

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 388 / 26. KW 2013

Wie in den vergangenen Jahren auch erscheint unser **Newsletter** im Juli und August nur **alle zwei Wochen**. Aktuelle Informationen finden Sie jedoch wie immer tagesaktuell auf unserer Homepage – ab jetzt auch in einer **neuen Mobilversion**. So können Sie unsere Meldungen – wo immer Sie Ihre Zeit verbringen – direkt und bequem abrufen.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 388. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 40 Einzelmeldungen):

1. [70 PR-Agenturen zahlen ihren Volontären/Trainees mindestens 1.600 Euro monatlich](#)
2. [Michael Inacker wird neuer Kommunikationschef bei Siemens in München](#)
3. [Kienbaum-Vergütungsreport: Unternehmens PR-Chefs verdienen mehr als Marketingleiter](#)
4. [Bosch ab November mit neuer Pressesprecherin](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(3\) \(26. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(2\) \(26. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(9\) \(26. KW-2013\)](#)
8. [Etats compact \(12\) \(26. KW-2013\)](#)
9. [komm.passion Dossier 8: Verständnishilfen für die neuen Buzzwords in der Kommunikationsbranche](#)
10. [Best PRactice Award und Wissenschaftspreise in Österreich vergeben](#)
11. [Branche compact \(5\) \(26. KW-2013\)](#)
12. [Lachniet neuer Chefredakteur der NRZ, Vorgänger Oppers wechselt zu Evonik](#)
13. [DasErste überflügelt ZDF beim Marktanteil](#)
14. [Müller von Blumencron wird Chefredakteur bei „FAZ.net“](#)
15. [Medien compact \(5\) \(26. KW-2013\)](#)
16. [Social Business: Spreu trennt sich vom Weizen](#)

17. [The HP Way – hat sich HP verlaufen?](#)
18. [PR-Interview Nr. 94: Den Mehrwert von Agenturqualität und professioneller Beratung verdeutlichen](#)
19. [Interview mit L. Rolke und J. Sass: Wertschöpfung durch Wertschätzung](#)
20. [Prokon: ein PR-Lehrstück, wie man es nicht machen sollte](#)
21. [Gericht: Unser großes Sommermenu \(V\)](#)
22. [Studie „Unternehmenskommunikation aus Sicht des Top-Managements“ bringt Überraschendes zutage](#)
23. [Ausführliche Berichte über Corporate Publishing-Wettbewerb](#)
24. [Kommunikation: Wie Ideen fliegen lernen](#)
25. [Lobbyreport: Regierung blockiert Kampf gegen Abgeordnetenbestechung](#)
26. [Bildung compact \(3\) \(26. KW-2013\)](#)
27. [Studie: Auskunft über Blogs und Blogger](#)
28. [Studie: Internationale Kommunikation wird zunehmen](#)
29. [Tipps compact \(1\) \(26. KW-2013\)](#)
30. [Stamm Medien-Newsletter Juli 2013](#)
31. [Dillmann stellvertretender Chefredakteur beim PR-Journal](#)
32. [PR-Journal: 31.546 Besucher im Juni 2013, 224.962 Visits im 1. Halbjahr 2013](#)
33. [Jobbörse](#)
34. [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

70 PR-Agenturen zahlen ihren Volontären/Trainees mindestens 1.600 Euro monatlich

Das „PR-Journal“ wollte es nach 30 Monaten erneut wissen: wie bezahlen die PR-Agenturen ihre Volontäre und Trainees? Ende 2010 bestätigten nur 34 Agenturen, sich an die Vorgaben der Verträge der Journalistengewerkschaften DJV und dju zu halten. Im Juni 2013 unterschrieben bereits 70 Agenturen:

Wir bezahlen im ersten Jahr mindestens 1.600 Euro monatlich. Von 276 per Mail angeschriebenen Agenturen antworteten 85 auf die PRJ-Umfrage, das sind immerhin ca. 30 Prozent. Fünf Agenturen bezahlen 1.500 Euro, eine 1.400 Euro im Monat. Alle 76 Agenturen sind nun in der PRJ-Datenbank mit dem DJV-Logo versehen. 61 Agenturen zahlen darüber hinaus ihren Praktikanten mindestens 450 Euro, neun weitere zahlen noch nach der alten Geringfügigkeitsgrenze von 400 Euro. 19 Agenturen meldeten übrigens unaufgefordert, dass sie sogar mehr bezahlen, als DJV und dju vereinbart haben.

Michael Inacker wird neuer Kommunikationschef bei Siemens

Die Siemens AG in München ordnet die Bereiche Corporate Communications und Government Affairs in der Konzernzentrale neu. Neuer Leiter des Bereichs Corporate Communications und Corporate Branding wird spätestens zum 1. Oktober *Michael Inacker* (49), bislang stellvertretender Chefredakteur und Leiter Hauptstadtbüro des „Handelsblatt“. Der Bereich Corporate Communications umfasst die externe und interne Kommunikation sowie das Corporate Branding von Siemens. Der bisherige Gesamtverantwortliche für Corporate Communications und Government Affairs, Stephan Heimbach, wird künftig die Bereiche Corporate Affairs und Government Affairs leiten. *(Wir berichteten bereits am 11. Mai über geplante Veränderungen in der Kommunikation von Siemens.)* Heimbach und Inacker berichten als Corporate Vice Presidents an den Vorstandsvorsitzenden Peter Löscher. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Kienbaum-Vergütungsreport: Unternehmens PR-Chefs verdienen mehr als Marketingleiter

Leiter der Unternehmenskommunikation verdienen mehr als Marketingleiter. Laut Vergütungsreport „Führungskräfte und Spezialisten in Marketing und Vertrieb 2013“ der Kienbaum Management Consultants GmbH in Gummersbach liegt das Jahresdurchschnittseinkommen beim Leiter Unternehmenskommunikation bei 121.000 Euro. Im Vergleich dazu liegen Marketingleiter bei 118.000 Euro. Umgekehrt ist es auf Referentenebene: Dort verdienen Marketer mit durchschnittlich 64.000 Euro etwas mehr als PR-Referenten, die hier auf rund 60.000 Euro pro Jahr kommen. Topverdiener in der Kategorie Marketing- und Vertrieb sind die Vertriebsleiter, die ein Jahressalär von 134.000 Euro im Jahr verbuchen können.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Bosch ab November mit neuer Pressesprecherin

Wechsel an der Spitze der Pressestelle des Stuttgarter Technologie- und Dienstleistungsunternehmens Bosch: Ab dem 1. November wird Eva-Maria Rakob (52) Nachfolger von Christoph Zemelka (44), der dann für ein Jahr ein Sonderprojekt in Asien übernehmen wird. Rakob, die seit 1995 in unterschiedlichen Funktionen der Unternehmenskommunikation verschiedener Konzerne tätig war, wechselte 2004 zu Bosch, wo sie Leiterin Interne Kommunikation wurde; später übernahm sie die Leitung der Abteilung Change- und Communications Management. 2012 wechselte Rakob für ein Jahr zur Robert Bosch AG in Wien, Österreich, und verantwortete dort die Gesamtkommunikation. Zemelka ist seit November 2004 bei Bosch und wird nach Beendigung des Sonderprojekts in seine vorherige Position zurückkehren. Rakob und Zemelka berichten als stellvertretende Leiter der Unternehmenskommunikation direkt an Uta-Micaela Dürig (49), die seit 2004 die Leitung der weltweiten Konzernkommunikation mit Markenmanagement und Nachhaltigkeit verantwortet.

Personalien compact - Unternehmen (3) (26. KW-2013)

1. **Kirsten Wiese** (32) ist neue Leiterin der Abteilung Unternehmenskommunikation und Markenführung beim Langenscheidt-Verlag in München. Sie verantwortet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens und ist für die Positionierung und Weiterentwicklung der Marke Langenscheidt zuständig. Sie berichtet direkt an den Geschäftsführer **Carsten Kurreik**. Vor ihrem Wechsel zu Langenscheidt war Wiese mehrere Jahre bei der Münchner Agentur KMS Team tätig. Ebenfalls neu an Bord ist **Anna Woll** als Projektmanagerin Schulmarketing. Zuvor

komm.passion



2. **Sigrid Herrenbrück** leitet ab dem 1. Juli die Unternehmenskommunikation der Ufa Film- und TV Produktion in Potsdam. Sie wird Nachfolgerin von **Kristian Müller**, der das Unternehmen am 1. Juni verlassen hat, projektbezogen aber weiterhin für die Ufa tätig ist. Herrenbrück berichtet an Geschäftsführer **Wolf Bauer**. Sie kommt vom Filmboard Berlin-Brandenburg wo sie seit 2001 zunächst als Pressesprecherin, dann als Leiterin PR und Publikationen sowie zuletzt als Leiterin Kommunikation und Presse tätig war.
3. **Julian Chan** (32) wird als Nachfolger von **Simon Marquard** neuer Pressesprecher der Kuoni Reisen AG in Zürich. Chan, der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften studiert hat, war zuletzt bei der Agentur EuroRSCG beschäftigt. In seiner neuen Funktion berichtet er an **Peter Brun**, den Leiter der Unternehmenskommunikation der Kuoni-Gruppe. Vorgänger Marquard wird nicht mehr im Kommunikationsbereich tätig sein.

Personalien compact - Sonstige (2) (26. KW-2013)

1. **Patrick Kleibold** (31) wird als Nachfolger von **Alfred Herrmann** ab dem 1. August neuer Pressesprecher des Bonifatiuswerks der deutschen Katholiken in Paderborn. Vorgänger Herrmann bleibt beim Bonifatiuswerk, er wird für die eigenen Medien künftig aus der ostdeutschen Diaspora berichten. Bis August ist Kleibold noch als Redakteur im Referat Presse Kommunikation der Universität Paderborn tätig.
2. **Markus Bernhard** wird als Nachfolger von **Stephan Appenzeller** neuer Leiter Unternehmenskommunikation bei der schweizerischen Bahngesellschaft BLS in Biel. Während Appenzeller das Unternehmen bereits Ende Juli Richtung Basler Verkehrsbetriebe (BVB) ver-

lässt, um dort die Unternehmenskommunikation zu leiten, wird Bernhard seine Tätigkeit beim zweitgrößten S-Bahn-Betreiber in der Schweiz wohl erst am 1. November antreten. Bernhard kommt vom ETH-Rat, einem Steuerungs- und Aufsichtsgremium über die Eidgenössischen Hochschulen, wo er noch Head of Communications ist.

Personalien compact - Agenturen (9) (26. KW-2013)

1. **Heike Humpf** (45) wurde in der Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors (DAA) in die Geschäftsleitung berufen. Humpf war im Vorjahr als Senior Advisor zu Deekeling Arndt Advisors gekommen. Sie wird am Standort Düsseldorf den Beratungsbereich Brand und Market Affairs verstärken und zusätzlich die Internationalisierungsstrategie der Agentur vorantreiben. Vor ihrem Einstieg bei DAA war sie bei der Deutschen Post DHL tätig und verantwortete dort die Entwicklung der globalen Kommunikationskonzepte aller zentralen Konzernprogramme und -projekte.
2. **Marius Voigt** (39) ist seit dem 1. Juli Geschäftsführer von fischerAppelt in Berlin. Voigt hat bereits verschiedene Managementpositionen in der Agenturgruppe bekleidet und ist seit 2011 Leiter des Berliner Agenturstandortes. Sein persönlicher Schwerpunkt ist integriertes Campaigning für politische und institutionelle Kunden. Das Agenturmanagement hat Voigt aufgrund seiner erfolgreichen Arbeit am Standort Berlin befördert. Laut Vorstand **Bernhard Fischer-Appelt** sei das Wachstum des Berliner Standorts "phänomenal".
3. **Oxana Zeitler**, Director Business Development bei der Marketing-Agentur east end communications, wird Leiterin des neuen Standorts in Berlin. Die Agentur, die erst vor einigen Monaten ein Büro in München eröffnet hat, unterstreicht mit der Eröffnung der Niederlassung in der Hauptstadt die Wachstumsambitionen. Zeitler verantwortet über ihren neuen Job in Berlin hinaus standortübergreifend den Geschäftsbereich Neukunden und die strategische Ausrichtung der Agentur.
4. **Helge Hoffmeister** (38) wird ab dem 1. Juli Partner bei der Unternehmensberatung für Strategie und Kommunikation Gaulty/Dittrich/van de Weyer in Frankfurt am Main. Neben **Thomas Gaulty**, **Sandra Fabian** und **Max-Christian Lange** wird er in den Kreis der Partner aufgenommen. Zuvor war Hoffmeister mehr als zehn Jahre in verschiedenen Funktionen in der Bertelsmann-Unternehmenskommunikation tätig, zuletzt leitete er die strategische Kommunikation des internationalen Medienunternehmens.
5. **Marcus Bilgeri**, zuletzt bei der Deutschen Telekom AG unter anderem im Bereich Markenstrategie und Marketing-Kommunikation tätig, wechselte zum 1. Juli zur Agentur webguerillas GmbH. Dort wird er gemeinsam mit webguerillas-Inhaber **David Eicher** Leiter der Kölner Niederlassung, die jetzt neu gegründet wird. Köln ist nach München, Berlin und dem vor zwei Monaten eröffneten Büro in Hamburg der vierte Standort der nach eigenen Angaben auf alternative Werbung spezialisierten Agentur. Bereits 2012 hatten sich die webguerillas auch in Zürich niedergelassen.
6. **Detlef Grap**, Geschäftsführer der Spezialagentur Posterscope in Hamburg, wechselt zum 1. Juli zur Agentur für strategisches Marketing, rheinkontor, Köln. Grap wird dort geschäftsführender Gesellschafter. In dieser Funktion soll er die Mediakompetenz Agentur ausbauen. Neben Grap wird rheinkontor wie bislang von den beiden geschäftsführenden Gesellschaftern **Aloys Schmitz** und **Thomas Seifert** geleitet.
7. **Tim Frey** wird ab August neuer Leiter des Bereichs Public Affairs bei der PR-Agentur



Burson Marsteller in Zürich. Frey wird Nachfolger von **Gabi Badertscher** (49), die zur Agentur Yjoo wechselt, wo sie als Senior Consultant stellvertretende Leiterin des Standorts Zürich wird. Frey war von 2009 bis Juni 2012 Generalsekretär der Christlichdemokratischen Volkspartei in der Schweiz (CVP) und verantwortlich für die Verwaltung der Partei.

8. **Ivo Frei, Mike Eschmann und Fabio Aresu** gründen zum 1. September in Chur in der Schweiz die Agentur Skipp. Sie bietet den Kunden übergreifende Off- und Online-Beratung in Markenstrategie, PR, Film, Werbung und Marketing. Frei hat bereits seinen Sitz in Chur. Aresu ist im Team für Markenfragen und PR zuständig. Er ist Dozent für Wirtschaftskommunikation und arbeitet unter anderem für Heineken Switzerland und die Rewe Group. Er wird mit seiner Agentur Markenkern ebenfalls an den neuen Standort in Chur ziehen. Eschmann, der Regisseur und Drehbuchautor ist, vervollständigt das Trio.
9. **Walter Vaterlaus**, bisher tätig als Senior Vice President Group Communications des Pharmakonzerns Nycomed/Takeda, gründete die Communtia GmbH. Die Agentur für Kommunikationsmanagement in den Feldern Strategie-, Veränderungs- und Krisenkommunikation sowie Organisationsentwicklung hat seinen Sitz in Lufingen-Augwil (Schweiz). Vaterlaus arbeitete unter anderem als Kommunikationschef bei Saurer-Schlafhorst und der Versicherung Clariant sowie im Bereich externe und interne Kommunikation von IBM Switzerland.

Etats

Etats compact (12) (26. KW-2013)

1. Princesa Yaiza Suite Hotel Resort, Lanzarote
was: Tourismus-PR
an: **Stromberger PR**, München
2. Modelabel Jungmi, Stuttgart
was: Strategische Beratung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Umsetzung

A&B One

- an: **waterworks Public Relations GmbH**, Stuttgart
3. Messe- und Congress GmbH, Hamburg
was: Geschäftsberichte 2012 und 2013
an: **Tempus Corporate GmbH**, Hamburg
4. Online-Kunstgalerie artsation.com, München
was: Medienarbeit, strategische Beratung und Unternehmenskommunikation
an: **F&H Public Relations GmbH**, München
5. Standortinitiative Neuperlach-Süd
was: Redaktion und Gestaltung des Magazins „Viertel“
an: **scrivo PublicRelations GbR und kloetz-Idesign GmbH**, beide München
6. Zwilling J.A. Henckels AG, Solingen
was: Website-Relaunch und digitale Markenkommunikation
an: **denkwerk GmbH**, Köln
7. Lösungsanbieter für IT- basiertes Gewährleistungsmanagement B2X Care Solutions, München
was: Corporate-, Marken- und Produkt PR in Deutschland und Nordamerika, Webcontent, Corporate Publishing, Social Media
an: **Atomic PR**, München
8. a) Kapitalanlageunternehmen First Private Investment Management KAG mbH, Frankfurt am Main
was: strategische Beratung und Zielgruppenansprache in der Fach- und Finanzpresse
b) Investmentberatung re:cap global investors ag, Zug (Schweiz)
was: Positionierung im Markt der Erneuerbaren Energien
an: **redRobin. Strategic Public Relations GmbH**, Hamburg
9. Chiquita Deutschland GmbH, Duisburg
was: Verkostungs-Aktionen am POS sowie auf Händlermessen, BtB-Kommunikation
an: **B+D Live**, Köln
10. Marketing- und Beschilderungsunternehmen Signalisation.ch, Martigny (Kanton Wallis)
was: Unternehmensbroschüre
an: **Deutsch-französische Kommunikation-sagentur Carré Blanc**, Strasbourg

11. Deutsche Post DHL, Bonn
was: Investor Relations App
an: **Agentur Conrad Caine**, München
12. Immobilienunternehmen Real I.S. Gruppe, München
was: PR-Vermarktung des K-LAN und des IBM Gebäudes in Düsseldorf
an: **PR + Presseagentur textschwester**, Düsseldorf

Branche

komm.passion Dossier 8: Verständnishilfen für die neuen Buzzwords in der Kommunikationsbranche



Auf der Suche nach dem „heißesten Scheiß“! Verständnishilfen für die neuen Buzzwords in der Kommunikationsbranche.

Hektik auf dem R&D-Flur einer internationalen Kommunikationsberatung. Wo zeigt sich der neueste Trend, was ist der „heißeste Scheiß“? Kunden wollen mit Trendmails gefüttert werden, schließlich bezahlen sie dafür. Hektische Zeiten und ein noch turbulenteres Buzzword Bingo. Wo gestern noch PRler saßen, kommen heute Earned Media Spezialisten durch die Tür. Einige Verständnishilfen sollen daher folgend gegeben werden.

Rückblick: ein warmer Sommertag 1988. Der Referent hat sich heiß geredet. Die Kommunikationsexperten im Auditorium nicken eifrig. Integrierte Kommunikation hieß das Zauberwort. Man dürfe nicht mehr in Kanälen denken, müsse lernen sowohl zu differenzieren wie auch emotional zu verdichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Best PRactice Award und Wissenschaftspreise in Österreich vergeben

Die österreichischen PR-Preise sind vergeben: Zum zweiten Mal in Folge gewinnt die Agentur The Skills Group den Best PRactice Award des Public Relations Verbandes Austria (PRVA). In diesem Jahr war die Agentur siegreich mit dem Projekt „Journalismus und Demokratie“, bei dem ägyptische Journalisten in Österreich ausgebildet wurden. Platz zwei geht an die Activartis Biotech GmbH für die Kommunikation zu einer Karzinomtherapie, die mit der Agentur asoluto public + interactive relations umgesetzt wurde. Platz 3 belegte eine Kampagne der Agentur Tourismuszukunft im Auftrag der Kleinwalsertal Bergbahn AG. Die Preise wurden am 26. Juni im Rahmen einer kleinen Feier im Gebäude der Vienna Insurance Group übergeben. Bei diesem Anlass wurden auch die diesjährigen PRVA-Wissenschaftspreise verliehen, gleich fünf Arbeiten wurden mit einem ersten Preis ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (26. KW-2013)

1. Die **Hannoveraner Agentur Prött & Partner GbR** feierte am 1. Juli ihren **20. Geburtstag**. Die Agenturgründerinnen Monika Prött und Andrea Preißler blicken zurück auf 20 Jahre mit Höhen und Tiefen, interessanten Begegnungen und vielen anspruchsvollen Projekten. Monika Prött: „Unser Anliegen war und ist, für unsere Kunden und Kooperationspartner da zu sein und ihren Wünschen und Vorstellungen gerecht zu werden.“ Andrea Preißler: „Heute möchten wir unseren Kunden für Ihre Treue und Ihr Vertrauen danken. Wir hoffen auf weitere Herausforderungen, die wir gemeinsam mit ihnen lösen möchten.“ Statt eines Agenturfestes unterstützen die Agenturgründerinnen Bürgerstiftung Hannover und die Biowerkstatt Bildung und Projekte.
2. Physiker im Visier: Die **Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK)**, Hamburg, entwickelt eine **Kommunikationskampagne** für die europäische **Großforschungseinrichtung European Spallation Source (ESS)**. Bei der Entwicklung einer großen Informationskampagne setzt die ESS auf die Zielgruppenaffinität ihrer Kommunikatoren: In einem Lehrprojekt von ESS und MHMK entwickeln die jungen Medienmanager Kommunikationsideen zur Ansprache des deutschen Physiker-Nachwuchses. Der Auftrag: die wissenschaftliche Gemeinschaft für die entstehende Hightech-Anlage zu begeistern und Forschungsprojekte zu stimulieren.
3. Anerkennung von höchster Seite für die Schaffung eines vorbildlichen familienfreundlichen Arbeitsumfeldes: Die **Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München, überzeugte in der Kategorie „kleine Unternehmen“ und wurde als Best-Practice Unternehmen für Oberbayern im landesweiten Wettbewerb **SIEGER 2013** ausgezeichnet. Der Wettbewerb wird jährlich vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familien und Frauen ausgerichtet.
4. Die **Alexander von Humboldt-Stiftung** in Bonn hat ihr zweimal im Jahr erscheinendes zweisprachiges Magazin „Humboldt Kosmos“ öffentlich ausgeschrieben. Auch die



5. Die **Techniker Krankenkasse (TK)**, Hamburg, sucht neue Auftragnehmer für das Magazin „TK Aktuell“. Einzelheiten zu den **Ausschreibungen** wie Fristen, Umfänge und sonstige Leistungsanforderungen sind bei „**CP-Monitor**“ zu finden.
- Das **Fußballturnier der Werbe- und Medienbranche** fand nach 13 Jahren wieder in **Düsseldorf** statt. Am **29. Juni** gingen 64 Mannschaften an den Start, aufgestellt von Deutschlands Werbe- und Media-Agenturen. Mit dabei waren u.a. BBDO, Grey Worldwide, Jung von Matt, Scholz & Friends, Serviceplan, DDB, Heye & Partner, Kolle Rebbe, Media-com, Omnicom, Zum Goldenen Hirschen, TBWA, Sinnerschrader und fischerAppelt. Neben dem großen Fußballturnier gab es außerdem einen Cheerleader Cup. Austragungsort waren die Sportplätze gegenüber der Esprit Arena, Arena Sportpark, Eingang Europaplatz/ Rheinbad.

Medien

Lachniet neuer Chefredakteur der NRZ, Vorgänger Oppers wechselt zu Evonik

Die „Neue Ruhr / Neue Rhein Zeitung“ (NRZ) hat seit dem 1. Juli einen neuen Chefredakteur: Manfred Lachniet (53), bisher stellvertretender Chefredakteur, ist Nachfolger von Rüdiger Oppers (52) und hat Platz genommen auf dem Chefsessel

der Redaktion. Oppers wechselt zum Chemieunternehmen Evonik, wo als neuer Lobbyist die Abteilung Public Affairs übernimmt, die Büros in Berlin und Brüssel leitet sowie als Bevollmächtigter des Vorstands auftritt. Er löst damit laut Information des „PR-Reports“ Leo Dautzenberg ab, der das Unternehmen verlässt. Oppers war sechs Jahr lang Redaktionschef der „NRZ“. Nachfolger Lachniet hat sein gesamtes Berufsleben bei der „NRZ“ verbracht. Schon vor Antritt seines Volontariats im Jahr 1985 arbeitete er bei der „NRZ“ als freier Mitarbeiter. Nach Stationen in den Lokalredaktionen in Mülheim, Rheinlanden und Moers wurde Lachniet 2007 in Chefredaktion berufen. Stellvertretender Chefredakteur war er seit Dezember 2007.

Das Erste überflügelt ZDF beim Marktanteil

Wechsel an der Spitze: Erstmals in diesem Jahr konnte „Das Erste“ das „ZDF“ bei der Gunst des Gesamtpublikums überflügeln. Während das „ZDF“ 0,9 Prozent Marktanteil verlor und nun bei 12 Prozent liegt, konnte „Das Erste“ seinen Marktanteil beim Gesamtpublikum um 0,6 Prozent auf 12,3 Prozent steigern. Auf den Plätzen drei und vier liegen „RTL“ mit 10,4 Prozent und „Sat.1“ mit 8 Prozent. Die beiden ältesten Privatsender hängen damit weiter im Quotientief fest. Auf dem fünften Platz liegt „ProSieben“ mit stabilen 5,9 Prozent. Den Wechsel an der Spitze führen die Medienbeobachter auf Ereignisse wie das DFB-Pokalfinale und das Hochwasser zurück. „Das Erste“ konnte hier mit hohen Einschaltquoten punkten.

Die TV-Marktanteile für Juni 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. Das Erste (12,3) 2. ZDF (12,0%), 3. RTL (10,8) 4. Sat.1 (8,0), 5. ProSieben (5,9). (Quelle: Meedia.de)

Google Glass

Zwischen Technikliebe und Angst um den Datenschutz

▶ Lesen Sie jetzt die Analyse

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

Müller von Blumencron wird Chefredakteur bei „FAZ.net“

Mathias Müller von Blumencron wechselt nach einem Bericht von „turi2.de“ als Chefredakteur zu „FAZ.net“. Vor einigen Monaten erteilte ihn die Kündigung bei „Spiegel-online.de“. Laut „turi2.de“ gilt er „als Vater der erfolgreichen Boulevardisierung von Spiegel Online“. In Frankfurt übernimmt er ab dem 1. Oktober die Chefredaktion für Digitale Medien sowie die Verantwortung für „FAZ.net“. Gleichzeitig ist er zuständig für alle digitalen Angebote des Verlags.

Medien compact (5) (26. KW-2013)

1. **Claudia Michalski**, Geschäftsführerin der Verlagsgruppe Handelsblatt in Düsseldorf, hat am 1. Juli zusätzlich zu ihren Aufgaben die operative Geschäftsführung des Fachverlags übernommen. Vorgänger **Klemens Werner** ist ausgeschieden, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Die strategische Ausrichtung der Verlagsgruppe Handelsblatt (VHB) setzt

auf die Stärkung und den Ausbau der Hauptmarken, zu denen im Fachverlag unter anderem die Publikationen „Der Betrieb“ und „absatzwirtschaft“ gehören. Die Fachmedien werden innerhalb der Verlagsgruppe enger an die Schwesterorganisationen von „Handelsblatt“ und „WirtschaftsWoche“ angebunden.

2. Aus Anlass aktuell erhobener Vorwürfe gegen das Portal „**Focus Online**“, wo Tahssin Asfour, der Inhaber einer Berliner PR-Agentur, in seiner gleichnamigen Ratgeber-Kolumne für seine Kunden wirbt, bekräftigt der **Deutsche Journalisten-Verband (DJV)** die **Trennung von Journalismus und Werbung**. Er verweist auf den gültigen Pressekodex und fordert die Einhaltung der Bestimmungen. Asfour wird im betreffenden Fall als Gastautor und nicht als Werber vorgestellt.
3. Seit etwas mehr als einem Jahr ist das Magazin „**Servus in Stadt & Land**“ in Bayern auf dem Markt. Themen sind Natur und Garten, Essen und Trinken, Land und Leute. Der **Verlag Red Bull Media House** legte jetzt dazu erste Ergebnisse der aktuellen IVW-Prüfung vor. Demnach wurde im ersten Quartal 55.423 Exemplare verkauft, aus Sicht des Verlags ein großer Erfolg. Ab sofort wird Servus in Stadt & Land daher auch in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Hessen vertrieben. Die Red Bull Media House Publishing GmbH ist Teil des in Salzburg ansässigen Red Bull Media House.
4. **Moritz Döbler** ist bei der Berliner „Tagesspiegel“-Gruppe als geschäftsführender Redakteur verantwortlich für den neu geschaffenen Bereich Konzepte und Kooperationen. Der „Tagesspiegel“ will damit verschiedene Geschäftsfelder, unter anderen Veranstaltungen und Corporate Publishing, bündeln und zusätzliche Erlöse erwirtschaften. Döbler ist seit über 20 Jahren Politik- und Wirtschaftsjournalist, unter anderem war er Leiter des Berliner Büros der Nachrichtenagentur Reuters. Seit 2005 ist er beim „Tagesspiegel“ und leitete zuletzt die Wirtschaftsredaktion.
5. **Theo Mönch-Tegeder** (60) wird zum 1. September Geschäftsführer der Katholischen Nachrichten-Agentur GmbH (KNA) in Bonn. Der gelernte Journalist und Verleger übernimmt die Nachfolge von **Thomas Juncker** (57), der als Mediendirektor ins



Erzbistum Köln wechselt. Mönch-Tegeder leitet derzeit den Verlag des Kirchenboten Osnabrück. Im Medienhaus des dortigen Bistums zeichnete er als Geschäftsführer auch für die Unternehmen Dom Medien GmbH, Verlag Bistumspresse GmbH sowie Dom Buchhandlung GmbH verantwortlich.

Social Media

Social Business: Spreu trennt sich vom Weizen

Experten diskutieren wegweisende Trends und Potenziale des Web 2.0. Der Hype um soziale Medien ist vorbei. Nun trennt sich die Spreu vom Weizen, so der Tenor am 26. Juni auf der Best of Social Media Convention in Wien. "Marken werden immer ähnlicher. Um sich vom Mitbewerber zu unterscheiden, müssen Marken jedoch nicht horizontal, sondern funktional wachsen", so Dietmar Dahmen in seiner Keynote. Der Creative Consultant meint damit den Wandel einer Marke zu einem komplexen "Operating System", das die Kunden genau dort abholt, wo sie sich am liebsten aufhalten. Dazu zählen unter anderem Maßnahmen wie "Community Building" oder die Einführung von Online-Services. Ziel sei es, durch Connectivity für alle Beteiligten einen Mehrwert zu schaffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Reputation Management

The HP Way – hat sich HP verlaufen?

(cw) Was einst in der Garage begann mit zwei charismatischen und leidenschaftlichen Gründern steht vor Problemen, die sich wohl nur langfristig lösen werden. Kundenorientierung, Vertrauen und Respekt, Ergebnisorientierung, Geschwindigkeit und Flexibilität, wegweisende Innovationen, Teamgeist und kompromisslose Integrität bilden die tägliche Basis des unternehmerischen Handelns, so die Inhalte des HP Way. Die Gründeridee, neben Innovation vor allem auf engagierte Mitarbeiter zu setzen als wertvollstes Gut, ging die letzten Jahre gründlich daneben. An genau diesen wurde immer wieder und wird nun wieder gespart. Weitere Stellenstreichungen setzen an dem ehemals ‚wertvollsten Gut, dem Mitarbeiter an. Bis 2014 sollen weltweit 27.000 Mitarbeiter von der Gehaltsliste verschwinden. Volker Schmid, bisheriger Deutschlandchef, hat das Unternehmen spontan verlassen. Schwere Zeiten auch für die interne und externe Kommunikation. Diese gerät auch zwischen Betriebsrat und Management immer wieder ins Stocken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 94: Den Mehrwert von Agenturqualität und professioneller Beratung verdeutlichen

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

Interview mit Uwe Kohrs (58) (Foto) zu seinem Selbstverständnis und seinen Zielen als neuer GPRA-Präsident.



PR-Journal: Was sind Ihre persönlichen Ziele für die kommenden Jahre?

Uwe Kohrs: Natürlich zuerst einmal das impact-Team weiter auszubauen und spannende Talente zu uns zu holen, die mich fordern und die mit Leidenschaft unseren Beruf ausüben wollen. Dann den Austausch mit den Kolleginnen und Kollegen in der GPRA zu intensivieren und daran mitzuwirken, dass die GPRA als Interessensvertretung der Agenturdienstleister in Deutschland die Aufmerksamkeit am Markt bekommt, die sie verdient. Und schließlich meine alte Band zu reaktivieren und mehr Zeit im Proberaum zu verbringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Interview mit L. Rolke und J. Sass: Wertschöpfung durch Wertschätzung



Der DPRG-Arbeitskreis „Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung“ hat unter der neuen Leitung von Lothar Rolke (Foto, l.) und Jan

Sass (Foto, r.) seinen thematischen Blickwinkel erweitert, um sich stärker den praktischen Problemen des Kommunikationsmanagements zu zuwenden. Nachdem die erste Sitzung mit der neuen Ausrichtung bei Daimler in Stuttgart stattgefunden hat, sprach das "PR-Journal" mit beiden über ihre Eindrücke und die weiteren Pläne. Der Impuls-Report von der ersten Veranstaltung kann übrigens [hier heruntergeladen werden](#).

PR-Journal: Aus dem bisherigen Arbeitskreis „Wertschöpfung“ ist der Arbeitskreis „Kommunikationssteuerung und Wertschöpfung“ geworden. Was ist wirklich neu?

Lothar Rolke: Thematisch wollen wir die klassischen Controlling-Fragen von kommunikativer Wirksamkeit und Effizienz sichtbarer an die Zielfor-

mulierung zurückbinden. Praktisch möchten wir Steuerungsfragen nicht über theoretische Modelle diskutieren, sondern anhand der konkreten Problemstellungen, mit denen Unternehmen täglich zu tun haben. Damit das funktioniert, müssen sich hinreichend Kommunikatoren aus den Unternehmen an den Veranstaltungen beteiligen. Und das hat beim ersten Mal sehr gut funktioniert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Prokon: ein PR-Lehrstück, wie man es nicht machen sollte

Hallo, PR-Berater, dies ist ein Notruf: Es gibt dringenden Beratungsbedarf. Wieder einmal ist ein Unternehmen auf ein Instrument zurückgekommen, das längst ausgestorben schien. Gemeint ist der gute alte Presseboykott. Ja, den gibt's tatsächlich noch. Jüngstes Beispiel: der Windkraftriebe Prokon hat ihn jetzt verkündet – wegen vermeintlich unliebsamer Berichterstattung der bösen Medien in großer Zahl. Auf der [Website von Prokon](#) heißt es: „...haben wir uns entschieden, für Presseanfragen nicht mehr zur Verfügung zu stehen und unsere Zeit lieber ausschließlich für die wirklich wichtigen Dinge, nämlich die Realisierung von Projekten und die Betreuung unserer Anleger und Interessenten zu verwenden.“ – Gut geschenkt, könnte man denken. Wieder so ein ewig Gestriger, der es nicht besser weiß. Doch bei Prokon kann man nicht so einfach zur Tagesordnung übergehen. Denn hier geht es auch um die Interessen und das Informationsbedürfnis von rund 66.000 Privatlegern, die laut „Welt“ mehr als eine Milliarde Euro in das Unternehmen investiert haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Unser großes Sommermenu (V)



(nsb - Foto) Und noch einmal Lavendel als Gewürz. Das darf man eigentlich nicht, in einem Menu zweimal auf die gleiche Pauke hauen. Man darf eben doch, wenn die ganze Speisenfolge unter dem Motto „Sommer“

steht. Es gibt Themen-Menus, die zum Beispiel im Mai und Juni ganz auf Spargel setzen; inklusive Dessert. Die heutige Küche ist da toleranter als Herr Escoffier ...

Ein zweites Aroma steuert diesmal die Tonkabohne bei. Mit „Bohnen“ hat das nichts zu tun – es handelt sich um die Samenkerne eines ursprünglich in Südamerika heimischen Baumes. Die werden getrocknet, in Rum eingeweicht und nochmals getrocknet, bis sie ihr schwarzbraunes Aussehen und ihr kräftiges Aroma erreicht haben, das irgendwo zwischen Vanille und Waldmeister liegt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Studie „Unternehmenskommunikation aus Sicht des Top-Managements“ bringt Überraschendes zutage

Bereits am 17. Juni haben wir im [PR-Journal über eine Studie berichtet, laut der das Top-Management seine eigene Kommunikationsleistung für den Unternehmenserfolg höher einschätzt als die Arbeit der Unternehmenskommunikations-Abteilungen.](#)

Die Studie wurde veröffentlicht von der Universität Leipzig, die sie gemeinsam mit der Humboldt Universität Berlin, dem FAZ-Institut in Frankfurt am Main sowie der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation in Leipzig

erarbeitet hatte. Jetzt hat sich der PR-Berater und Journalist Jörg Führer in seinem Blogg 2p.jf – public relations + publishing e.K. noch einmal ausführlich den Ergebnissen auseinandergesetzt. Er findet, dass die Studie „Unternehmenskommunikation aus der Perspektive des Top-Managements“ Überraschendes zutage bringt. So unterstellt er, dass aus Sicht des Top-Managements die wichtigste Aufgabe der Unternehmenskommunikation sei, Werbebotschaften per Massenmedien breit zu streuen. Lesen Sie selbst seinen [Beitrag auf seinem Blogg 2p.jf](#).

Ausführliche Berichte über Corporate Publishing-Wettbewerb

In der neuen Ausgabe von „CP Monitor“ berichtet die Redaktion ausführlich über den 11. Best of Corporate Publishing-Wettbewerb. Alle 45 Goldgewinner werden dort präsentiert, darüber hinaus wird ausführlich über die Sonderpreise berichtet. Die Jury hatte aus über 670 Einreichungen auszuwählen. Das Heft zeigt auch das offizielle Medaillen-Ranking. Das Einzelheft kann zum Preis von 20 Euro direkt auf der [Website von „CP-Monitor“](#) bestellt werden.

Kommunikation: Wie Ideen fliegen lernen

Ein guter Gedanke ist nur der Anfang. Wie können Sie andere Menschen von Ihrer Idee überzeugen? Zuerst müssen Sie sich über Ihre Absichten klar werden. Eine meiner Klientinnen hat eine Idee, für die sie brennt. Nennen wir sie Julie. Schon seit längerem überlegt sie, wie sie die Idee in die Tat umsetzen könnte. Nun hat sie erkannt, dass sie ihr Projekt an die Öffentlichkeit bringen muss, wenn daraus noch etwas werden soll. Julie glaubt, dass es zahllose intelligente, talentierte, aber benachteiligte Kinder gibt, die aus verschiedenen Gründen von den traditionellen Bildungswegen abgeschnitten sind. Sie

laufen Gefahr, niemals ihr gesamtes Können ausschöpfen zu können.

Julies Idee besteht vor allem darin, diesen vergessenen Kindern ihre eigenen Fähigkeiten vor Augen zu führen. Die Kinder sollen praktische Hilfestellung erhalten, um ihre Ziele und Träume zu erreichen. Julie hat ihren Ansatz bereits einigen Erziehungs-experten und -organisationen vorgetragen. Verschiedene Publikationen haben ihre Ideen veröffentlicht. Aber jetzt will sie den Druck erhöhen: Julie will eine gesellschaftliche Bewegung ins Leben rufen.

Den Artikel von John Butman am 26. Juni in "Harvard.Business.manager" [hier online weiterlesen](#).

Lobbyreport: Regierung blockiert Kampf gegen Abgeordnetenbestechung

Die Organisation LobbyControl, Köln stellt der schwarz-gelben Bundesregierung in Berlin ein verheerendes Zeugnis aus: Von der Mövenpick-Spende an die FDP bis zum Seitenwechsel des CDU-Staatsministers Eckhard von Klæden - die Liste fragwürdiger Aktivitäten und Wirtschaftskontakte in dieser Wahlperiode ist lang. Achtmal lag dem Rechtsausschuss des Bundestages in dieser Legislaturperiode ein Gesetzentwurf mit strengeren Regeln zur Abgeordnetenbestechung vor. Achtmal wurde dieser von der Regierungskoalition abgeschmettert - zuletzt Mitte Juni 2013. Seitdem steht fest, dass es vor der Bundestagswahl kein neues Gesetz geben wird. Deutschland bleibt beim Thema Abgeordnetenbestechung Entwicklungsland. *Den Artikel von Sven Becker und Michael Stürzenhofecker am 25. Juni in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#). Zur LobbyControl-Seite: <https://www.lobbycontrol.de/>*

Bildung

Bildung compact (3) (26. KW-2013)

1. Das Düsseldorfer Studieninstitut für Kommunikation ist dem Forum DistanzE-Learning, dem Fachverband für Fernlernen und Lernmedien e. V. beigetreten. Der Verband hat über 100 Mitglieder will durch wissenschaftliche und bildungspolitische Aktionen die öffentliche Diskussion anregen und Impulse für Innovationen setzen. Das **Studieninstitut für Kommunikation bietet derzeit drei Fernlehrgänge an**: im Bereich Eventmanagement den *Fernlehrgang Diplom-Eventmanagement* und den *Veranstaltungsfachwirt (IHK)*, im Bereich Marketing & Kommunikation den *Fachwirt Werbung und Kommunikation (IHK)*.
2. Die private **Fachhochschule des Mittelstands (FHM)** startet im Herbst erneut den **Bachelor-Studiengang Medienwirtschaft** als berufsbegleitendes Fernstudium. Das Angebot ist ausgerichtet auf eine spätere Beschäftigung im Management der Medien- und Kommunikationsbranche. An der FHM sind die Studierenden an regionale Fernstudienzentren (Bielefeld, Köln oder Hannover) angegliedert, an denen das Studium durch Präsenzseminare ergänzt wird. Informationsveranstaltungen zum Fernstudienangebot der FHM finden an jedem ersten Dienstag im Monat um 17.00 Uhr „in einem virtuellen Raum auf der Website“ statt.
3. Das **Dresdner Weiterbildungsteam**, ein Spezialist für Bildungsangebote rund um die Produkt- und Unternehmenskommunikation, bietet unter dem Titel „**Wirkungsvolle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für den Mittelstand entwickeln**“ ein neues Tagesseminar an. Es richtet sich insbesondere an Fach- und Führungskräfte in kleinen und mittelständischen Firmen bzw. Einrichtungen. Die Teilnehmer erlernen konzeptbasierte PR-Arbeit und erfahren, wie sich PR-Arbeit trotz geringer Budgets systematisieren und effizient gestalten lässt. Das Seminar findet erstmals am **8. Oktober in Dresden** statt. Weitere Informationen und Anmeldeöglichkeit direkt auf der *Website des Weiterbildungsteams*.

Studien

Studie: Auskunft über Blogs und Blogger

Wie bloggt Deutschland? So bloggt Deutschland: *Rankseller*, ein Marktplatz für Blog-Marketing und Blog-Vermarktung mit Sitz in Berlin, hat eine repräsentativen Studie veröffentlicht. Mehr als 48.000 Kontakte wurden per E-Mail angeschrieben, 2.344 von ihnen haben teilgenommen. Die Ergebnisse: 45,8 Prozent der befragten Blogger betreiben ihre Plattformen inzwischen bis zu drei Jahre, aber mit 26 Prozent gibt es auch einige, die bereits seit über fünf Jahren regelmäßig Informationen online zusammentragen. Auf nur einen Blog konzentrieren sich dabei 33,6 Prozent, während 35,3 Prozent zwei bis drei und 21 Prozent sogar mehr als fünf gleichzeitig mit Text befüllen. Inhaltlich sind die Themenbereiche „Heim und Garten“, „Erotik und Liebe“ sowie „Gesundheit und Ernährung“ führend. Shopping bildet das Schlusslicht der Top-Ten-Themen und ist demnach weniger begehrt als „Business-Content“ oder „Bildung und Wissen“. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Internationale Kommunikation wird zunehmen

Die internationale Kommunikation wird in Deutschland an Bedeutung zunehmen, alleine schon weil kaum ein anderes Land mehr Güter und Dienstleistungen als Deutschland exportiert. Das glauben rund drei Viertel der Teilnehmer an einer internationalen Befragung von Kommunikationsprofis, dem European Communication Monitor (ECM). 2.700 Kommunikationsfachleute aus 43 Ländern wurden befragt. Interessant: Trotz der Erkenntnis, dass die internationale Kommunikation wichtiger wird, verfügt nur eine Minderheit der Unternehmen über entsprechende Strategien. Tröstlich für die deutsche Industrie: Immerhin 58 Prozent der Befragten aus Deutschland halten die Organisation und Stra-

ategie für internationale Kommunikation in ihren Unternehmen für ausreichend.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Tipps compact (1) (26. KW-2013)

1. Fachmedien bewegen Märkte – in Wirtschaft und Wissenschaft. Wie Fachmedienhäuser in der digitalen Medienwelt Transformationsprozesse in ihren Häusern erfolgreich umsetzen und dabei die Wertschöpfung in den Märkten intensivieren, zeigt das **Jahrbuch der Deutschen Fachpresse** mit dem Titel „**Fachmedien in Deutschland 2013**“. Das Jahrbuch ist aktuell erschienen und steht als gedruckte und digitale Ausgabe zur Verfügung. ISBN-Nummer: 978-3-9814473-3-0; Umfang: 136 Seiten; Preis: 25 Euro für die Printausgabe; die *digitale Ausgabe ist online kostenfrei* verfügbar. Die Printausgabe kann *per Mail bei Martina Seiring* bestellt werden.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter Juli 2013

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print/zeitungen+Zeitschriften, Rundfunk/Radio+Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juni 2013 wurden 5.299 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 16.423 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internes - aus der Redaktion

Dillmann stellvertretender Chefredakteur beim PR-Journal



Thomas Dillmann (51) (Foto), seit Jahresbeginn neues Redaktions-Mitglied beim "PR-Journal", ist seit dem 1. Juli neuer stellvertretender Chefredakteur. Als freier Journalist übernimmt er zur Jahresmitte zusätzliche Verantwortung für die tagesaktuelle Berichterstattung im größten Online-Medium der PR-Branche. Herausgeber und Chefredakteur Gerhard A. Pfeffer (69) ist froh mit Dillmann an seiner Seite die Entwicklung des PR-Journals weiter vorantreiben zu können: „Dillmann ist mit seinem Know-how als Journalist und seinen langjährigen Erfahrungen aus der PR-Branche für das PR-Journal eine wichtige Säule für die Redaktion geworden. Durch diese Entlastung kann ich mich verstärkt um strategische Fragen und die Geschäftsentwicklung kümmern.“ Die Zusammenarbeit mit dem freien Journalisten soll in den nächsten Jahren weiter ausgebaut werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Journal: 31.546 Besucher im Juni 2013, 224.962 Visits im 1. Halbjahr 2013

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im Juni 2013 insgesamt 31.546 Besucher. Knapp 55 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 1.052 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 74.418 Pagelmpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet. Die **Halbjahresbilanz 2013**: 224.962 Visits; 567.023 Pagelmpressions,

265 neue PR-Jobs. Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im Juni eine Besuchszeit je Visit von 09:06 Minuten festgestellt. 55,6 Prozent waren neue Besucher – 50,2 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 25,1 Prozent waren direkte Zugriffe und 12,7 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Internetseiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 5 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (48)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [Projektmanager/in Public Relations, Mainz](#)
- [Stadler Markenkommunikation sucht PR-Berater \(m/w\), Kirchheim unter Teck](#)
- [Senior PR-Berater \(m/w\), München](#)
- [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](#)

Unternehmen

- [Verstärkung für unsere Marketing- und PR-Abteilung \(m/w\), München](#)
- [Juniorfachkonzeptionist \(m/w\) Kommunikationsmanagement & Kommunikationscontrolling, Eschborn](#)
- [Junior PR-Referent \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Referent \(m/w\), Berlin](#)
- [Mitarbeiter \(w/m\) Öffentlichkeitsarbeit, Hettingen](#)
- [Communications Expert \(m/w\) für die Region Europa, München bzw. Sulzbach/Ts](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Pressesprecher/in bei Campact, Verden/Aller](#)
- [Leiterin / Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte](#)
- [Junior PR-Berater\(in\) / Medienkoordinator\(in\), Gerlingen](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 01. Juli 2013 um 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.156 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 Karte 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 (ache-

lis[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](#)