renommierte Auszeichnung für Mitarbeiterzeitungen und -zeitschriften in Deutschland. Die Jury bewertete nicht nur die formalen Aspekte einer Mitarbeiterzeitung, wie Text, Layout und journalistische Qualitäten, sondern auch die Aufstellung im Media Mix eines Unternehmens. Denn mehr und mehr ins Rampenlicht kommen

die digitalen Medien und Social Media-Anwendungen. Diesem Trend folgen Medien wie der „Commerzbank“, der für seine Printausgabe einen Silber-Award erhielt und für die I-Pad-Ausgabe mit einem Gold-Award belohnt wurde. Besonders stolz dürfen die Macher der Internen Kommunikation von der Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit sein: sie erhielten Gold in gleich drei Kategorien: bestes Mitarbeitermagazin und bestes Layout für „wir:“ sowie das GIZ-Intranet. Weitere Informationen und eine Liste aller Preisträger findet sich auf der [DPRG-Website](#).

Medienresonanzanalyse: Berichterstattung über Google Glass weitet sich aus

Die Berichterstattung in den deutschen Medien zur Einführung von Google Glass nimmt seit Februar 2013 rapide zu. Zu diesem Zeitpunkt wurden die ersten Prototypen der Datenbrille an unternehmensexterne Entwickler gegeben. Im April 2012 hatte Google den am Kopf tragbaren Minicomputer erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt und die Produkteinführung für Ende 2013 angekündigt. Seitdem hat Google allein über die deutschen Meinungsführermedien knapp 407 Millionen Kontakte erreicht und einen Werbewert von 16,2 Millionen Euro generiert. Zu diesem Ergebnis kommt eine Medienresonanzanalyse, die die „Ausschnitt Medienbeobachtung“ in den deutschen Print- und Onlinemedien, Nachrichtenagenturen und Weblogs von Januar 2012 bis Mai 2013 durchgeführt hat.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Konzentration im Reiseverlagsgeschäft

Der ADAC hat beschlossen, sein Reiseführer-Geschäft komplett zu lizenzieren. Nach einer entsprechenden Ausschreibung zum Ende des letzten Jahres fiel die Entscheidung nun zugunsten der Ganske Verlagsgruppe. Zum 1. September 2013 übernimmt der Reiseverlag der Ganske Gruppe,

Travel House Media in Hamburg, damit auch die redaktionelle Betreuung des ADAC Reiseführerprogramms – im Print wie auch digital. Travel House Media ist bereits seit dem Jahr 2007 als Vertriebsdienstleister für den ADAC Verlag tätig und hat unter anderem die Marken Merian und Polyglott im Portfolio. Weitere Vertriebskooperationen bestehen mit Michelin, Michael Müller Verlag, mo media verlag, Bergverlag Rother und BVA Bielefelder Verlagsanstalt.

Medien compact (2) (25. KW-2013)

1. Das „**Handelsblatt**“ bringt mit dem **kostenlos „Swiss Finish“** einen Newsletter auf den Markt, der jeden Freitagmittag erscheint. Schweiz-Korrespondent Holger Alich zieht seine persönliche Bilanz aller wichtigen Ereignisse in der Schweiz und bewertet sie aus deutscher Sicht. „Swiss Finish“ ordnet ein. Der Newsletter bringt Deutschen die Schweizer Ereignisse näher und erklärt gleichzeitig Schweizern deutsche Befindlichkeiten. Der kostenlose Newsletter kann ab sofort unter [Handelsblatt-Onlineservices](#) abonniert werden.
2. Das **"Wall Street Journal" Deutschland**, Frankfurt am Main, hat einen **neuen Nachrichten-Ticker** gestartet. Auf [„WSJ.de“](#) sind die Wirtschaftsnews des Tages aus dem weltweiten Dow-Jones-Netzwerk online abrufbar. Mit dem Ticker-Angebot können sich die Leser einen schnellen Überblick darüber verschaffen, was Wirtschaft, Unternehmen und Märkte aktuell bewegt. Mehr als 2.000 Korrespondenten schreiben weltweit für das "Wall-Street-Journal"-Angebot.

Social Media

The Bobs: Deutsche Welle zeichnet internationale Online-Aktivisten aus

Die Deutsche Welle hat in Bonn die Gewinner ihres internationalen Wettbewerbs „The Bobs –

Best of Online Activism" ausgezeichnet. Der „Best Blog Award" ging an den Chinesen Li Chengpeng. Er ist einer der bekanntesten Blogger, Autoren und Gesellschaftskritiker Chinas. Unter den Jugendlichen in der Volksrepublik ist er sehr populär – auf der Microblogging-Plattform SinaWeibo hat er mehr als sieben Millionen Anhänger. Sein Blog [Licheng-peng](#) hatte bisher mehr als 300 Millionen Visits. *Die weiteren Auszeichnungen in der [Pressemitteilung der Deutschen Welle](#)*

Reputation Management

Cornelia Wüst: Wie Reputation Werte schafft

Cornelia Wüst, Salzburg, Mitglied der Redaktion des PR-Journals und verantwortlich für das Ressort "Reputation Management", schreibt im "PR Report" eine kleine Serie über ihr Spezialthema - anlässlich des Erscheinens ihres Sammelbandes "Corporate Reputation Management - Wirksame Strategien für den Unternehmenserfolg" (im Springer Gabler Verlag, ISBN: 978-3-8349-3720-9, Preis: 69,95 Euro). Reputation Management ist ein holistischer Prozess, der den Top-Down-Ansatz implementiert, maßgeblich den Unternehmenserfolg steuert. Eine positive Reputation schafft dauerhaft Werte - und braucht Werte und Ethik als Ausgangsbasis. Konsequenter im direkten Dialog auf die Stakeholder-Erwartungen ausgerichtet, bedeutet Reputation Management permanente Veränderung. Die Wertschöpfungskette ist geschlossen, wenn interne und externe Stakeholder das Unternehmen in allen Dimensionen und in den gewünschten Reputationsfaktoren wahrnehmen. *Den Artikel von Cornelia Wüst am 21. Juni im "PR-Report" [hier online weiterlesen.](#)*

Social Media Knigge: Reputation auf die feine Art

Wie pflegt man als Privatperson seinen guten Ruf im Netz? Und ist man eigentlich mit dem Chef auf Facebook befreundet? Gerade ich als Berufsanfänger stelle mir solche Fragen. Auf der Suche nach Antworten habe ich festgestellt: Strenge Regeln für den Aufbau von Online Reputation gibt es nicht. Aber plausible. Privates und Berufliches vermischen: Förderlich für die Reputation? Kann und darf ich im Netz eine geteilte Persönlichkeit haben? Meiner Meinung nach lässt sich gar nicht so leicht zwischen dem beruflichen und privaten Ich unterscheiden. Trotzdem sind bestimmte Dinge auseinanderzuhalten. Man sollte sich gründlich überlegen, welches soziale Netzwerk man zu welchem Zweck nutzen möchte und sein Profil dort dementsprechend gestalten. Zum Beispiel bietet es sich an, auf verschiedenen Plattformen unterschiedliche Facetten der Persönlichkeit zu zeigen. Viele Ratgeber empfehlen, auf allen Social Media Kanälen dasselbe Foto zu verwenden, um ein stimmiges Gesamtbild zu vermitteln. Das halte ich für unnötig und langweilig. Mein XING-Profil ist für berufliche Kontakte sichtbar, deshalb finde ich dort das professionelle Bewerbungsportrait angemessen. Auf der Facebook-Seite zeige ich mich meinen Freunden aber gerne auch mal auf einem Urlaubsfoto.

Den Artikel von Verena Maisch, [consense communications \(GPRA\)](#), München am 18. Juni im Blog "[netz-reputation.de](#)" [hier online weiterlesen](#).

CSR Unternehmensverantwortung

Compliance Awards erstmals vergeben

Die Deutsche Bahn sowie die Unternehmen Corpus Sireo und Carl Zeiss sind mit dem Com-

pliance Award ausgezeichnet worden. Wie das „Finance Magazin“ berichtet, wurden die Compliance Manager im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung am 20. Juni gekürt. Vergeben wurden die Preise im Auftrag der Zeitschrift „Compliance“, die in der Finance-Gruppe erscheint. Über die Auszeichnung freuten sich Gregor Barendregt von Carl Zeiss als Compliance Officer des Jahres sowie Thomas Muth von Corpus Sireo als Compliance Officer Mittelstand des Jahres. Die Deutsche Bahn konnte die Jury mit ihrem Projekt zur Kartellschadensprävention im Bereich „Compliance Idee des Jahres“ überzeugen. Die Entscheidung über die Auszeichnung lag bei den Chief Compliance Officers, die Mitglieder des Leserfachbeirats der Zeitschrift „Compliance“ sind. Ihnen wurden die Bewerbungen für eine möglichst objektive Bewertung anonymisiert vorgelegt. Insgesamt erreichten die Redaktion rund 25 Vorschläge für die drei ausgelobten Awards.

Weiterlesen auf der Website des „[Finance Magazin](#)“.

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 93. Katja Nagel: Insolvenzbegleitende PR ist Krisen-PR in extremer Ausprägung



„Das PR-Interview“ wird realisiert von [k1 gesellschaft für kommunikation, Köln](#)

Interview mit Katja Nagel (Foto), Geschäftsführerin von Cetacea, München zu den besonderen Herausforderungen der insolvenzbegleitenden PR

PR-Journal: Was ist die besondere Herausforderung bei der insolvenzbegleitenden PR? Inwiefern unterscheidet sie sich von „normaler“ PR?

Katja Nagel: Während normale PR wie ein Hausarzt arbeitet, der seine Patienten über die Zeit hinweg gesund erhält, braucht ein insolventes Unternehmen den „Notarzt“: Es geht akut um die Existenz. Das bedeutet: allenfalls wenige Tage Vorbereitungszeit, keine Erfahrungen oder Vorlagen im Unternehmen, ein zeitlich völlig überlastetes Management und vor allem keine zweite Chance. Das ist Krisen-PR in extremer Ausprägung, weil hohe Finanzrisiken, Emotionalität und rechtliche Relevanz mit stark negativer Konnotation und geringer Vorwarnzeit zusammentreffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Respekt, Herr Steinbrecher!



Respekt! Michael Steinbrecher, seit mehr als 20 Jahren Moderator der ZDF-Fernsehsendung „Aktuellen Sportstudio“ hat sich die journalistische Distanz zum Sport bewahrt und tritt einem „PR-Journalismus“

entgegen. Die zu große Nähe von Journalisten zu den Sportlern und zum jeweiligen Event führt er jedenfalls als Grund dafür an, dass er im August nach 330 Sendungen als Moderator aufhört. In einem ausführlichen Interview, das jetzt auf der Website der „FAZ“ veröffentlicht wurde, äußert er sich kritisch über die vorherrschenden Strukturen, die eine ausgewogene Berichterstattung erschweren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Schebens Kolumne Salz: Vorbei an Kukis und Mikis

„Irgendwas mit Medien machen“ wollen eh zu viele, und mancher Eingang zur Karriere in Agen-



turen oder unternehmerischen Abteilungen für Kommunikation ist oben drein noch von Kukis und Mikis verstopft. Die wirklichen Talente kommen womöglich erst gar nicht über die Schwelle, hinter der erste Berührungen mit „Beruf“ beginnen. Vor den

eigentlichen Karrieretüren aufgestaut hat sich die „Generation Praktikum“, die sich mit Hoffnung auf ein Ende der Ausbeutung einen Arbeitsvertrag erhofft, zumindest einen solchen „auf Zeit“. (Es gab Jahre, in denen wurden Papa oder Mama dafür zur Kasse gebeten, dass ihr weiblicher oder männlicher Spross bei einer namhaften Agentur reinschnuppern oder praktizieren durfte. Zumindest eine dieser Agenturen gibt es nicht mehr, gibt es noch diese Methode?)

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser großes Sommermenu (IV)

(nsb) Lavendel kennen wir als landschaftsprägende Staude in Südfrankreich oder als Duftbeutelchen zwischen der Bettwäsche. Aber als Gewürz? In der Provence, dem Heimatland der Pflanze, kennt man ihn zum Aromatisieren vor allem von Gegrilltem, Lamm, Kaninchen oder Huhn. Es gibt aber auch Lavendeleis, Gebäck oder Bonbons mit diesem Duft; und natürlich ist Lavendel ein Bestandteil der „Herbes de Provence“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Abschied vom Champagner-Image

PR und Kommunikation erreichen die Vorstandsebene und werden immer strategischer. Lange hat es ja gedauert. Seit ich denken kann, war das Image von PR und die damit in Verbindung stehenden Aufgaben von Champagner schlürfenden, Parties feiernden Quasselstrippen geprägt, die angeblich nichts zum Unternehmenswert beitrugen. PR gehörte irgendwie dazu. Echten Mehrwert konnten die wirtschaftlich denkenden Unternehmensleiter oft nicht erkennen. Mussten Budgets gesenkt werden, ging es dann auch oft zuerst den PR-Verantwortlichen an den Kragen. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

ABB-Kommunikationschefin Clarissa Haller über den Wandel der Kommunikationsarbeit

Von PR hatte sie eher ein negatives Bild, heißt es schon in der Überschrift. Doch dann holt sie aus und erklärt, wie sie ihre Leidenschaft für die Öffentlichkeitsarbeit entwickelt hat. Die Rede ist Clarissa Haller (46), die als Deutsche globale ABB-Kommunikationschefin mit Sitz in Zürich ist. Im [Interview mit „persönlich.com“](#), dem Online-Portal der Schweizer Kommunikationswirtschaft, spricht sie darüber, wie sie in die PR gekommen ist, wie sie die Zusammenarbeit mit dem neuen ABB-Chef Ulrich Spiesshofer einschätzt, was sie von hohen Vorstandsgehältern hält und wie sie Familie und Vollzeit-Beruf unter einen Hut bekommt. Besonders liegt ihr am Herzen, den Wandel der Kommunikationsarbeit in Richtung Dialogorientierung aktiv zu gestalten. Zitat: „Wir müssen verstehen, dass über die neuen Digital-Kanäle plötzlich ganz andere Anspruchsgruppen und Personen relevant werden.“ Das Interview ist bei [„persönlich.com“](#) der 29. Teil der Serie „Erfolgreiche Frauen“. [Lesen Sie selbst.](#)

Bildung

Neues Kompaktstudium der Quadriga Hochschule zu Politikmanagement und Public Affairs

Die Quadriga Hochschule in Berlin startet ab August mit einem neuen Executive Education Programm Politikmanagement & Public Affairs ins 2. Halbjahr. Das Kompaktstudium soll eine umfassende Weiterbildung mit starker Nähe zur Praxis vermitteln und die Teilnehmer befähigen, ihre neuen Fertigkeiten im Politikmanagement und im Bereich Public Affairs professionell anzuwenden. In sechs Monaten sollen die Teilnehmer wesentliche Themen erfolgreichen Politikmanagements vertiefen. Nach bestandener Prüfungsleistung erhalten sie das Abschlusszertifikat „Public Affairs Manager/-in (Quadriga Hochschule Berlin – Executive Education)“. Die Executive Education Seminare der Quadriga Hochschule gehen stets von konkreten Situationen aus und beruhen auf aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen. Public Affairs, Lobbying und Verhandlungsführung sowie Campaigning sind einige der zentralen Themen. Weitere Informationen zum Weiterbildungsangebot finden sich auf der [Website der Quadriga-Hochschule](#).

Depak veröffentlicht E-Learning- und Studienprogramm 2013/14

Das Weiterbildungsprogramm 2013/14 der Deutschen Presseakademie (Depak), Berlin, ist erschienen. Die Möglichkeiten, sich praxisnahes PR-Wissen anzueignen, sind vielfältig. Die Deutsche Presseakademie hält seit zehn Jahren ein breites Fortbildungsangebot bereit. Mit über 60 Themen bietet das Seminarprogramm ein reichhaltiges Angebot aus praktisch allen Feldern der PR an. Flexible und ortsunabhängige Weiterbildungsmöglichkeiten stellt das E-Learning-Programm der Deutschen Presseakademie. Drei unterschiedliche

PR-Studiengänge orientieren sich am Wissensstand der Teilnehmer und sind für PR-Neulinge und Quereinsteiger sowie für berufserfahrene PR-Praktiker geeignet. Weitere Informationen zum Weiterbildungsprogramm 2013/14 finden sich direkt auf der [Website der Deutschen Presseakademie](#).

Studien

Samsung und Apple genießen hohes Ansehen bei Verbrauchern

Unter den Lesern der „PC-Welt“ ist Samsung ist der große Gewinner der Verbraucherbefragung „Brand Awareness International 2013“. In 32 Kategorien belegte Samsung Platz eins. Auf Platz zwei folgt Hewlett-Packard (HP) mit 14 Auszeichnungen. Bei den Lesern der „Macwelt“ dominiert Apple, sie wählten das von Steve Jobs gegründete Unternehmen in 22 Kategorien auf Platz ein. Insgesamt haben sich 15.000 Leser der beiden Fachmagazine aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an der Marken-Image-Erhebung beteiligt. Sie ist damit eine der größten ihrer Art im deutschsprachigen Raum für die Bereiche Informations- und Telekommunikationstechnologie (ITK) sowie Unterhaltungselektronik. Die Leser und Website-Nutzer von „PC-Welt“ vergaben in diesem Jahr bereits zum 20. Mal in Folge die begehrten Auszeichnungen „Marke des Jahres“, „Technik-Sieger“ sowie „Käufer-Favorit“. Das Votum der Leser und User von „Macwelt“ war 2013 zum insgesamt 16. Mal gefragt. Die Leser-Befragung wurde im Zeitraum vom 5. November 2012 bis 15. März 2013 durchgeführt.

Studie zu Lobbyismus von Burson-Marsteller

Unterschiedliche Einschätzungen zu Lobbyismus: Während deutsche politische Entscheider Lobbying vergleichsweise kritisch sehen, empfindet hingegen europaweit eine große Mehrheit der Abgeordneten und Beamten eine gezielte Interessenvertretung als hilfreich; vorausgesetzt, sie ist transparent und erfolgt nach ethischen Maßstäben. Den größten Vorteil von Lobby-Aktivitäten sehen die Politiker darin, dass verschiedene gesellschaftliche und wirtschaftliche Perspektiven in den politischen Prozess einfließen können. Zugleich werden die meisten Lobbygruppen als relativ transparent wahrgenommen. Dennoch sollte Lobbying in Zukunft stärker reglementiert werden, so die Meinung der politischen Entscheider. Dies sind Ergebnisse einer europaweiten Studie, für die Burson-Marsteller, Berlin, mehr als 600 Abgeordnete und Beamte der Europäischen Union (EU) sowie Politiker auf nationaler Ebene in 19 Ländern Europas befragte. „Effective Lobbying in Europe – The View of Policy Makers“ ist bereits die fünfte Untersuchung zum Thema Lobbying der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs. Weitere Einzelheiten zur Studie und das Download-Angebot finden sich in englischer Sprache auf einer [Website zur Studie](#).

Termine

Schreibkultur für Unternehmen

„Schreiben ist leicht. Man muss nur die falschen Wörter weglassen.“ Was Mark Twain nicht sagte: Wie bringe ich ein Unternehmen dazu, die richtigen Wörter zu verwenden? Diese Frage beantwortete Markus Ruppig, Partner der Textfrische-Agentur [wortwelt®](#), auf der Sitzung des DPRG/VRdS Arbeitskreises „Sprache und Unternehmenskultur“ am 6. Juni in den Räumlichkeiten von Hering Schuppe-

ner in Frankfurt am Main. In seinem Vortrag „Unternehmen Sprache – wie Sie eine Schreibkultur für Ihr Unternehmen entwickeln und langfristig verbessern“ hat Ruppig die einzelnen Phasen erläutert, wie eine Markensprache entwickelt und implementiert wird. Weiterlesen auf der [DPRG-Website](#).

Termine compact (7) (25. KW-2013)

1. In der **Veranstaltungsreihe WISSENSCHAFTPRAXIS** begrüßen die **Leipziger PR-Studenten** (LPRS) am **4. Juli** Dorothee Hutter, Leiterin Unternehmenskommunikation bei der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Sie spricht zum Thema „Kommunikationscontrolling der GIZ – Wertschöpfung durch Kommunikation?“. Hutter stellt das Kommunikationscontrolling des Unternehmens vor, das als Best-Practice-Modell gilt. Die Veranstaltung des LPRS e.V. beginnt am 4. Juli um 19.00 Uhr im Raum 420 im Neuen Seminargebäude. Weitere Informationen auf der [Website des LPRS](#).
2. „All you can watch!“ lautet das Motto des **Internationalen Medienkongresses**, der im Rahmen der Medienwoche@IFA am **9. und 19. September** in Berlin stattfindet. In diesem Jahr geht es das Fernsehen auf allen Plattformen – und um das sich verändernde Verständnis des Zuschauers davon, was Fernsehen ist. Denn die Zahl der Online-Mediatheken, On-Demand und Content-Plattformen wächst rasant. „Beyond-TV“-Angebote – live oder zeitversetzt und über alle Endgeräte – fordern das klassische lineare Fernsehen heraus und werden die Ordnung der Medien weiter verändern. Informationen zu den Tickets und weitere Details finden sich auf der [Website der Medienwoche](#).
3. „**Jugend in Bewegung**“ ist eine von sieben Leitinitiativen der Strategie „Europa 2020“, mit der die EU nachhaltiges Wachstum ankurbeln möchte. Die Initiative zielt auf eine Verbesserung von Bildung und Mobilität ab, engagiert sich für die Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit und wirbt für Auslandsaufenthalte zu Studien- und Ausbildungszwecken. Vom **2. bis 7. Juli** wird „Jugend in Bewegung“ auf der **WorldSkills in Leipzig** die Programme der EU an einem eigenen Stand präsentieren. Androulla Vassiliou, Kommissarin für Bildung, Kultur, Mehrsprachigkeit und Jugend, besucht die Veranstaltung und stellt sich am 3. Juli am Stand „Europäische Union“ den Fragen junger Auszubildender und Studierender.
4. Haben Presse-Verantwortliche von Verbänden Nachholbedarf im Social Web? Für 46 Prozent der befragten Journalisten und Mitarbeiter in Pressestellen lohnt sich der Einsatz, denn er steigert den eigenen Erfolg. Die andere Hälfte der Befragten steht dem Einsatz skeptisch gegenüber und schätzt die eigene Web 2.0-Kompetenz eher gering ein. Professionelle Verbands-Kommunikation muss beide Gruppen erfolgreich adressieren. Mit diesen Fragen und Einschätzungen beschäftigt sich das **Forum Verbandskommunikation 2013**. Die Frage „Welche Verbände haben Erfolg im Social Network?“ wird am **4. Juli in Düsseldorf** beantwortet. Das Forum dient der aktuellen Bestandsaufnahme zum Einsatz von Social Media in Verbänden. Weitere Informationen und Anmeldeöglichkeit auf der Website [verbaende.com](#).
5. Seit Jahren verlagern sich Werbespendings zugunsten der Online-Medien. Doch „offline“ leistet nach wie vor einen wichtigen Beitrag in der integrierten Kundenansprache. Die Frage, wie Unternehmen künftig **On- und Offline-Marketing im Kundendialog effizient verzahnen** können, steht im Fokus des **3. Dialogmarketing Gipfels, der am 28. und 29. August in Köln** stattfindet. Die Fachveranstaltung richtet sich an Insider und Direktmarketing-Experten aus Handel und Industrie sowie aus Marketing-Agenturen. Veranstalter ist die Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH. Teilnehmer können kostenfrei die Vorträge des parallel stattfindenden **4. Social Media Kongresses** verfolgen. Weitere Informationen finden sich auf der [Management-Forum-Website](#).
6. Am 6. September stellen in Berlin die **führenden Agenturen der Politikberatung** bereits zum 8. Mal beim „**Checkpoint**“ ihre Arbeit an der Schnittstelle zwischen Politik und Wirtschaft vor. In diesem Jahr steht die Veranstaltung unter dem Motto „**Politik.Beratung.Karriere**“ und richtet sich so kurz vor der Bundestagswahl insbesondere an

Mitarbeiter aus dem Bundestag, den Parteien und den Wahlkampfzentralen. Aber auch Young Professionals und Absolventen haben wieder die Gelegenheit mit erfahrenen Agenturvertretern ins Gespräch zu kommen. Weitere Informationen zum Programm finden sich auf der [Checkpoint-Website](#).

7. **New Storytelling** auf der Reeperbahn: Das Programm für das „scoopcamp 2013“, die Innovationskonferenz für Onlinemedien, steht. Am **13. September** werden in Hamburg internationale Experten ihre Ansätze für journalistischen Erfolg in der digitalen Welt präsentieren. Dazu gehören neben dem Briten Tomas Rawlings (Auroch Digital) auch die drei US-Amerikaner Charles Lewis („Offshore-Leaks“), Michael Maness (Knight Foundation) und Nicholas White von der Onlinezeitung „The Daily Dot“. Veranstalter des scoopcamp sind die Initiative Hamburg @work> und die Nachrichtenagentur dpa. Der Ticketverkauf läuft bereits. Noch bis zum 15. Juli können die Karten für je 99 Euro zum „Early Bird“-Tarif erstanden werden. Weitere Informationen sowie die Anmelde-möglichkeit auf der [scoopcamp-Website](#).

erfordere auch einen Wandel im Selbstverständnis von Kommunikationsverantwortlichen und eine Erweiterung des Aufgabenprofils, besonders um den Aspekt des Befähigens.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (25. KW-2013)

1. Unter der Überschrift „**Kommunikation für Institutionen**“ veranstaltet die **PR-Agentur wbpr am 26. Juli** von 9.30 bis 11.30 Uhr ein **kostenloses Seminar** für Vertreter öffentlicher Institutionen. In erster Linie geht es darum, praxiserprobte Hinweise für die Kommunikation zu geben, welche Formate am wirkungsvollsten sind und für welche Zielgruppen sie sich erfahrungsgemäß am besten eignen. Referenten sind Andreas Bachmeier, Geschäftsführer wbpr, und Eva-Maria Eichenseher, Senior-Beraterin. Veranstaltungsort ist das Haus der Bayerischen Wirtschaft in München. Anmeldungen werden bis zum 19. Juli *per Mail an Eva-Maria Eichenseher* oder auf der [wbpr-Website](#) erbeten.

Tipps

BdP veröffentlicht Publikation mit neuen Aufgabenprofilen für Kommunikationsmanager

Wenn zunehmend alle Mitglieder einer Organisation nach außen kommunizieren, stellt das die Kommunikationsabteilungen vor neue Herausforderungen. Dies untersucht die frisch erschienene Publikation mit dem Titel „Befähigen, Beraten, Umsetzen“. Autorin Neele Franke analysiert darin neue Aufgabenprofile für Kommunikationsmanager in ganzheitlich kommunizierenden Organisationen. Neben ihren herkömmlichen Aufgaben müssten sie vermehrt auch andere Mitarbeiter mit Kommunikationskompetenzen ausstatten, so Franke. Damit wandelten sich die Fachabteilungen hin zu einer internen Beratungsinstanz. Das

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (42)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 3 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *PR Consultant (m/w) im Bereich Markenkommunikation, Hamburg*
- *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*

Unternehmen

- *Juniorfachkonzeptionist (m/w) Kommunikationsmanagement & Kommunikationscontrolling, Eschborn*
- *Junior PR-Referent (m/w), Hamburg*
- *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*

Verbände (Non-Profit)

- *Pressesprecher/in bei Campact, Verdun/Aller*

- *Leiterin / Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte*
- *Junior PR-Berater(in) / Medienkoordinator(in), Gerlingen*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 24. Juni 2013 um 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.120 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 (-ff-), 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 Pagel Impressions**. 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](#)