

## Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 389 / 27./28. 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 überall und mit jedem Gerät abrufen. Der nächste Newsletter erscheint am 30. Juli 2013.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 389. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 125 Einzelmeldungen):

1. *PR-Interview Nr. 95. Heidi Haug + Björn Eichstädt: Einen klaren Ausbildungsplan und ein gutes Mentorenprogramm zum Standard machen*
2. *Umfrage: Unzufriedenheit mit der parlamentarischen Demokratie*
3. *PR-Sommer Symposium: Ohne Leidenschaft keine Karriere*
4. *Ralph Driever übernimmt interimistisch die Vodafone-Kommunikation*
5. *Vehlewald zurück zur „Bild“ – Stelle des Abteilungsleiters Kommunikation im SPD-Bundesvorstand bleibt vakant*
6. *Personalien compact - Agenturen (17) (27./28. KW-2013)*
7. *Personalien compact - Unternehmen (13) (27./28. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Sonstige (13) (27./28. KW-2013)*
9. *Fink & Fuchs PR mit neuen Kunden*
10. *Familie Redlich überzeugt Bundesministerium der Finanzen*
11. *Edelman PR für C&A*
12. *Etats compact (28) (27./28. KW-2013)*
13. *Burson-Marsteller wird neues GPRA-Mitglied*
14. *Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation kooperiert mit Lintemeier Stakeholder Relations*
15. *Branche compact (13) (27./28. KW-2013)*
16. *Korruptionsbarometer: Glaubwürdigkeitsverluste für Medien*
17. *Zeitungen sind für viele das Mittel der Wahl zur Wahl*
18. *Printmarktanalyse: Mehr Verlierer als Gewinner*
19. *Medien compact (5) (27./28. KW-2013)*
20. *Die fünf großen Social-Media-Trends*
21. *Blogger Relations für viele Unternehmen in Österreich noch Neuland*
22. *Studie: Reaktionszeiten von Karriere-Fanpages untersucht*
23. *Studie: Starke Präsenz aber kaum Dialog – Finanzdienstleister in den sozialen Medien*
24. *Social Media compact (12) (27./28. KW-2013)*
25. *Interessante KPMG-Studie: 62 % der RepRisk-Manager legen den Fokus ihrer Arbeit auf die Öffentlichkeit*
26. *Nintendo-CEO: Iwatas Reputation schwindet*
27. *Nachhaltigkeit: Drogerien top, Modebranche flop*
28. *Deutscher CSR-Preis 2014 wird ab August ausgeschrieben*
29. *CSR compact (3) (27./28. KW 2013)*
30. *Umfrage des PR Career Centers zum Image von Agenturen: Edelman, fischerAppelt und Ketchum Pleon haben das schärfste Profil*
31. *Kommentar: Kritik an der Bundesregierung zur massiven Erhöhung der Werbeausgaben im Wahljahr*
32. *So kommunizieren „Alpha-Menschen“ – Neun Merkmale*
33. *Chinesische Propaganda aus Finnland?*
34. *Deutschland und der Überwachungsskandal: Wir Untertanen*
35. *Unzufriedenheit mit Unternehmenschefs*
36. *Strafrechtliche Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit*
37. *Bildung compact (5) (27./28. KW-2013)*
38. *ECOPSI-Studie: Kompetenzdefizite und fehlende Weiterbildungskonzepte sind zentrale Herausforderungen für Kommunikationsabteilungen in Europa*
39. *Studien compact (2) (27./28. KW-2013)*
40. *Rechtsfragen in der Bewegtbildkommunikation*
41. *Termine compact (7) (27./28. KW-2013)*
42. *Tipps compact (7) (27./28. KW-2013)*
43. *Immer und überall: PR-Journal mit allen Systemen und Geräten ansehen*
44. *Jobbörse*
45. *Impressum*

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

## Seite 1

### PR-Interview Nr. 95. Heidi Haug + Björn Eichstädt: Einen klaren Ausbildungsplan und ein gutes Mentorenprogramm zum Standard machen

„Das PR-Interview im PRJ“ wird realisiert von  
*k1 gesellschaft für kommunikation*, Köln



Interview mit Heidi Haug (r.) und Björn Eichstädt (l.), Geschäftsführende Gesellschafter der PR-Agentur Storymaker,

Tübingen über Ausbildungsstandards in der PR-Branche.

**PR-Journal:** Eine von uns im Juni durchgeführte Umfrage über die Bezahlung von Volontären/ Trainees brachte das Ergebnis: Die meisten Agenturen zahlen ihrem Nachwuchs mindestens 1.600 Euro monatlich. Wie bewerten Sie dieses Ergebnis?

**Heidi Haug:** Wenn es nicht die meisten, sondern alle Agenturen wären, dann würde ich das positiv sehen. Dass es immer noch viele Agenturen in der Branche gibt, die teilweise sogar weniger als 1.000 Euro bezahlen – wie uns regelmäßig Bewerber berichten, ist beschämend.

**Björn Eichstädt:** Die Bezahlung ist das eine, der Inhalt der Ausbildung das andere. Gerade hier sehen wir viele Defizite, die durch eine Verbesserung auf der Gehaltsseite leider noch lange nicht aufgehoben sind.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

**AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBACHTUNG

## DAS ENTSCHEIDENDE WISSEN

### Umfrage: Unzufriedenheit mit der parlamentarischen Demokratie

Zwei Monate vor der Bundestagswahl wird das Thema Soziale Gerechtigkeit in der Öffentlichkeit differenziert betrachtet. Zugleich ist das Vertrauen der Bürger in die parlamentarische Demokratie getrübt. Das sind die Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage der PR-Agentur Ketchum Pleon, durchgeführt von YouGov. Befragt nach der Zufriedenheit mit dem demokratischen System in Deutschland zeigt sich eine knappe Mehrheit von 54 Prozent der mehr als 1.000 Befragten sehr oder eher zufrieden; 46 Prozent der Befragten äußern sich sehr oder eher unzufrieden. Unter den befragten Frauen fällt die Zufriedenheit knapper (51 Prozent) aus als bei den Männern (60 Prozent); mit sinkendem Haushaltseinkommen wird die Systemfrage immer stärker gestellt. So äußern sich bereits 58 Prozent derjenigen, die über ein Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.000 Euro im Monat verfügen (zu dieser Gruppe gehörten rund 40 Prozent aller Befragten) als sehr oder eher unzufrieden mit dem System.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## PR-Sommer Symposium: Ohne Leidenschaft keine Karriere

Ohne Kompetenzen macht man keine PR-Karriere – und ohne Leidenschaft erst recht nicht. So lautete eine der zentralen Aussagen auf dem diesjährigen *Sommer Symposium*, das am 6. Juli in Düsseldorf zum fünften Mal stattfand. Der vom PR Career Center organisierte Karrierekongress bot wieder hochkarätige Referenten aus Agenturen, Unternehmen und der Wissenschaft. Sebastian Ackermann, Leiter Kommunikation von RWE Deutschland, sprach mit jungen Talenten darüber, wie man vom Young Professional zum Professional wird. Kernaussage hier: Ein klares Profil und Leidenschaft sind Grundvoraussetzung für beruflichen Erfolg. „Klar ist es wichtig, dass man sein Handwerkszeug beherrscht. Aber man muss nicht zuletzt für sein Thema und seine Aufgabe brennen“, so Ackermann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



börsennotierten Halbleiterherstellers Infineon in München. Als Corporate Vice President Communications war er dort in den letzten fünf Jahren für die weltweite externe und interne Kommunikation sowie für die Marketingkommunikation verantwortlich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Vehlewald zurück zur „Bild“ – Stelle des Abteilungsleiters Kommunikation im SPD-Bundesvorstand bleibt vakant

Hans-Jörg Vehlewald (49), erst seit März 2012 Abteilungsleiter Kommunikation beim SPD-Bundesvorstand in Berlin, ist zurück zur „Bild-Zeitung“ gegangen. Das berichtete am 8. Juli der Mediendienst „turi2“ unter Berufung auf das „Handelsblatt“. Wie die Pressestelle der Bundes-SPD dem „PR-Journal“ gegenüber bestätigte, hat Vehlewald seine Arbeit für die „Bild-Zeitung“ bereits wieder aufgenommen. Bis zum Ende des Bundestagswahlkampfes wird die Stelle im SPD-Bundesvorstand auch nicht wieder besetzt, die volle Aufmerksamkeit solle jetzt der Kampagne für Peer Steinbrück gehören, hieß es bei der SPD-Pressestelle auf Nachfrage des „PR-Journals“. Vehlewald ist als Chefreporter zu „Bild“ zurück gekehrt. Dort war er bereits zehn Jahre lang vor seinem Wechsel zur SPD.

## Personalien

### Ralph Driever übernimmt interimistisch die Vodafone-Kommunikation

Ralph Driever (52) leitet ab 15. Juli den Kommunikationsbereich von Vodafone Deutschland in Düsseldorf. Als Kommunikationschef wird er die externe und interne Kommunikation sowie die Politik und die CR-Aktivitäten des Konzerns verantworten bis ein Nachfolger für Thomas Ellerbeck gefunden ist. Der bisherige Geschäftsführer Konzernkommunikation hatte Vodafone Deutschland Ende Juni Richtung TUI AG nach Hannover verlassen. Driever wird direkt an Vodafone Deutschlandchef Jens Schulte-Bockum berichten und an den Sitzungen der Geschäftsleitung teilnehmen.

Driever leitete zuletzt die Kommunikation des

## Personalien compact - Agenturen (17) (27./28. KW-2013)

1. **Ulrike Schinagl** (35) wird das B2B-Team um **Jörg Stelzer** bei Schwartz Public Relations in München um eine erfahrene Kommunikationsexpertin erweitern. Zuletzt war sie fünf Jahre bei der Agentur Bestsidestory GmbH in Leipzig tätig. Bei Schwartz Public Relations betreut sie künftig als Account Managerin Kunden aus den Technologie-Bereichen IT, Business Software und Mes-  
sewirtschaft.
2. **Judith Christina Pierau** wechselt von Grayling zu FleishmanHillard (beide in Frankfurt am Main) und verstärkt das Digital-Team als Consultant Digital & Social. Sie wird als Account Supervisor Teil des standortübergreifenden Digital-Teams. Unter der Führung von **Arne Klempert**, seit 2010 Director Digital bei FleishmanHillard in Deutschland und EMEA Digital Lead, ist die Unit für die strategische Kundenberatung zu allen Aspekten der digitalen Kommunikation verantwortlich.
3. **Karim Schäfer** (55), über zwölf Jahre PricewaterhouseCoopers-Pressesprecher und zuletzt fester Berater bei der Hamburger PR-Agentur Faktenkontor, hat gemeinsam mit der Journalistin **Jana Wischnewski** (31) im RheinMain-Gebiet die Agentur Main-Pressesprecher gegründet. Zielgruppe der PR-Berater sind Unternehmen aus dem Consulting-, Finanz- und Medienbereich sowie Verbände. Vor seiner Beratertätigkeit, arbeitete Schäfer 15 Jahre als Journalist für mehrere Verlagshäuser und öffentlich-rechtliche Fernsehanstalten.
4. **Kristina Van Cleave** (36) verstärkt seit dem 1. Juli das Beratungsteam der Mannheimer B2B-Agentur Callies & Schewe. Van Cleave übernimmt für verschiedene Kunden das Partnermanagement bei internationalen Großveranstaltungen. Sie kommt von der LMB-Werbeagentur in Walldorf. Callies & Schewe ist auf Content Marketing und Employer Branding für IT- und Technologieunternehmen spezialisiert.
5. **Holger Scharnofske** ist seit dem 1. Juli neuer Chief Financial Officer von Grey Deutschland. Der gebürtige Kölner verantwortet damit die Finanzen der gesamten deutschen Grey Gruppe inklusive der Töchter Gramm, Grey Shopper oder Grey Media.



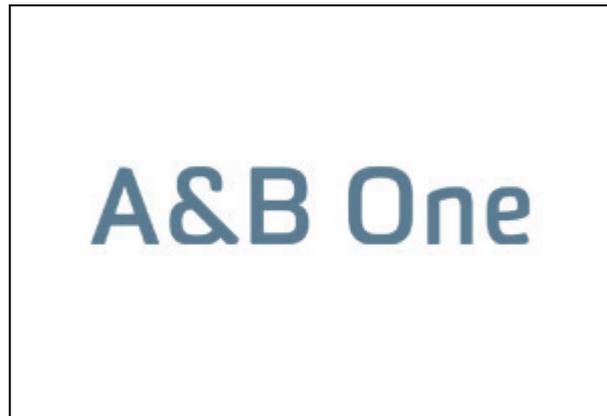
- Scharnofske, der 2011 zu Grey kam, hatte zuletzt als Prokurist und Head of Controlling den Finanzbereich interimistisch geleitet. Zuvor war er als Assistent in der Finanzabteilung von TBWA tätig.
6. **Madeleine Göhring** leitet seit dem 1. Juli den neuen Unternehmensbereich Arbeitgeber-Marketing bei der Hamburger Kommunikationsagentur Faktenkontor. Die PR-Beraterin und Marketingkauffrau, die seit 2012 bei Faktenkontor ist, entwickelt und betreut künftig Kommunikationsaktivitäten, die es Unternehmen ermöglichen, sich gegenüber der Öffentlichkeit und Fachkräften als attraktive Arbeitgeber zu präsentieren. Vor ihrem Wechsel zum Faktenkontor arbeitete Göhring bei iq media marketing, der Media-Vermarktung der Verlagsgruppe Handelsblatt.
  7. **Maren Horn** ist seit dem 1. Juli bei der in Köln ansässigen Agentur B+D Interactive tätig. Als Account Director hat sie die operative Führung ausgewählter Etats übernommen, unter anderem für den Kunden Sony. Durch ihre langjährige Erfahrung in der klassischen und digitalen Kommunikation bringt Horn neben operativen Fähigkeiten Know-how in der strategischen Markenführung mit. Sie kam von Grey Worldwide zu B+D, wo sie vor acht Jahren ihre Karriere begonnen hatte.
  8. **Patrick Driemel** (34) verstärkt seit Mai die Kreativ-Abteilung der Freiburger Agentur s&k healthcare communication. Zuvor arbeitete der studierte Grafik-Designer in verschiedenen Freiburger Agenturen, zuletzt war er dreieinhalb Jahre bei der Markenagentur Kiesewetter als Leiter der Kreation tätig. Driemel leitet bei s&k healthcare ein vierköpfiges Grafikteam und unterstützt Creative Director **Michael Klähn** bei seinen Aufgaben.

9. **Markus Hermsen** (40), seit März 2012 Geschäftsführer von Hotwire in Deutschland, übernimmt ab August zusätzlich die Rolle des Managing Director Continental Europe für die globale PR- und Kommunikationsberatung. Zu dieser Region zählen neben Deutschland die Büros in Frankreich, Spanien und Italien. Er folgt in dieser Funktion auf **Christophe Goudy**, ehemaliger Managing Director Hotwire Frankreich. Goudy wird künftig das Geschäft von Hotwire in den USA von San Francisco aus als Senior Vice President Client Development vorantreiben. Die Geschäftsführung in Frankreich übernimmt **Virginie Puchaux**, die seit zehn Jahren für Hotwire arbeitet.
10. **Marco Roos** (47) ist seit dem 1. Juli neuer Creative Director bei B+D Communications in Köln. Seine Schwerpunkte liegen vor allem in der strategischen Kreation und Beratung. Roos kommt von der Kölner Agentur megacult zu B+D, wo er eine leitende Funktion im Management Team innehatte. Zuvor war bei verschiedenen Agenturen in Düsseldorf tätig, dazu gehörten unter anderen Grey sowie der Grey-Tochter Healthy People und TBWA. Zusätzlich zu seiner neuen Tätigkeit ist Roos auch als Dozent an der Kölner Design Akademie tätig.
11. **Andreas Harnischfeger** (31) ist seit dem 1. Juli Leiter Marketing und Digitales von komm.passion in Düsseldorf. Er kommt von der Omnicom-Tochter OMG Fuse, bei der er als Group Manager vor allem im Bereich Social Media Marketing tätig war. Zuvor war Harnischfeger bereits bis Anfang 2012 bei komm.passion. Als Senior Berater verantwortete er integrierte Campaigning-Etats für verschiedene Unternehmen. Sein persönlicher Schwerpunkt liegt auf Marken- und Online-Kommunikation.
12. **Alexander von Oheimb** (40) wechselt die Seiten und ist als geschäftsführender Gesellschafter bei der Agentur Groothuis. mit Sitz in Berlin und Hamburg eingestiegen. Zuletzt war er als Ressortleiter in der Unternehmensentwicklung der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ tätig. Vorher bekleidete er unterschiedliche Positionen bei der Verlagsgruppe von Holtzbrinck und im „Zeit“-Verlag. Unter anderem war er dort für den Aufbau des Kunstmagazins „Monopol“ und die Anzeigenleitung bei „Architectural Digest“ verantwortlich.



13. **Karl Rainer Thiel** (51), in den vergangenen acht Jahren Leiter Konzernkommunikation und Endkundenmarketing des Managed Document Service-Dienstleisters TA Triumph-Adler in Nürnberg, hat das Unternehmen zum 30. Juni verlassen, um sich selbständig zu machen. Er gründete die Kommunikationsberatung "Thiel - Die Marke". Thiels Stelle wird nicht neu besetzt. Bevor er 2005 zu Triumph-Adler kam, war er Generalmanager Marketing Communications bei OKI Systems Deutschland.
14. **Kathrin Lenzer** verstärkt als Redaktionsleiterin seit dem 4. Juli die LessingvonKlenze Kommunikationsberatung GmbH am Standort München. Sie berichtet direkt an die Geschäftsführung. Die gebürtige Hessin bringt mehr als 15 Jahre Erfahrung in verschiedenen deutschen Verlagshäusern mit und wird in der bayerischen Landeshauptstadt vor allem den Kernbereich Redaktion weiter ausbauen.
15. **Lisa Zimmer, Anna Wurzbacher** und **Natascha Langhein** sind neue Mitarbeiterinnen der auf Tourismus-Marketing und -PR spezialisierten Münchner Agentur LMG Management GmbH. Zimmer arbeitet seit Juni als PR Managerin im Hotellerie-Team. Sie kam von der Kommunikationsagentur PRCo Germany GmbH zu LMG. Seit Anfang Juli unterstützt Wurzbacher die Agentur als Junior PR Managerin. Sie war zuvor bei Stromberger PR beschäftigt. Langhein ist seit Mai als Senior Marketing Managerin im Marketingteam von LMG dabei. Zuvor verantwortete sie während der vergangenen fünf Jahre als Senior Project Managerin und Teamleiterin die Live Kommunikation bei der tmf dialogmarketing GmbH in München.

16. **Alfred Jansen** ist neuer Geschäftsführer der deutschen Dependence der internationalen Netzwerkagentur Cohn & Wolfe in Frankfurt am Main. Vorgängerin **Christiane Dirkes** hatte die Agentur nach acht Jahren als Geschäftsführerin bereits im März mit unbekanntem Ziel verlassen. Zuletzt war Jansen Geschäftsführer bei A&B One und dort verantwortlich für den Bereich Unternehmens- und Finanzkommunikation. Zuvor war er Managing-Partner bei Ketchum Pleon. Mit der Verpflichtung Jansens will Cohn & Wolfe die Geschäftsaktivitäten an den deutschen Standorten in Frankfurt am Main, Hamburg und München – dort mit der Schwestergesellschaft AxiCom – weiter ausbauen.
17. **Karl Krüger** verstärkt seit dem 1. Juli das „Public-Affairs-Team“ der Berliner Nymoen Strategieberatung. Krüger, der Rechtsanwalt ist und über Erfahrungen in der Ministerialverwaltung verfügt, war in den vergangenen Jahren als Lobbyist für die VNG Verbundnetz Gas AG und die Wintershall Holding GmbH in Berlin tätig. Die Nymoen Strategieberatung betreut Mandate für Kommunen und Unternehmen, die sich insbesondere in der Energie- und Entsorgungswirtschaft engagieren.



### Personalien compact - Unternehmen (13) (27./28. KW-2013)

1. **Tobias Nickel** (45) leitet seit dem 1. Juli Marketing und Unternehmenskommunikation beim Autozulieferer Dräxlmaier Group in Vilsbiburg. Die neu geschaffene Funktion vereinigt die bislang getrennt operierenden Bereiche im Sinne einer integrierten Kommunikation unter einem Dach. Nickel war zuvor seit dem Jahr 2000 bei der BMW AG in verschiedenen Funktionen tätig, zuletzt seit 2006 als Leiter der Marketingkommunikation.
2. **David Müller** (36) wird als Nachfolger von **Christian Beusch** ab dem 1. Oktober neuer Leiter Unternehmenskommunikation beim schweizerischen Versicherungskonzern Visana in Bern. Müller arbeitete zuvor seit 2004 für die FDP, in den vergangenen fünf Jahren als Geschäftsführer im Kanton Zürich. Vorgänger Beusch wechselt in den Ruhestand.
3. **Ingun Metelko** (44) arbeitet seit dem 1. Juli als neue Leiterin des Bereichs Media Relations in der Unternehmenskommunikation des Stromkonzerns Verbund in Wien. Sie wurde Nachfolgerin von **Ines Schurin**, die das Unternehmen verlassen hat. Metelko, die an die Leiterin Konzernkommunikation **Beate McGinn** berichtet, wechselte von Philips Austria zum Stromkonzern Verbund. Dort war sie Leiterin der Konzernkommunikation und Pressesprecherin.
4. **Claudia Kasper** (33) ist seit dem 1. Juli neue Leiterin der Pressestelle beim Porzellan- und Haushaltswarenhersteller Rosenthal in Selb. Sie wurde Nachfolgerin von **Sabine Schrenk**, die das Unternehmen verlassen hat. Kasper kommt aus der Automobilindustrie. Sie arbeitete zuvor seit 2005 bei Hyundai Motor Deutschland, zunächst als Referentin Öffentlichkeitsarbeit, seit 2011 als Leiterin der Unternehmenskommunikation. Bei Rosenthal ist Chief Operating Officer **Gianluca Colonna** ihr Vorgesetzter.
5. **Bianca Herzog** (27) leitet seit dem 13. Juni als Nachfolgerin von **Andrea Filoxenidis** die Unternehmenskommunikation beim österreichischen Versicherungskonzern Helvetia in Wien. Herzog ist im Rahmen ihrer neuen Aufgabe auch verantwortlich für Corporate Publishing und Customer Relations. Sie wechselte von Siemens Österreich, wo sie seit 2009 war, zur Helvetia. Vorgängerin Filoxenidis hat das Unternehmen bereits verlassen.
6. **Andreas Finke** (40) ist seit dem 10. Juli neuer Leiter der Unternehmenskommunikation von Dyson Deutschland mit Sitz in Köln. Er verantwortet die externe, interne und Social Media Kommunikation des britischen Technologie- und Erfinderunternehmens. Zuletzt war er bei

Dyson Leiter der Medien- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher. Unterstützt wird Finke ebenfalls seit dem 10. Juli von **Dustin Pawlitzek** (27). Er kommt von der Agentur komm.passion und ist für die Kommunikation im Geschäftsfeld Dyson Airblade zuständig. Pawlitzek ergänzt das Team um Pressesprecherin **Sonja Neubauer** (35) und **Elena Späth** (26), die für Social Media verantwortlich ist.

7. **Axel Wieczorek** (48) ist neuer Head of Communications & Public Relations bei Novartis Vaccines in Holzkirchen bei München. Für die Impfstoff-Sparte des Schweizer Biotechnologie- und Pharmakonzerns verantwortet er seit dem 1. Juli die gesamte Kommunikation für Zentral- und Osteuropa. Der ehemalige Journalist, der unter anderem für „Bild“ und „Abendzeitung“ tätig war, kommt von Johnson & Johnson Medical, wo er zuletzt die Abteilung Public Affairs & Communication für Deutschland, Österreich und die Schweiz leitete. Davor war er für die externe Kommunikation von Siemens Healthcare weltweit verantwortlich.
8. **Nicole Kircher**, Wirtschaftsjournalistin bei der schweizerischen „SonntagsZeitung“, wechselt die Seiten und wird zum 1. November Senior Kommunikationsberaterin bei der UBS Bank in Zürich und Basel. Nach 20 Jahren im Journalismus hatte Kircher eine neue Herausforderung auf Industrieseite gesucht. Bei UBS wird Kircher den Schweiz-Chef **Lukas Gähwiler** vor allem in Fragen der strategischen Kommunikation unterstützen.
9. **Marion Dreßler** (37) verabschiedet sich von der Fondsgesellschaft Fidelity Worldwide Investment, Königstein im Taunus. Dreßler war fünf Jahre lang für die interne und externe Kommunikation bei Fidelity Deutschland und Österreich verantwortlich und zusätzlich seit einem Jahr auch für die Marketingaktivitäten. Vor ihr hatte bereits Managing Director **Christian Wrede** das Unternehmen im Februar verlassen. Über die Nachfolge von Dreßler und Wrede gibt es noch keine Informationen. Dreßler war vor ihrem Wechsel zu Fidelity von 2007 bis 2008 Pressesprecherin Personal, Recht und Corporate Social Responsibility bei der Deutschen Bank. Davor arbeitete sie ebenfalls als Pressesprecherin für den Bundesverband deutscher Banken.
10. **Nina Keim** (28) ist seit dem 1. Juli Managerin Communication Public Policy bei der Ubitricity Gesellschaft für verteilte Energiesysteme in Berlin. Die Position in dem Unternehmen, das sich um eine flächendeckende Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge kümmert, wurde neu geschaffen. Keim berichtet an die Geschäftsführung. Vor ihrem Wechsel arbeitete sie seit 2010 als Public Affairs Consultant bei der Agentur Bohnen Kallmorgen & Partner.
11. **Klaus Walther** ist seit dem 1. Juli neuer Leiter der Unternehmenskommunikation bei der Infineon Technologies AG. (*Wir berichteten.*) Damit einher ging eine Umstrukturierung: Mit dem Start Walthers wurde die politische Kommunikation mit der weltweiten externen und internen Kommunikation sowie der Marketingkommunikation unter einem Dach zusammengefasst. Walther verantwortet damit die Abteilungen CEO Communications, Internal Communications, Marketing Communications, Media Relations, Public Authorities and Associations und Web Communications.
12. **Stephan Holzinger**, geschäftsführender Gesellschafter der Münchner Kommunikationsberatung Holzinger Associates GmbH, ist vom zuständigen Registergericht Schweinfurt in den Aufsichtsrat der Rhön-Klinikum AG bestellt

## Wieder Marmeladentag?

### Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.

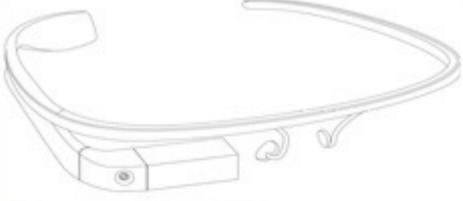
[www.lautenbachsass.de](http://www.lautenbachsass.de) T 0 69) 2 57 82 65 - 0

worden. In Folge des Rücktritts von **Karl Lauterbach**, der in das Kompetenzteam von SPD-Kanzlerkandidat **Peer Steinbrück** berufen worden war, war der Platz im Aufsichtsrat vakant. Holzinger, dessen Mandat beim MDax-Unternehmen bis Juni 2014 befristet ist, stellt seine Beratungstätigkeit für den Vorstand der Rhön-Klinikum AG mit sofortiger Wirkung ein.

13. **Ingo Horn** (39), zuletzt als Director Public Relations bei Travian Games in München, wechselt nach Berlin zum Spielhersteller Wargaming. Als Senior Communication Coordinator verantwortet Horn die internen PR Abläufe und die Medienarbeit. Er berichtet an **Tom Putzki**, Director of Communications. Vor seiner Tätigkeit in München war er für verschiedene Agenturen und Medien tätig, sowohl im TV- als auch im Printbereich.

### Personalien compact - Sonstige (13) (27./28. KW-2013)

1. **Tobias Heining** (39) wird ab dem 1. Dezember neuer Director Business Development & Communications bei der Wirtschaftsgesellschaft CMS Hasche Sigle in Berlin. Er wird dann unter anderen die Bereiche Marketing und Presse- und Öffentlichkeitsarbeit leiten. Derzeit ist Heining noch Head of Business Development bei CMS Hasche Sigle. In seiner neuen Funktion tritt er die Nachfolge von **Matthias Lichtblau** an, der eine führende internationale Rolle im CMS-Verbund übernimmt. Vor seinem Wechsel zu CMS Hasche Sigle Anfang 2009 war Heining knapp vier Jahre in der externen PR-Beratung für deutsche und internationale Anwaltskanzleien sowie danach mehr als dreieinhalb Jahre als Marketing Manager bei Gibson, Dunn & Crutcher in Deutschland tätig.
2. **Thomas W. Ottersbach** (49), Pressesprecher des Bundesamts für Justiz (BfJ) in Bonn, ist befördert worden. Seit dem 13. Juni ist er zusätzlich zum Leiter des Referats für Organisation, Veranstaltungsmanagement sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bestellt worden. Seit 2009 hatte Ottersbach verschiedene Funktionen im Bereich Pressarbeit für das BfJ inne. Im Jahr 2010 war



**Google Glass**

**Zwischen Technikliebe und Angst um den Datenschutz**

▶ **Lesen Sie jetzt die Analyse**

**AUSSCHNITT**  
MEDIENBEOBACHTUNG

- er kurzzeitig Referent für Verfassungsrecht im Bundesministerium der Justiz in Berlin, kehrte jedoch nach einigen Monaten zurück ins BfJ. Dort berichtet er in seiner neuen Funktion an Abteilungsleiterin **Karin Storm** und als Pressesprecher weiterhin an Präsident **Heinz-Josef Friehe**.
3. **Lis Petersen** (23) arbeitet seit dem 21. Mai als Pressesprecherin der Messe für Informationstechnik Cebit in Hannover. Vorgängerin **Anne-Kathrin Seibt** ist in Elternzeit gegangen. Petersen, die vor einem Jahr als Volontärin im Bereich Kommunikation der Deutschen Messe begonnen hat, berichtet an **Hartwig von Saß**, Leiter Kommunikation bei der Deutschen Messe.
4. **Hans-Georg Felder** (47) ist seit dem 1. Juli neuer Leiter Medien und Marketing beim SV Stuttgarter Kickers. In dieser Funktion ist er auch für den Bereich Fans verantwortlich. Er wurde Nachfolger von **Frank Pfauth**, der neue Funktionen im Verein übernommen hat. Erfahrungen als Vereinspressesprecher hatte Felder bereits von 2009 bis 2012 bei RB Leipzig gesammelt. Zuletzt war er seit dem vergangenen Jahr Pressesprecher bei SportsTotal.
5. **Annette Boutellier** (45) ist seit Anfang Juni neue Leiterin der Marketingkommunikation der

Migros Bank in Zürich. Boutellier, die von IBM Schweiz kam, wo sie in den vergangenen 13 Jahren unterschiedliche Aufgaben inne hatte, ist in ihrer neuen Funktion bei der Migros Bank zuständig für Werbung und Direktmarketing.

6. **Dirk Michael Herrmann** (36) ist seit dem 8. Juli neuer Sprecher der CDU-Landtagsfraktion in Thüringen. Er ist Nachfolger von **Karl-Eckhard Hahn**, der zum 1. Juli Regierungssprecher des Freistaates Thüringen wurde. Vor seinem Wechsel war Herrmann Kampagnen-Sprecher im Wahlkampfteam des niedersächsischen Ministerpräsidenten **David McAllister**. Davor war er von 2003 bis 2012 bei der „Bild-Zeitung“, unter anderem als Chef vom Dienst bei „Bild.de“ und Ressortleiter Politik/Wirtschaft in Hannover.
7. **Daniela Elpers** (26) wird als Nachfolgerin von **Daniela Lützeler** ab dem 19. August neue Referentin in der Pressestelle/ Öffentlichkeitsarbeit im Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz in Bonn. Vorgängerin Lützeler hat die Deutsche Bischofskonferenz verlassen. Elpers, die noch Volontärin bei der „Katholischen Wochenzeitung“ des Bistums Osnabrück ist, berichtet an Pressesprecher **Matthias Kopp** und Erzbischof **Robert Zollitsch**, den Vorsitzenden der Deutschen Bischofskonferenz.
8. **Volker Schmidt** (41) leitet seit dem 1. Mai die Unternehmenskommunikation der EBS Universität für Wirtschaft und Recht in Wiesbaden und Oestrich-Winkel. In der neu geschaffenen Stelle ist Schmidt verantwortlich für PR und Marketing. Er berichtet an die Geschäftsführung. Vor seinem Wechsel arbeitete er seit 2002 bei der „Frankfurter Rundschau“, zunächst als Volontär, später als Redakteur im Ressort Politik und zuletzt als Landeskorrespondent für Hessen.
9. **Dominik Lamming** (31) ist seit dem 1. Juli neuer Pressesprecher des Bundesverbandes Öffentlicher Banken Deutschlands (VÖB) in Berlin. Er berichtet an seinen Vorgänger **Stefan Rabe**, der als Leiter Kommunikation und Politik nun für die gesamte interne und externe Kommunikation des Verbands verantwortlich ist. Lamming war zuvor beim VÖB in der Abteilung Kommunikation & Politik sowie als stellvertretender Pressesprecher tätig.



10. **Oliver Arning** (40) hat zum 30. Juni die Aufgabe als Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband der Sicherheitswirtschaft (BDSW) und der Bundesvereinigung Deutscher Geld- und Wertdienste (BDGW) aufgegeben. Er wechselt zur Bundeswehr. Dort wird er im Landeskommmando Niedersachsen als Zivilangestellter eine von bundesweit 16 neu geschaffenen Stellen im Bereich der Informationsarbeit übernehmen. Vor seiner Zeit beim BDSW und der BDGW war er im Fachverlag für Sicherheit stellvertretender Chefredakteur der Titel „CD Sicherheits-Management“ und „Polizei heute“.
11. **Tobias Lengen** (29) ist neuer Kommunikationsleiter der Interessengemeinschaft Gesundheitsberufe in der Zentralschweiz (Zigg) in Alpnach. Zuvor arbeitete er bei der Wirz Corporate AG in Zürich. Seit dem 1. Juni ist Lengen für die Öffentlichkeitsarbeit und das Marketing für Gesundheitsberufe zuständig. Seine Hauptaufgabe ist es, die Zigg als Arbeitgeberverband und Dienstleistungsorganisation in der Schweiz bekannt zu machen.
12. **Eva Geel** leitet seit Ende Mai die Kommunikationsarbeit des Hilfswerks Solidar Suisse, Zürich. Geel ist für die Kampagnen und Kommunikation zuständig, so beispielsweise für die Kampagne zur Fussball-WM in Brasilien. Geel war zuletzt als Mitglied der nationalen Leitung Dienstleistungsberufe bei der Gewerkschaft Unia tätig. Zuvor arbeitete sie bei der Umweltorganisation Greenpeace zunächst als Pressesprecherin und dann als Leiterin des Kampagnenbereichs Klima und Energie. Vor ihrem Wechsel in die Kommunikation war sie als Journalistin tätig.
13. **Diana Posth** ist als Nachfolgerin von **Kristin Brunner** seit dem 1. Juli neue Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim pro-K Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V., Frankfurt am Main. Posth berichtet direkt an Geschäftsführer **Ralf Olsen**. Die Kommunikationswissenschaftlerin

arbeitete zuletzt als Leiterin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der beta-web GmbH in Bonn und betreute dort unter anderem die Öffentlichkeitsarbeit für einen deutschen Medizintechnikverband.

Veranstaltungen für die nächsten zwei Jahre gesondert zu vergeben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Edelman PR für C&A

C&A Europa, eine der führenden internationalen Mode-Handelsketten, engagiert das weltweit agierende PR-Beratungsunternehmen Edelman. Aus dem Hub Office in Frankfurt am Main berät und unterstützt die Edelman Corporate Communications Practice das Unternehmen bei der strategischen Planung und Umsetzung seiner Corporate-Aktivitäten. Diese zielen über Deutschland hinaus auf den europäischen Markt. „Die internationale Entwicklung der Corporate Brand C&A bedarf einer entsprechenden Weiterentwicklung der strategischen Corporate Communications auf europäischer Ebene“, betont Bart Brenninkmeijer, CMO und Mitglied des European Executive Board C&A Europe. Thorsten Rolfes, Unternehmenssprecher und Head of Corporate Communications C&A Europe, hebt hervor, dass für die Entscheidung pro Edelman deren internationales Netzwerk mit ausschlaggebend gewesen sei. Susanne Marell, Geschäftsführerin Edelman Deutschland: „Wir freuen uns, mit C&A ein führendes Modeunternehmen langfristig bei der weiteren Entwicklung im Bereich Kommunikation beraten zu können.“ Mit dem Etat-Gewinn von C&A sieht sie den Standort Deutschland im Edelman-Netzwerk gestärkt.

## Etats

### Fink & Fuchs PR mit neuen Kunden

Die Wiesbadener Fink & Fuchs Public Relations AG hat in den vergangenen Monaten verschiedene neue Mandate gewonnen. Neu auf der Kundenliste sind die Darmstädter Software AG, der Spezialist für Internetsicherheit Bitdefender und das US-Industrieunternehmen Littelfuse. Weitere Neukunden sind IntraWorlds, ein Anbieter von Talent Sourcing-Lösungen, Mindbreeze, Softwareanbieter für Enterprise Search und Big Data, sowie Gelbe Seiten, der Pionier der deutschen Branchenverzeichnisse, der gemeinschaftlich von 16 Gelbe Seiten Verlagen und der DeTeMedien GmbH in ganz Deutschland herausgegeben und verlegt wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Familie Redlich überzeugt Bundesministerium der Finanzen

„familie redlich“ aus Berlin unterstützt ab sofort die Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums der Finanzen (BMF) im Bereich Veranstaltungen. In einem mehrstufigen europaweiten Wettbewerb konnte sich die Agentur durchsetzen und verantwortet nun als Leadagentur den Veranstaltungsetat. Die Aufgaben des Teams um Bereichsleiter Ingmar Klatt umfassen die Beratung, Planung, Steuerung sowie Nachbereitung von Veranstaltungs- und Dialogformaten. Das BMF hatte zu Beginn des Jahres beschlossen, das Mandat für

### Etats compact (28) (27./28. KW-2013)

1. BASF, Ludwigshafen  
was: Kommunikation für neuen Hochleistungsdämmstoff  
an: **UMPR**, Hamburg
2. Pharmaunternehmen Galderma Laboratorium, Lausanne/Schweiz  
was: Kampagne "Aktiv gegen Rosacea" (mit Unterstützung vom Berufsverband der Deutschen Dermatologen und der Deutschen Rosazeahilfe  
an **Edelman**, Frankfurt am Main

3. Tourism Australia (Continental Europe), Frankfurt am Main  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland  
an: **Hill+Knowlton Strategies**, Frankfurt am Main
4. Rheinkalk Gruppe, Wülfrath  
was: interne und externe Kommunikation  
an: **agentur05 GmbH**, Köln
5. Helvetia Schweizerische Versicherungsgesellschaft AG, St.Gallen  
was: Social-Media-Etat und digitale Kampagnen  
an: **Social Media Agentur buddybrand GmbH**, Berlin
6. Schweizer Migros Bank, Zürich  
was: Relaunch des Onlineauftritts  
an: **Interone**, München
7. Designhersteller Iittala, Helsinki (Finnland)  
was: PR-Etat, Beratung und Umsetzung von Produkt-PR  
an: **Hansmann PR**, München
8. Carl Zeiss AG, Oberkochen  
was: Einführung der Marketing Efficiency Cloud zur Optimierung der Marketingprozesse  
an: **BrandMaker GmbH**, Karlsruhe
9. Nordsee-Insel Juist  
was: Vermarktungskatalog und Printkommunikation  
an: **move:elevator**, Oberhausen
10. Modelabel Hobbs London  
was: Public Relations und Consumer Marketing  
an: **häberlein & mauerer**, Berlin
11. Förderbank Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), Frankfurt am Main  
was: Integrierte Kampagne mit TV-Spots zum ökologischen, gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel  
an: Lead-Agentur **fischerAppelt**, Berlin
12. Verband Meeting Professionals International (MPI), Frankfurt am Main  
was: Pressebüro sowie lokale und überregionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **PR Solutions by Melanie Schacker**, Frankfurt am Main
13. Ströer Media AG, Köln  
was: Webpräsenz, Online-Marketing-Strategie  
an: **B+D Interactive**, Köln
14. Bauunternehmen Vollack-Gruppe, Karlsruhe  
was: Standort-PR und bundesweite Medienarbeit  
an: **Publik. Agentur für Kommunikation GmbH**, Ludwigshafen
15. Reiseveranstalter G Adventures, Toronto und London  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Steigerung der Bekanntheit in DACH  
an: **PR-Agentur Kocherscheidt Kommunikation**, Hamburg
16. Charité Berlin  
was: Interne und externe Kommunikation der Sanierungsarbeiten und Neubaumaßnahmen  
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin
17. Spanische Urlaubsinsel La Gomera  
a) was: Tourismus-PR in Deutschland  
an: **Menyesch Public Relations**, Hamburg  
b) was: Repräsentanz und Vermarktung in Deutschland  
an: **spainB2B**, Bonn und Teneriffa
18. WOW air - Islands Low-Cost-Airline, Reykjavík  
was: Medienarbeit, Kommunikation, Steigerung der Markenbekanntheit  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
19. Lizenzpartner für Philips-Monitore MMD Monitors & Displays Nederland B.V., Amsterdam  
was: PR-Arbeit in DACH sowie Großbritannien, Frankreich und der Türkei  
an: **Kommunikationsagentur united communications GmbH**, Berlin
20. Unternehmensberatung Arentzen & Partner, München  
was: PR und Positionierung zum Thema „IT-Restrukturierung“ in Wirtschaftspresse  
an: **Sage & Schreibe PR GmbH**, München
21. a) Martinhal Beach Resort & Hotel, Sagres (Portugal)  
was: Marketing und PR im deutschsprachigen Raum  
b) Visit Scotland Business Tourism, Edinburgh (Schottland)  
was: Wirtschafts-PR für den Konferenzstandort Schottland in DACH  
an: **LMG Management GmbH**, München
22. biomo-vital GmbH, Hennef  
was: PR-Etat für Gewichtsmanagement-Programm xlim Aktiv  
an: **MSL Germany**, Köln
23. Spezialist für Kompressionsstrümpfe Sigvaris, St. Gallen  
was: Medienarbeit für Mountain Socks  
an: **PPR Media Relations AG**, Zürich

24. Lungenliga Schweiz, Bern  
was: Bekanntmachung der Krankheiten Schlafapnoe und COPD (Chronisch obstruktive Lungenerkrankung)  
an: **Erdmannpeisker GmbH**, Biel (Schweiz)
25. Taiwan External Trade Development Council (TAITRA)  
was: PR für die taiwanesisische Fahrradindustrie, Messe-PR für die Fachmesse Eurobike  
an: **ITMS Marketing**, Bad Nauheim
26. IT-Unternehmen TAF mobile GmbH, Jena  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
an: **Tower PR**, Jena
27. Berlin Partner GmbH  
was: Kampagne für die Berliner Fashion Week  
an: **We do communication**, Berlin
28. Bayern Tourismus Marketing GmbH, München  
was: Ausbau und Vermarktung der Webplattform "Gesundheitsfinder"  
an: **wbpr\_Kommunikation**, München/Unterföhring

## Branche

### Burson-Marsteller wird neues GPRA-Mitglied

Nicht unerwartet: Die Aufnahmekommission der GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen ist der Empfehlung des Verbandspräsidiums einstimmig gefolgt und hat mit Burson-Marsteller die Deutschland-Tochter einer der weltweit führenden PR-Agenturen als derzeit 31. Mitglied in den Wirtschaftsverband der PR-Branche aufgenommen. Deutschland-CEO Karl-Heinz Heuser (60) war als Inhaber der Agentur pr bonn/pr berlin (1999 an Weber Shandwick verkauft) in den neunziger Jahren bereits Mitglied der GPRA, ebenso wie sein jetziger Arbeitgeber. Heuser will in einer schlagkräftigen Branchenvertretung mitwirken und sich bei agenturübergreifenden Themen wie Compliance oder Lobbyre-

gister engagieren. Mit dem Neuzugang, dem - wie man hört - noch weitere folgen werden, wird der Agenturenverband in seiner Branchenreputation sicher gestärkt. Ein guter Neuanfang für das gerade gewählte Präsidium.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation kooperiert mit Lintemeier Stakeholder Relations

Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation GmbH (J+K), Berlin setzt ihren Wachstumskurs fort. Ab dem 1. Juli verstärkt die Agentur den Bereich der Top-Managementberatung durch eine Partnerschaft mit Klaus Lintemeier. Im Zentrum der Partnerschaft steht die Weiterentwicklung der Geschäftsfelder „Stakeholder Management“ und „Family Affairs“: Im ersten Geschäftsfeld geht es um den Aufbau und die Sicherung gesellschaftlicher Akzeptanz von Unternehmen. Im zweiten um die Verbesserung von Stakeholderbeziehungen in und von Familienunternehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Branche compact (13) (27./28. KW-2013)

1. Die **Strategieberatung Hering Schuppener** mit Hauptsitz in Düsseldorf liegt im **M&A Ranking** des Informationsdienstleisters „Mergermarket“ erneut an der **Spitze**. Zwischen Januar und Juni 2013 betreute Hering Schuppener elf Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen. Der Gesamtwert der Transaktionen lag bei 20,5 Milliarden Euro (rund 26,85 Milliarden US-Dollar). Damit liegt das Volumen trotz eines insgesamt schwachen M&A-Markts rund vier Milliarden US-Dollar über dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Seit 2004 begleitete das Düsseldorfer Consulting Unternehmen insgesamt 278 Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von über 300 Milliarden Euro und steht seither an der Spitze des M&A Rankings.
2. Die **Storymaker GmbH mit Sitz in Tübingen** hat ihr Geschäftsjahr mit einem erneuten

- Wachstum zum 31. März abgeschlossen und ist in die **Top 50 der deutschen PR-Agenturen** vorgedrungen. In Deutschland und China erwirtschaftete Storymaker 2,73 Millionen Euro Umsatz, ein Zuwachs von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Künftig wird die Agentur die Story-Kommunikation als strategisches Thema weiter fokussieren und über das Kerngeschäft PR hinaus die Geschäftsfelder Digitale Kommunikation und Corporate Publishing für Technologieunternehmen weiter entwickeln. Zudem wird das Engagement im Ausland über China hinaus ausgeweitet, womit sich Storymaker als Partner für globale Kommunikationsaufgaben positioniert.
3. Die Münchner Beratungsunternehmen **Talisman Kommunikation** und **The Strategy Web GmbH** rücken näher zusammen. Die bereits seit zwei Jahren bestehende Kooperation im Bereich der internationalen **Unternehmenskommunikation sowie Web- und Businessstrategie** wird am neuen Standort in der Schleißheimer Straße 6 in München ausgebaut. Von dort aus agieren die **Inhaber Heike Bedrich (Talisman) und Martin Meyer-Gossner (Strategy Web) ab sofort gemeinsam unter einem Dach**.
  4. Der **Verband der Redenschreiber deutscher Sprache (VRdS)** will mehr Professionalität in Bezug auf Reden. In Kooperation mit der **Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK)** in Berlin hat der Verband daher ein **Prüfungsbild für Redenschreiber** erarbeitet. Unternehmenskommunikatoren, Pressesprecher oder Referenten, die Reden und Ansprachen verfassen, können ab Beginn des nächsten Jahres eine entsprechende Prüfung ablegen. So sollen verschiedene Qualitätsstandards für diese Aufgabe etabliert werden.
  5. Ab sofort ist **Serviceplan in der Schweiz auch mit einer eigenen PR-Agentur vertreten**. Seit Anfang Juli 2013 vertritt **Claudio Rotter als Partner und Geschäftsführer** die neu gegründete **Serviceplan Public Relations Suisse AG** mit Sitz in Zürich. Bereits vor einem halben Jahr lancierte die Serviceplan Gruppe mit Serviceplan Suisse eine eigenständige Werbeagentur in der Schweiz. Zuvor war Europas größte unabhängige Agenturgruppe seit 2008 mit Plan.Net und seit 2012 durch die Beteiligung an Mediaschneider auch mit Medialeistungen in der Schweiz vertreten.
  6. **Kurumsal İletişim**, die **strategische Kommunikationsberatung aus Istanbul**, Türkei, ist dem globalen **Netzwerk der Kommunikationsagenturen IPREX** beigetreten. Kurumsal İletişim – auf Deutsch „Unternehmenskommunikation“ – verfügt über ein breites Portfolio aus nationalen und multinationalen Kunden in den Bereichen PR, Marketing und auch strategischer Planung in vielfältigen Themenfeldern wie Politik, Einzelhandel, Finanzen, Bau, Wirtschaft, Tourismus, Lifestyle und VIP-Kommunikation.
  7. Seit dem 1. Juli hat die **Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Ernst & Young** international einen neuen Markenauftritt und einen neuen Markennamen: Aus **Ernst & Young wird EY**. Unterstrichen wird dies durch ein neues Logo. Gleichzeitig wurde „Building a better working world“ als neues Unternehmensleitbild vorgestellt. Zeitgleich hat **Mark Weinberger** sein Amt als neuer Global Chairman und CEO von Ernst & Young (EY) angetreten, das er von **Jim Turley** übernimmt, der in den Ruhestand geht. Die Firmierungen der Landesgesellschaften bleiben unverändert; in Deutschland ist dies die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
  8. Noch bis zum 20. September können sich österreichische Unternehmen aus allen Wirtschaftsbereichen, Agenturen, Institutionen, Organisationen und Verbände um den **Staatspreis Public Relations 2013** des österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend bewerben. Der Wettbewerb um die höchste staatliche Auszeichnung für **Kommunikationsprojekte in Österreich** ist damit eröffnet. Weitere Informationen sowie den vollständigen Ausschreibungstext inklusive Einreichformular finden sich auf der [Website des Public Relations Verband Austria](#).
  9. Die Berliner Agentur **media consulta** hat mit der **Kampagne „Mit aller Kraft gegen das Rauchen“** einen Preis beim **6. Health Media Award 2013** gewonnen. Im Auftrag der Deutschen Krebshilfe, Bonn, entwickelte media consulta einen Kino-Spot mit Fußballnationalspieler Benedikt Höwedes, der Ende Juni in Köln mit dem Health Media Award gewürdigt wurde.
  10. **Welche Agentur hat 2013 das beste Eigenmarketing?** Diese Frage soll in diesem Jahr

zum elften Mal der **CREA Credential Award** beantworten. Die Einreichungsfrist für den Preis endet am 31. Juli. Veranstalter ist der cherrypicker Agency Selection Service in Hamburg. Neu in diesem Jahr: die Zahl der Kategorien wurde von zwölf auf sechs reduziert. Außerdem sollen die teilnehmenden Agenturen ein detaillierteres Feedback zu ihren Bewerbungen erhalten als in den Vorjahren. Alle Daten und Fakten sowie die Ausschreibungsunterlagen gibt es auf der für den Preis eingerichteten [Website](#).

11. Die Darmstädter **Circle Comm GmbH**, Agentur für Gesundheitskommunikation, hat gemeinsam mit dem Berufsverband Deutscher Anästhesisten e. V. und der Deutschen Gesellschaft für Anästhesiologie und Intensivmedizin e. V. den **Health Media Award in der Rubrik Patientenkommunikation** gewonnen. Mit dem Health:Angel prämiiert die Jury den „1. Weltanästhesie-Tag in Deutschland“. Der Health Media Award 2013 wurde in diesem Jahr zum 6. Mal vergeben. Er steht unter der Schirmherrschaft von Bundesgesundheitsminister Daniel Bahr (FDP) und wird jährlich für Bestleistungen im Bereich der Gesundheitskommunikation verliehen.
12. Die Unternehmensberatung „Eck Kommunikation“ von Klaus Eck geht in der neu gegründeten **„Eck Consulting Group GmbH & Co. KG“ (ECG)** auf. Unter dem Claim **„Empowering Digital Business“** bietet ECG in München Leistungen für Unternehmen, die ihre Zukunft im Digital Business in Angriff nehmen wollen. Bereits seit 2009 entwickelte Eck Kommunikation für zahlreiche Kunden erfolgreiche Digital Business-Strategien. Digital Business – das bedeutet für ECG eine konsequente Implementierung digitaler Instrumente im gesamten Unternehmen, entlang der kompletten Wertschöpfungskette.
13. Das Branchenmagazin **„PRWeek US“** hat **Richard Edelman auf Platz eins der „Power List 2013“** gewählt. Für die Redaktion ist der CEO der weltweit größten unabhängigen PR-Agentur damit derjenige, der die PR-Branche am nachhaltigsten und auf eine beispiellose Art und Weise vorantreibt. Edelman gilt nicht nur für die eigene PR-Agentur, sondern für die gesamte Branche als Visionär und erhält die Auszeichnung bereits zum dritten Mal. Den voll-

ständigen Artikel gibt es auf der [Homepage der „PRWeek US“](#).

## Medien

### Korruptionsbarometer: Glaubwürdigkeitsverluste für Medien

Mit Sorge hat der Deutsche Journalisten-Verband (DJV), Berlin, auf die Ergebnisse des Korruptionsbarometers 2013 von Transparency International reagiert. Auf einer Skala von eins bis fünf gaben die von der Organisation Befragten den Medien den Wert 3,6: deutlich schlechter als das Mittelfeld und deutlich schlechter als die Jahre zuvor. Umfragewerte, die darunter lagen, hatten nur die Privatwirtschaft (3,7) und die politischen Parteien (3,8). DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken wertete das Ergebnis der Medien als Alarmsignal: „Die Glaubwürdigkeit ist das höchste Gut von Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk und Online-Portalen. Wenn die Menschen den Medien nicht mehr vertrauen, ist es höchste Zeit, gegenzusteuern.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Zeitungen sind für viele das Mittel der Wahl zur Wahl

Drei Viertel der Deutschen informieren sich aus der gedruckten Zeitung über Politik. Auch im Internet sind die klassischen Medienmarken die bevorzugte Quelle für politische Informationen. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Befragung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main. Demnach nutzen 74 Prozent aller Bundesbürger gedruckte Zeitungen, um sich über politische Themen zu informieren. Häufiger werden nur noch persönliche Gespräche und das Fernsehen als Quelle genannt. Zeitungen gelten als glaubwürdige Informationsquelle. Das Internet wird laut der Befragung des Marketing-Dienstleisters der Zeitungs-

verlage immerhin von jedem Zweiten genutzt, um sich über Politik zu informieren. Eine Befragung des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., Bitkom, belegt, dass gerade beim Thema Politik die klassischen Medienmarken im Internet führend sind. 84 Prozent der Bundesbürger, die sich im Internet über Politik informieren, nutzen dafür die Internetangebote der klassischen Medien. Bei den jungen Menschen (18-29 Jahre) sind es sogar 93 Prozent, die online auf die klassischen Medien setzen.

## Printmarktanalyse: Mehr Verlierer als Gewinner

Die Titel „Landlust“ und „TV Digital“ sind zwei der wenigen Gewinner, die die jüngste Allensbacher Markt und Werbeträgeranalyse (AWA) hervorgebracht hat. Sie gewannen Leser und Reichweite hinzu. Zu den Verlierern gehören hingegen 60 Prozent der Zeitschriften, die meisten Tageszeitungen und Wochen- und Sonntagszeitungen. „Meedia.de“ hat sich ausführlich mit den Zahlen des Instituts für Demoskopie Allensbach beschäftigt und analysiert sie kritisch. So kommt „Meedia.de“ in der Bewertung auch zu einem anderen Ergebnis als Allensbach. Lesen Sie selbst bei „[Meedia.de](http://Meedia.de)“.

## Medien compact (5) (27./28. KW-2013)

1. **Sabine Grüngreif** (37) und **Torsten Schulz** (39) verstärken nun die Unternehmenskommunikation der Bauer Media Gruppe in Hamburg - sie betreuen die Markenkommunikation im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Grüngreif kommt von Verlag Gruner + Jahr. In der Bauer-Unternehmenskommunikation können sich nun **Karen Gräper** und **Katrin Hienzsch** auf den Bereich Corporate und die Entwicklung der Unternehmensmarke konzentrieren.
2. **Stabile Reichweiten durch treue Hörer:** Ein Ausblick auf die **Medienanalyse (Ma) Radio II 2013** zeigt, dass die Radionutzung gleichbleibend hoch ist. Während sich die Reichweiten der einzelnen Sender im täglichen Wettbewerb erfahrungsgemäß von Ma zu Ma unterscheiden, verändert sich die Radionutzung insgesamt nur marginal. Das sind die Eckdaten, die die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) am 9. Juli, eine Woche vor der detaillierten Veröffentlichung aller Einzelergebnisse, bekannt gegeben hat. Die Ma 2013 Radio II basiert auf den Reichweiten von 101 Radiosendern und 103 Vermarktungskombinationen.
3. **Michael Prüller**, Pressesprecher des österreichischen Kardinals **Christoph Schönborn** und Leiter des Amtes für Öffentlichkeitsarbeit der Erzdiözese Wien, fungiert ab sofort als neuer Chefredakteur der Wiener Kirchenzeitung „Der Sonntag“. Er folgt auf **Elvira Groiss**, die das Blatt seit 1999 leitete und nun in Pension geht. Groiss arbeitete insgesamt 35 Jahre für den „Sonntag“, der bis 2004 noch „Wiener Kirchenzeitung“ hieß.
4. **Olaf Lassalle** ist als Nachfolger von **Jürgen Wiegand** seit dem 1. Juni neuer Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (agma) und ihrer kommerziellen Tochter, der Media-Micro-Census GmbH (MMC), beide mit Sitz in Frankfurt am Main. Vorgänger Wiegand wird – wie einvernehmlich geplant – nach der Übergabe an Lassalle die agma verlassen. Lassalle begann seine Karriere bei Coca-Cola, war anschließend bei Radio NRW und zuletzt Geschäftsführer der Newcast GmbH, Entwicklungsagentur für digitale und medienübergreifende Markenkommunikation, die zu Europas größter Kommunikationsagentur, der Publicis Groupe, gehört.
5. Laut einer Untersuchung von Vibrant Media, Hamburg, haben knapp zwei Drittel (65 Prozent) der führenden deutschen Printmedienmarken noch keine **für das Smartphone optimierte Website**. Demgegenüber sind die Zeitungen überwiegend gut aufgestellt. Alle führenden überregionalen Blätter und 68 Prozent der regionalen Zeitungen haben Webseiten, die auf Smartphones zugeschnitten wurden. Klassische Special-Interest-Magazine hinken deutlich hinterher, wurde bei der Untersuchung festgestellt. Untersucht wurden jeweils die Medien mit der höchsten

IVW-Print-Auflage. Übrigens: das Online-medium „PR-Journal“ hat seit dem 1. Juli eine neue Mobilversion.

## Social Media

### Die fünf großen Social-Media-Trends

Die Social-Media-Branche wird erwachsen und weist derzeit fünf große Trends - von Communities, über eigene Abteilungen bis hin zu Social CRM - auf. Durch Social Media hat sich die Art, wie Unternehmen das Internet nutzen, stark verändert. Das Bild des sendenden Unternehmens und des empfangenden Konsumenten hat sich gewandelt. So haben sich die Unternehmen angepasst und sind dorthin gegangen, wo der Kunde ist. In vielen Unternehmen ist Social Media inzwischen zu einem festen Bestandteil geworden – zumeist im Bereich der internen Kommunikation, des Marketings oder der Öffentlichkeitsarbeit.

**Fünf Social-Media-Trends** - Einige Versuche, das volle Potenzial von Social Media auszuschöpfen, gehen über Open Innovation und Crowdsourcing. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zeichnen sich Trends von Social Media ab.

Den Artikel von [Susanne Rump](#) am 4. Juli im Blog "Gründerszene" [hier online weiterlesen](#).

### Blogger Relations für viele Unternehmen in Österreich noch Neuland

Laut einer Umfrage der österreichischen Kommunikationsagentur Grayling zum Thema Blogger Relations, hat das Interesse der österreichischen Unternehmen an Blogger Relations im vergangenen Jahr deutlich zugenommen. Doch wie die Zusammenarbeit mit Bloggern erfolgreich gestaltet werden sollte, ist klar verbesserungswürdig. Die Mehrheit der Blogger zeigt sich mit

der aktuellen Situation wenig zufrieden. Grayling hat mit einer Online-Befragung unter 60 Bloggerinnen und Bloggern in Österreich erhoben, welche Erfahrungen sie aus der Zusammenarbeit mit Unternehmen in Österreich haben und was sie sich von den Unternehmen in Zukunft erwarten. Die Befragten haben ganz unterschiedliche Themenschwerpunkte – von Lifestyle, über Kommunikation bis Technologie.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studie: Reaktionszeiten von Karriere-Fanpages untersucht

Dialogorientierung und -bereitschaft gelten als wichtigste Merkmale für den Auftritt von Unternehmen in den Sozialen Medien. Wie ist es darum bei deutschen Großunternehmen bestellt? Dieser Frage ist das Web Excellence Forum (WebXF) nachgegangen und hat Karriere-Fanpages deutscher Großunternehmen untersucht und mit Corporate- und Produkt-Fanpages verglichen. Das Ergebnis: Im Vergleich zu ihren Kollegen in Marketing oder Service ist die Social Media-Dialogleistung der Personalverantwortlichen nahezu ebenbürtig. Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie „Career-Fanpage Monitor 2013“ des Web Excellence Forum ([www.webxf.org](http://www.webxf.org)), einer Initiative von Corporate Web- und Social Media-Verantwortlichen aus aktuell 26 Großunternehmen, darunter 12 DAX 30. Die HR-Kommunikatoren reagieren im Schnitt nach rund 29 Stunden auf Posts und antworten damit fünf Stunden später als die Kollegen der Corporate- und Produkt-Fanpages (jeweils rund 24 Stunden).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Studie: Starke Präsenz aber kaum Dialog – Finanzdienstleister in den sozialen Medien

So ein Wachstum wünscht sich nicht nur jeder Banker: Innerhalb eines Jahres haben es die deutschen Finanzdienstleister geschafft, ihre Facebook-

Reichweite um 74 Prozent auszubauen. Die Zahl ihrer Twitter-Follower konnten die Unternehmen im gleichen Zeitraum immerhin um 31 Prozent steigern. Allerdings gelingt es kaum, die wachsende Gefolgschaft für den Dialog zu aktivieren. So bleibt rund jeder zweite Facebook-Beitrag der Finanzdienstleister ohne Kommentar. Auf Google+ sind es sogar 90 Prozent. Dies ist das Ergebnis einer Analyse von Ketchum Pleon. Dabei wurden die Aktivitäten von 57 deutschen Finanzdienstleistern auf Facebook, Twitter, YouTube, Google+ und Blogs untersucht. Zudem wurden exemplarisch jeweils zwei branchenspezifische Themengruppen in den Business-Netzwerken Xing und LinkedIn ausgewertet. Nachfolgend wird beschrieben, was Finanzdienstleister für ihre Auftritte im Social Media-Raum beachten sollten. Die Studienergebnisse stehen auch als Download zur Verfügung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media compact (12) (27./28. KW-2013)

1. Die Zeiten, in denen Unternehmen in Social Media nur Links zu ihren Produktseiten posten, sind vorbei. Mit sozialen Netzwerken haben sich Content- und Dialogmechanismen im Web verändert. Die **Fachgruppe Social Media im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.** hat nun „**9 Thesen zu Content & Dialog**“ veröffentlicht. Damit gibt sie Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen einen Einblick, wie Inhalte im Netz nachhaltig zu Dialog führen. Die ausführlichen Thesen stehen auf der [BVDW-Website](#) kostenlos zum Download bereit.
2. Im Januar 2013 hat **Facebook die Graph Search vorgestellt**. Neben dem Newsfeed und der Chronik stellt die Graph Search den dritten Pfeiler von Facebook dar. In der bisherigen Version musste die Graph Search jedoch noch mit einigen Problemen und Schwächen kämpfen, doch **nun geht die neue Version online**. Damit können sich Nutzer quer durch den Social Graph suchen. Also jene Daten, die Nutzer, Seiten, Orten, Aktivitäten und Vorlieben auf Facebook miteinander verbinden. Zum Artikel bei [futurebiz.de](#). Auch [Meedia](#) hat die neuen Möglichkeiten der neuen Suche zusammengefasst und beschreibt die möglichen Nachteile.
3. **Soziale Medien werden bei der Mitarbeiter-Kommunikation wichtiger**. 37 Prozent der Unternehmen setzen entsprechende Dienste und Plattformen ein. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen [Untersuchung](#) bei Unternehmen im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM.
4. **Früher war alles besser - auch Facebook?** Das alte Design war doch viel schöner, viel einfacher und hatte auch viel bessere Funktionen, so hört man es häufig. Doch wie sähe Facebook heute aus ohne Weiterentwicklung? Das zeigt ein Artikel von [allfacebook.de](#).
5. **Studie: Forscher haben 51 Millionen Tweets verglichen und festgestellt, dass Twitter kein Ersatz für News-Portale ist**. Zum Artikel bei [meedia.de](#).
6. **An Corporate Videos versuchen sich Unternehmen häufiger** - leider meist mit wenig Erfolg. 20 Tipps für erfolgreiche Unternehmens-Videos finden sich im Artikel bei [ragan.com](#).
7. Das Gesicht des Internets wird sich Ende dieses Jahres grundlegend verändern - durch eine unendliche Fülle neuer Website-Adressen mit neuen **generischen Top Level Domains**. Doch was müssen Unternehmen und Marken dabei beachten? Dies erklärt ein Gastbeitrag in der [lead-digital.de](#).
8. **Wie Mode im sozialen Netz funktioniert**, was die 40 größten deutschen Modefirmen richtig machen – und was besser sein könnte, das beleuchtet ein Artikel im [fanpage karma blog](#).
9. **Twitter als Quelle, Servicekanal oder Verbreitungsweg** - der "[Journalist](#)" zeigt, wie die Redaktionen von "taz", dpa, "HAZ", "Wirtschaftswoche" und "Deutschlandradio Wissen" Twitter nutzen.
10. **Laut einer MyLife-Studie haben 56 Prozent der US-Amerikaner Angst etwas zu verpassen**, wenn sie längere Zeit keinen Zugang zu Facebook, Twitter und Co haben, das berichtet [mashable.com](#).
11. **Twitterer sind mitteilsame Menschen, die zu allem und jedem immer etwas zu sagen**

haben. *Meedia.de* stellt einen besonderen Härtefall, den Phrasendrescher, vor.

12. **Der Arbeitsmarkt für Social Media-Fachkräfte entwickelt sich rasant.** Dennoch sind in vielen Betrieben die Chancen und Risiken von Social Media noch weitestgehend unerprobt. Viele Unternehmen sind daher auf der Suche nach jungen, erfahrenen Digital Natives, die ihnen helfen, die neuen Kanäle für das Erreichen ihrer Ziele zu nutzen. Die Karrierechancen für Social Media-Manager stehen also gut. Was Bewerber mitbringen müssen, beschreibt das neue *Fachbuch "Berufsziel Social Media"*, das gerade im *Gabler-Verlag* erschienen ist.

## Reputation Management

### Interessante KPMG-Studie: 62 % der RepRisk-Manager legen den Fokus ihrer Arbeit auf die Öffentlichkeit

Eine Risikobewertung der Reputation eines Unternehmens ist in der Regel niemals eindimensional. Rund zwei Drittel der RepRisk-Manager verstehen ihre Disziplin als eigenständige Risikoart, während rund ein Viertel Reputationsrisiken als klassisches Folgerisiko interpretiert. Nach einer Analyse der Unternehmensberatung KPMG legen 62 % der RepRisk-Manager den Fokus ihrer Arbeit auf die Öffentlichkeit, nur etwas mehr als die Hälfte (54 %) der befragten Banken und Versicherungen stellt explizit finanzielle Verluste in den Vordergrund ihrer RepRisk-Definition, während die übrigen keine explizite Erwähnung von Verlusten vornehmen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Nintendo-CEO: Iwatas Reputation schwindet

Nintendos Geldgeber stellen dem Vorstandsvorsitzenden, Satoru Iwata, ein schlechteres Zeugnis aus als im vergangenen Jahr. Wie es bei Nintendo Usus ist, wird zu Beginn eines Geschäftsjahres die Zustimmung zum Vorstand unter Investoren und Aktionären ermittelt. Dabei erreichte Iwata 2012 / 2013 eine Zustimmung von 77,26 Prozent - ein guter Wert, könnte man meinen. Tatsächlich lag sein Wert im letzten Jahr aber noch bei über 90%. Alle anderen Vorstandsmitglieder erfahren in der aktuellen Abstimmung ebenfalls Zustimmungsraten von über 90%, Iwata ist der einzige Top-Manager der deutlich unter 90% landet.

Das Vertrauen in den wichtigsten Lenker des Unternehmens schwindet also, wenn auch noch nicht in drastischem Tempo: Iwata hat im vergangenen Geschäftsjahr kein gutes Ergebnis vorweisen können und musste sich zudem oft für Planänderungen in der Geschäfts- oder Veröffentlichungsstrategie entschuldigen - zum Beispiel über den missglückten Start der Wii U-Konsole. Die geschwundene Glaubwürdigkeit des Managers spiegelt sich im Abstimmungsergebnis wider - obwohl Iwata im Jahr 2012 wegen zahlreicher Direct-Ausstrahlungen in der öffentlichen Kommunikation so präsent war wie nie zuvor und bei vielen Fans einen guten Ruf genießt. Die Reputation des obersten Managers ist von großer Bedeutung für die Reputation des ganzen Unternehmens - bei Kunden, Medien, Analysten und Investoren. Wird ein Manager langfristig als ungläubwürdig wahrgenommen, so schadet dies auch dem Ansehen seiner ganzen Organisation.

Quelle: Nintendo IR via Kotaku

<http://tinyurl.com/nlnz9zx>

## CSR Unternehmensverantwortung

### Nachhaltigkeit: Drogerien top, Modebranche flop

Die neuen Ergebnisse des IFH-CSR-Trackers, der halbjährlich die Nachhaltigkeitswahrnehmung von Unternehmen in der Bevölkerung misst, stellen der Modebranche erneut ein schlechtes Zeugnis aus. Im Branchenvergleich schneiden Textilien, Mode und Schuhe mit 48,2 Indexpunkten deutlich schlechter ab als die Konkurrenz. Branchensieger der aktuellen Erhebung sind mit 62,5 Indexpunkten die Drogeriemärkte, die sich in allen sechs abgefragten Nachhaltigkeitsdimensionen deutlich von den anderen Branchen abheben können. Vor allem die Spitzenwerte von dm verhelfen der Branche zu ihrem klaren Vorsprung. [Zum Artikel im markenartikel-magazin.de](#)

### Deutscher CSR-Preis 2014 wird ab August ausgeschrieben

Die Ausschreibung zum „5. Deutschen CSR-Preis“ beginnen in wenigen Wochen. Vom 1. August bis zum 30. November nimmt das Corporate Social Responsibility Forum die Bewerbungen entgegen. Die Preisverleihung findet dann am 7. Mai 2014 im Rahmen des 10. Deutschen CSR-Forums in Ludwigsburg bei Stuttgart statt. Unternehmen und unternehmensähnliche Institutionen, die auf dem deutschen Markt tätig sind, sind eingeladen, sich an der Ausschreibung zu beteiligen. Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen lebt von guten Beispielen. Mit dem Deutschen CSR-Preis werden vorbildliche Aktivitäten ausgezeichnet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## CSR compact (3) (27./28. KW 2013)

1. **St.Galler CSR-Tage 2013.** Vom 4. bis 6. September lädt die Hochschule St. Gallen zur ihrem CSR-Fachkongress ein. Dieser beginnt mit einer Abendveranstaltung am 4. September ab 18 Uhr im Festsaal der Ortsbürgergemeinde St. Gallen und anschliessendem Apéro. Am 5. und 6. September finden die Workshops zu verschiedenen Themen in den Räumen der Universität St. Gallen (HSG) statt. [Mehr Infos.](#)
2. **Ständehausgespräche des Wirtschaftsministeriums NRW zu CSR.** Zahlt sich verantwortliches Wirtschaften für Unternehmen aus? Was können Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zur Nachhaltigkeit beitragen? Diesen Themen widmet sich die Veranstaltungsreihe Ständehaus-Gespräche des Wirtschaftsministeriums. Der nächste Termin findet statt am 17. Juli im Ständehaus K 21 in Düsseldorf zum Thema "Corporate Social Responsibility / CSR als Chance für die Marken-Kommunikation". Infos zum Programm und Anmeldung: [Hier Klicken.](#)
3. **Europäische Kommission veröffentlicht Branchenleitfäden zum Thema Menschenrechte.** Die Leitlinien für Wirtschaft und Menschenrechte definieren, wie sich Unternehmen und Regierungen verhalten sollten, um negative Auswirkungen auf die Menschenrechte zu vermeiden. [Mehr Info.](#)

## Karrierebarometer

### Umfrage des PR Career Centers zum Image von Agenturen: Edelman, fischerAppelt und Ketchum Pleon haben das schärfste Profil

Unter den Top-10-Agenturen in Deutschland (laut Ranking 2012 des PR-Journals von Gerhard Pfeffer) haben Edelman, Ketchum Pleon und fischerAppelt das schärfste Profil. Edelman gilt vielen PR-Schaffenden zudem als „beste Agentur in Deutschland“. Ein großer Teil der zur Beurteilung

stehenden Arbeitgeber hingegen ist kaum bekannt oder hat kein klares Image. Das sind die zentralen Ergebnisse des aktuellen „Karrierebarometers“. Dafür hat das PR Career Center gemeinsam mit dem "PR-Journal" im Juni Ein- und Aufsteiger aus der Kommunikationsbranche befragt - rund 130 haben geantwortet.

Bei jeder Agentur mussten sich die Umfrageteilnehmer entscheiden, wofür der Arbeitgeber am ehesten steht: Für ein angenehmes Arbeitsklima? Ordentliche Bezahlung? Vernünftige Aus- und Weiterbildung? Gutes Gehalt? Oder Arbeitsplatzsicherheit? Dabei mussten sich die Befragten auf zwei der fünf möglichen Attribute beschränken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Kommentar: Kritik an der Bundesregierung zur massiven Erhöhung der Werbeausgaben im Wahljahr

Wie alle Bundesregierungen zuvor gibt auch die von Bundeskanzlerin Angela Merkel geführte im Wahlkampfjahr plötzlich sehr viel Geld für PR-Maßnahmen aus. Im Vergleich zum Vorjahr sind das im Jahr 2013 von Januar bis Mai 77 Prozent mehr, eine Steigerung von 4,1 in 2012 auf 7,3 Millionen Euro in diesem Jahr. Diese Summe fließt in Poster, Kinospots, Zeitungs- und Internetanzeigen zur Darstellung wichtiger Neuerungen. Dass diese Anhäufung von PR-Ausgaben im Wahljahr schon immer Praxis der jeweiligen Bundesregierung war, macht dieses Vorgehen nicht besser. Es hat ein deutliches Geschmäckle. Zu diesem Schluss kommt auch der Berliner Korrespondent des Bonner General-Anzeigers, Thomas Wittke. Er sagt, stümperhafter könne man sich nicht anstellen. Lesen Sie seinen [Kommentar auf der Website des Bonner General-Anzeigers](#).

## Autoren-Beiträge

### So kommunizieren „Alpha-Menschen“ – Neun Merkmale

In Gruppen haben oft einzelne Männer und Frauen das Sagen – obwohl sie selten das Wort ergreifen. Das liegt vor allem daran, wie diese „Alpha-Menschen“ kommunizieren und sich präsentieren. In Meetings und Verhandlungen registriert man oft, dass es nicht immer die ranghöchsten Personen sind, die aufzeigen, wo es langgehen muss. Häufig prägen auch informelle Leader den Verlauf der Diskussion. Diese „Alpha-Menschen“ legen bestimmte Verhaltensweisen an den Tag, die die Autorin genauer betrachtet hat. Dazu gehört auch deren Ausstrahlung. Nachfolgend sind neun Merkmale beschrieben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Chinesische Propaganda aus Finnland?

In „Spiegel-online“ stellt Autor Steffen Daniel Meyer ganz offen die Frage, ob es Propaganda oder Journalismus sei, was das Medienunternehmen Gbtimes da im finnischen Tampere produziere. Die Frage scheint berechtigt, denn das finnische Unternehmen, das chinafreundliche Nachrichten für ganz Europa schreibt und anbietet, wird vom chinesischen Staat finanziert. Meyer untersucht in seinem Beitrag den Verdacht, dass es um mehr geht als „die Kommunikation und das Verständnis zwischen China und dem Rest der Welt fördern“. Lesen Sie selbst auf [„Spiegel-online“](#).

## Deutschland und der Überwachungs-skandal: Wir Untertanen

Die Deutschen wollen im Überwachungsskandal endlich klare Worte von Angela Merkel. Aber die Kanzlerin schweigt. Wenn wir uns das gefallen lassen, haben wir aus zwei Diktaturen nichts gelernt. Auch Feigheit vor dem Freund ist Feigheit. Wann ist Kontrolle totale Kontrolle? Wenn man sich ihr freiwillig unterwirft - und sie dann nicht einmal mehr spürt. In Deutschland sind die USA diesem Ziel schon sehr nahe gekommen. Das zeigt der Umgang vieler Teile der deutschen Öffentlichkeit mit dem Überwachungsskandal. Und das zeigt auch die Reaktion der deutschen Regierung. Herunterspielen und verharmlosen: Unsere verantwortlichen Politiker zucken mit den Achseln und geben dabei mit ihrer eigenen Souveränität unsere Rechte ab. Ihre medialen Büchsen spannen applaudieren. Wenn die Deutschen sich das gefallen lassen, haben sie aus zwei Diktaturen nichts gelernt.

Die Kolumne von Jakob Augstein am 8. Juli in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#).

## Unzufriedenheit mit Unternehmenschefs

„Chefs sind häufig miese Motivatoren“, unter dieser Überschrift veröffentlichte das Online-Magazin „lead-digital.de“ am 3. Juli Ergebnisse einer Umfrage der Personalberatung InterSearch Executive Consultants. Danach sind 28 Prozent der Angestellten in Deutschland unzufrieden mit der Leistung ihres Unternehmenschefs sind. Am stärksten vermissen die Befragten bei ihrem obersten Vorgesetzten die Fähigkeit zu motivieren. Doch auch fehlende persönliche Glaubwürdigkeit und Werteorientierung stehen auf der Mängelliste. Laut Managing Partner Thomas Bockholdt decken sich die Kritikpunkte der Angestellten mit den häufigsten Entlassungsgründen auf Topmanagement-Ebene. Das Problem: „Weiche Kriterien werden bei Besetzungen

im Topmanagement zu wenig berücksichtigt“, so der Personalexperte. Weiterlesen auf [„lead-digital.de“](#).

## Strafrechtliche Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit

Das Rechtsmagazin „Legal Tribune“ beschäftigt sich in einem Beitrag der Online-Ausgabe mit der Frage, wie offensiv Verteidiger mit den Medien umgehen dürfen. Die sogenannte Litigation-PR hat Konjunktur, das haben verschiedene Fälle der jüngeren Vergangenheit gezeigt. Doch sind hier alle Mittel *Recht*? Welche Grenzen prozessualer Interneta müssen gewahrt bleiben? Antworten versuchen Olaf Hohmann und Stefan Petermann zu finden, beide sind Rechtsanwälte und Partner bei Eisenmann Wahle Birk & Weidner in Stuttgart. Im Zentrum ihrer Betrachtung steht Gerhard Strate, der als Anwalt im Fall Gustl Mollath eine ganze Reihe von Dokumenten auf seiner Website veröffentlicht hat. Gegen ihn wird nun wegen des Verdachts der verbotenen Mitteilung über Gerichtsverhandlungen ermittelt. [Weiterlesen bei „Legal Tribune“](#).

## Bildung

### Bildung compact (5) (27./28. KW-2013)

1. Übungen - Feedback – Übungen: Die Grundlagen des journalistischen Schreibens will das übungsintensive **Journalistische Schreibtraining (S1)** vom 19. bis 23. August in Oberursel bei Frankfurt am Main vermitteln. Das fünftägige Text-Trainingslager der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** richtet sich an PR-Fachleute in Unternehmen und Agenturen, die für externe und interne Medien schreiben. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen journalistisches Know-how kennen und richtig anzuwenden. Auf dem Programm stehen: Nachrichtensprache, Nachrichtenwert, Meldungen, Berichte, Inter-

- views, Besonderheiten von Reportage und Feature. → [afk-online.com](http://afk-online.com)
2. Die private **Medienhochschule MHMK** lädt Abiturienten und Schüler ein zum bundesweiten **TalentCamp 2013**. Wer Journalist, Designer, Medienmanager oder Filmemacher werden will, kann sein Talent für die Medienbranche auf dem Campus in München, Stuttgart, Köln, Hamburg oder Berlin testen und am 27. Juli, 10. und 11. August eines von zehn Stipendien für ein Auslandssemester gewinnen. Termine und weitere Informationen auf der [Website der Hochschule](#).
  3. Die Universität Leipzig und die Leipzig School of Media (LSoM) bieten ab dem kommenden Wintersemester 2013/14 den berufsbegleitenden **Masterstudiengang „Mobile Marketing“** an. Es ist das erste Weiterbildungsangebot zu diesem Schwerpunkt in Deutschland und richtet sich an künftige Spezialisten aus Telekommunikation, Werbung, Medien, Handel, Dienstleistung sowie an Fach- und Führungskräfte einschlägiger Dienstleister sowie an Marketingfachleute in Unternehmen aller Branchen. Nähere Informationen auf der [Website der LSoM](#).
  4. **Elisabeth Salzer, Tina Vogel und Dirk Schart** belegten beim dritten **Konzeptionspreis der Initiative Kommunikation Heidelberg** die ersten drei Plätze. Sie wurden ausgezeichnet für die besten Abschlussarbeiten im Fernstudium PR plus sowie der berufsbegleitenden Ausbildung PR dual. Die Agentur FleishmanHillard stellte die Jury und stiftete die Preisgelder von insgesamt 1.000 Euro. Insgesamt waren 66 PR-Konzepte eingereicht worden. Siegerin Salzer absolvierte das berufsbegleitende Fernstudium PR plus in Krems, wo es in Kooperation mit der Donau-Universität angeboten wird. Der Titel ihrer Arbeit „Starke Frauen, Starke Kinder, Starke Wirtschaft“.
  5. Das **Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement (JoKom)** der **Donau-Universität Krems** vergibt verschiedene **Stipendien** für die im Herbst 2013 startenden Lehrgänge. Gefördert werden akademische, berufsbegleitende Aus- und Weiterbildungen für PR-Praktiker, Führungskräfte und Journalisten. Erstmals gibt es auch Stipendien für Weiterbildungsinteressierte im Bereich Gesundheitskommunikation

sowie Social Media. Voraussetzung für die Bewerbung um ein Teil-Stipendium ist bei allen Universitätslehrgängen ein akademischer Abschluss oder eine mindestens vierjährige einschlägige Berufserfahrung. Einzelheiten zu den Stipendien und den daran geknüpften Bedingungen sind auf der [Website des JoKom](#) zu finden.

## Studien

### ECOPSI-Studie: Kompetenzdefizite und fehlende Weiterbildungskonzepte sind zentrale Herausforderungen für Kommunikationsabteilungen in Europa

Trotz der Dynamik der internationalen Medienmärkte ist lebenslanges Lernen im Bereich Unternehmenskommunikation und Public Relations in Europa bislang kaum organisiert und für viele ein Fremdwort. Entscheider im Berufsfeld glauben, dass es bereits heute große Kompetenzdefizite gibt. Viele Organisationen werden deshalb innerhalb der nächsten zehn Jahre erhebliche Probleme bekommen, wenn das Thema nicht systematisch angegangen wird. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse des von der Europäischen Kommission finanzierten Forschungsprojekts ECOPSI (European Communication Professionals Skills and Innovation Programme). Die Universität Leipzig setzt dieses Projekt gemeinsam mit den Universitäten Leeds, Amsterdam, Madrid, Ljubljana und Istanbul sowie der European Association of Communication Directors um. Ziel des Projekts ist die Identifikation aktueller und zukünftiger Anforderungsprofile für Kommunikationsmanager im internationalen Vergleich.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Studien compact (2) (27./28. KW-2013)

1. **Videomaterial für Online-Nachrichten-seiten** gewinnt stetig an Bedeutung. Das ist das Ergebnis einer neuen Studie, die **Associated Press (AP)** durch Deloitte und der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erstellen ließ. Es ist die erste umfassende Untersuchung zum Konsum von Video-Nachrichten, sie trägt den Titel: „White Smoke, the new era for video news“. Die Ergebnisse basieren auf einer in Deutschland, Großbritannien und Spanien durchgeführten Umfrage zur Nachfrage von Video-Nachrichten und die Auswirkungen auf TV-Sender, Verlage und andere Anbieter von Online-Nachrichten. Eine Kopie des Berichts können sich Interessierte direkt von der [AP-Website](#) herunterladen.
2. Wer die Wahl hat, hat die Qual – das trifft auch auf deutsche Verbraucherinnen zu, die von der Vielfalt des Konsumgüterangebots überwältigt sind. Markenunterschiede werden von ihnen oft nicht wahrgenommen. Das macht sie zu vorrangig preisbewussten Einkäuferinnen mit geringer Markentreue. Zu diesem Ergebnis gelangt die **Studie „Women, Power & Money“ der internationalen Kommunikationsberatung Fleishman-Hillard**, Frankfurt am Main, in Zusammenarbeit mit Ipsos. Darin wurde das Konsumverhalten, aber auch das Selbstverständnis von Frauen beleuchtet. Nach vier Auflagen in den USA, wurde die Erhebung nun erstmalig auch mit Konsumentinnen aus Deutschland, Frankreich, England und China durchgeführt. Zum kostenlosen Download geht es [hier](#).

kann von keinem anderen Medium erreicht werden. Sogar Zeitungen und Zeitschriften haben in ihren Online-Ausgaben Video-Content und werden damit selbst zu einer Art Fernsehen. Auch Social Media wie Facebook, LinkedIn, Google+ und andere werden immer bewegter. Und über den Kurznachrichtendienst Twitter lassen sich Links zu Videos verbreiten. So einfach das alles klingt, so kompliziert ist es doch unter rechtlichen Aspekten. Um die Dimension dieser Rechtsfragen zu beleuchten, hatte der Arbeitskreis B2B der DPRG mit der Veranstaltungsreihe Bewegtbildkommunikation am 4. Juli zu einem halbtägigen Workshop nach München eingeladen. Gastgeber waren der Automobilclub Kraftfahrer-Schutz und seine Tochtergesellschaft, die Auxilia Rechtsschutz-Versicherung AG. Referent war neben Christina Kahlert, Mitglied des Arbeitskreises, der Deutsch-Schweizer Rechtsanwalt und langjährige Berater der DPRG, Rainer Rothe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Termine compact (7) (27./28. KW-2013)

1. Terminhinweis: Die **Fachkonferenz** des Bundesfachausschusses **Online-Journalismus** des Deutschen Journalisten Verbandes findet am **13. September in Mainz** statt. Auf dem Programm stehen Besuche in Online-Redaktionen. Das genaue Programm wurde jetzt veröffentlicht. Unter dem Leitmotiv „Zahljahr 2013“ wird es in den Diskussionen unter anderem um den Gegensatz zwischen der „Kostenloskultur im Internet“ und Geschäftsmodellen für freie Journalistinnen und Journalisten gehen, die ihre Nische suchen oder gefunden haben. Das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung finden sich online unter [www.besser-online.info](http://www.besser-online.info).
2. Zum Thema **Onlinekommunikation** lädt die Fachgruppe PR/Organisationskommunikation der **Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK)** vom **30. Oktober bis 2. November in die AutoUni nach Wolfsburg** ein. Forscher aus der DACH-Region diskutieren unter anderem aktuelle Erkenntnisse zur On-

## Termine

### Rechtsfragen in der Bewegtbildkommunikation

Kommunikation mit bewegten Bildern nimmt ständig zu. Die Faszination von Film und Video

- linekommunikation. Veranstalter ist die Ostfalia Hochschule unter der Tagungsleitung von Olaf Hoffjann (Ostfalia Hochschule) und Thomas Pleil (Hochschule Darmstadt). Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf dieser [Website](#).
3. Im Vorfeld der **578. Cranger Kirmes**, dem größten Volksfest in Nordrhein-Westfalen, lädt die Deutsche Public Relations Gesellschaft, **DRPG, Landesgruppe NRW**, nach Herne ein. Am **30. Juli** treffen sich die Teilnehmer um 19 Uhr im Biergarten „Zum armen Ritter“ an der Schleuse des Rhein-Herne-Kanals. Thema des Abends: „**Oktoberfest, und sonst? Kommunikation zum Mega-Event Cranger Kirmes**“. Die Kirmes verzeichnete im vergangenen Jahr bis zu vier Millionen Besucher. Mit über 500 Schaustellern startet sie jedes Jahr Anfang August. Referenten des Abends sind: Timo Krupp, Pressesprecher der Cranger Kirmes, und Albert Ritter, Präsident des Deutschen Schaustellerbundes. Einzelheiten und Anmeldung bis zum 24. Juli direkt auf der Website der [DPRG NRW](#).
  4. Die „Internet World Business“, eine Fachzeitschrift für Internet-Profis, lädt ein zu drei **Online Communication Konferenzen** im November ein. Die Veranstaltungen am 5. in München, am 13. in Düsseldorf und am 19. in Hamburg bieten einen Überblick über **aktuelle Trends der Online Kommunikation** und zeigen Strategien zum effektiven Einsatz von Kommunikationslösungen für den Unternehmenserfolg auf. Noch bis zum 25. September können sich Interessenten den Frühbucherpreis in Höhe von 199 Euro plus Mehrwertsteuer sichern. Danach kostet die Teilnahme 50 Euro mehr. Aktuelle Informationen und Anmeldemöglichkeit finden sich auf [Konferenz-Website](#).
  5. Am **17. und 18. Oktober** veranstaltet die School for Communication and Management (scm) die „**Praxistage Krisenkommunikation**“ in Frankfurt am Main. Praktiker aus Unternehmen gewähren Einblicke in aktuelle Skandale und Krisen. Darüber hinaus bieten interaktive Formate wie Workshops, Speed-Café und Round Table Sessions die Möglichkeit zur Vertiefung und Diskussion einzelner Aspekte des Themas Krisenkommunikation. Referenten sind Thomas Möller (BASF), Stefan Hartwig (Karstadt Warenhaus), Sonja Horner (ÖBB), Susanne Heintzmann (Sana Kliniken), Gero Jentzsch (Deutscher Fleischer-Verband) und weitere Experten. Weitere Informationen auf der [scm-Website](#).
  6. Das F.A.Z.-Institut lädt ein zur „**12. Internationalen Konferenz Chefsache Issues Management: Krisen meistern, Emotionen managen. Wie Unternehmen erfolgreich mit Wutbürgern, Gegnern, „Fans“ umgehen**“ am **31. Oktober** in Frankfurt am Main. Die Konferenz richtet sich an Unternehmensvertreter und Dienstleister, die Großprojekte planen und sich mit einer zunehmend kritischen und bestens organisierten Protestöffentlichkeit konfrontiert sehen. F.A.Z.-Institut und >kommunikationsmanager richten die Veranstaltung gemeinsam mit dem Kooperationspartner Issues Management Gesellschaft IMAGE e.V. aus. Programm und Anmeldung finden Sie auf der [Website des Veranstalters](#).
  7. In diesem Jahr findet am **5. und 6. November im Nürnberger Schindlerhof** zum siebten Mal das „**Innovationsforum Interne Kommunikation**“ statt. Im Mittelpunkt der Tagung stehen die Themen „Kommunikations- und Führungskultur im Wandel“ und „Effizienz und Effektivität in der Unternehmenskommunikation steigern“ mit Beiträgen von ABB, Astrium, Bayer Business Services, Bosch, Continental, Datev, Deutsche Lufthansa, Deutsche Telekom, MAN, Merck, SAP, Siemens, tesa und Volkswagen. Veranstalter ist die Schick+Partner GmbH. Weitere Informationen zur Veranstaltung finden sich auf der [Website von Schick+Partner](#).

## Tipps

### Tipps compact (7) (27./28. KW-2013)

1. **Berlin ist die Verlagsstadt Nummer eins:** Eine neue Broschüre der Berliner Landesinitiative „Projekt Zukunft“ gibt einen aktuellen Überblick über die Branche und liefert inte-

- ressante Informationen. Leser finden in dem 16 Seiten starken Heft unter anderem **Hinweise zu Fördermöglichkeiten, die wichtigsten Zahlen, Kontakte und Termine**. Unter diesem [Link steht die Broschüre kostenlos zum Download](#) bereit.
2. Die ferret go GmbH aus Bernau bei Berlin bietet auf der Website [www.kuerzr.com](http://www.kuerzr.com) einen kostenlosen **Service für Nachrichten-zusammenfassungen in Echtzeit**. Das Unternehmen ist nach eigenen Angaben spezialisiert darauf, Themen, Meinungen und Stimmungen in Webveröffentlichungen automatisch zu erkennen. Das „**Trend-monitoring**“ soll einen Real-Time-Alertservice mit algorithmusbasierten Zusammenfassungen vereinen. Nutzern soll es so möglich sein, Inhalte aus dem Web schneller einzuordnen und relevante Informationen zu filtern.
  3. **Neugeschäft via Ausschreibungen**: „CP-Monitor“ berichtet in der Online-Ausgabe des Newsletters vom 9. Juli über verschiedene Optionen. Die **Wirtschaftsförderung Sachsen**, Dresden, hat die Konzeption und Produktion von Videos öffentlich ausgeschrieben. Das **Beschaffungsamt des BMI**, Bonn, hat für die grafische Gestaltung einer neuen Fachzeitschrift des Bundesarchivs einen öffentlichen Wettbewerb gestartet. Und das **Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt DLR e.V.**, Köln, sucht via Ausschreibung eine Agentur für Grafik- und Designleistungen. Einzelheiten und Termin bei „[CP-Monitor](#)“.
  4. Der Werkzeugkasten für PR-Schaffende hat sich immer mehr gefüllt. Zum Presseverteiler sind Content-Management-Systeme, Suchmaschinenoptimierung, Monitoring und PR-Erfolgskontrolle hinzugekommen. Um das bewältigen zu können, bietet die **Convento GmbH** eine **Weblösung** an. Mit „myconvento“ sollen alle Aufgaben gebündelt werden und Abläufe vereinfacht werden können. „myconvento“ wird Interessenten im Herbst bei einer bundesweiten **Roadshow** vorgestellt. Die Daten: 19.09. Düsseldorf, 24.09. Hannover, 24.09. Hamburg, 25.09. Berlin, 02.10. Wien, 08.10. Mainz, 09.10. München, 10.10. Leipzig und 15.10. Stuttgart. Anmeldung [direkt bei Convento](#).
  5. Aktuelle Informationen und fundierte Einschätzungen sind speziell im Gesundheitsmarkt stark gefragt. Das liegt daran, dass dieser Markt sich von reinen Produktmärkten stark unterscheidet, nicht zuletzt durch die Struktur der Selbstverwaltung. Dieser komplizierten Gemengelage nimmt sich der **neue Newsletter „Gesundheit und Politik“** an. **Herausgeber sind FleishmanHillard und der Publizist Elmar Esser**. Der Newsletter für gesundheitspolitisch Interessierte bietet aktuelle Informationen aus Gesundheitswesen und Politik. Geplant ist ein quartalsweiser Versand, für den sich Interessierte [per Mail an FleishmanHillard](#) in den Verteiler aufnehmen lassen können.
  6. Die Bonner **Vital Plus Media** ist bei PR Agenturen etabliert als Dienstleister für **druck- und sendefertige Produktionen** mit garantierten Veröffentlichungen in Deutschlands Lokalzeitungen und regionalen Hörfunksendern. Der Mediendienst bietet nach dem ersten Zielgruppenspecial „Kaufkräftige Senioren“ jetzt das zweite Special „Eltern/Kinder“ an. Die Vital Plus Premium Sonderveröffentlichungen passen sich in das redaktionelle Umfeld ein und bieten reichweitenstarke Kommunikationsleistungen zu fairen Preisen. Weitere Informationen auf der [Website von Vital Plus](#).
  7. **Trendkraft**, ein Kommunikationswerkzeug für KMUs, Public Relations Agenturen und Institutionen, hat die Betaphase verlassen und präsentiert sich jetzt in verbesserter Fassung. Die Plattform mit Sitz in Celle hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmensmeldungen und Pressemitteilungen direkt an die Zielgruppen zu verbreiten. Veröffentlichte Meldungen erreichen über das Nachrichtennetzwerk zahlreiche Kontakte über Social Media, Blogger und On-Demand-Dienste. Kernprodukt ist die Veröffentlichung, Verbreitung, Archivierung und die störungsfreie Präsentation auch auf mobilen Endgeräten von Presse- und Öffentlichkeitsinhalten.

## Internes - aus der Redaktion

### Immer und überall: PR-Journal mit allen Systemen und Geräten ansehen

Rechtzeitig zur allgemeinen Sommer-Urlaubszeit ist die neue Mobilversion des PR-Journals fertig geworden. Unter [www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de) können nun die Internetseiten des PR-Portals Nr. 1 online aufgerufen werden - ob mit dem Smartphone, Tablet-PC oder Notebook. Oder mit den Betriebssystemen von Apple, Google (Android), Microsoft oder Blackberry - das neue Mobilprogramm zeigt immer eine für den jeweiligen Nutzer optimierte Ausgabeversion an.

Und nun können wir sogar wie auf der Desktopversion die Bannerwerbungen unserer Unterstützer präsentieren. Und selbstverständlich können auch in der Mobilversion zu jedem Artikel Kommentare eingegeben werden.

**Noch ein Hinweis:** wie jedes Jahr erscheint unser kostenloser Newsletter nur alle zwei Wochen. Ab dem 27. August gibt es ihn dann wieder wöchentlich. Aber alle aktuellen und wichtigen Meldungen finden Sie selbstverständlich auch in den Sommermonaten auf unserer Homepage.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (56)

#### Volontariat/Trainee

Die 18 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Praktikum

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

#### Agenturen

- *Redakteure (m/w) mit Online-Know-how für Köln und Wiesbaden*
- *Engagierter PR-Berater (m/w) gesucht für Agentur in Berlin*
- *PR- & Kommunikationsberater/in Digitale Wirtschaft, Frankfurt*
- *PR-Berater (m/w) Lifestyle und Kosmetik in Hamburger PR-Agentur*
- *Redakteur/in IT/TK/Technologie, Köln*
- *Senior-PR-Berater (m/w) von HotDot in Berlin*
- *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*

#### Unternehmen

- *PR-Referent (m/w) Schwerpunkt Unternehmenskommunikation, bei Stuttgart*
- *Mitarbeiter (m/w) Kommunikation & Partnermanagement, Osnabrück*
- *Director PR (m/w), München*
- *Berater (w/m) Market Communications & Public Relations, Frankfurt a.M.*
- *Mitarbeiter Content (w/m), Mannheim*
- *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*

#### Verbände (Non-Profit)

- *Mitarbeiter (m/w) externe Kommunikation, Wiesbaden*
- *Pressesprecher/in bei Campact, Verden/Aller*
- *Leiterin / Leiter Stabsstelle Kommunikation und Fundraising, Schwerte*
- *Junior PR-Berater(in) / Medienkoordinator(in), Gerlingen*

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 04. Februar 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.000 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) - "Kerlikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

**Redaktionsrubrik "Das PR-Interview":** Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

**Rubrik "PR-Websitecheck":** N.N.

**Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":**

Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

**Korrespondenten: Internationales:** Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** N.N..

**Rezensionen:** Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de); PR PLUS, Heidelberg (Koordination: Simone Heinrich (simone.heinrich[at]prplus.de)).

**Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen [Serviceseite](#) dokumentiert.**

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

**Anschrift:**

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

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>; <http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>; <http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>; <http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>; <http://www.pr-journal.de/newsletter/archiv.html> .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für **2012** wurden von

InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

**Laufend neue Informationen und Meldungen aus der Kommunikationsbranche finden Sie wie immer auf unserer Homepage**

- und auch bei Twitter: [@prjournal](#) und [@prjobboerse](#)
- sowie auf unseren Fanseiten bei Facebook: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)
- auch bei Google+: [PR-Journal](#) und [PR-Jobboerse](#)

- und bei [Pinterest](#)

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

- Jobangebote und -gesuche: [PR-Jobboerse](#)
- PR-Datenbank [Agenturen](#)
- PR-Datenbank [Dienstleister](#)
- PR-Datenbank [Ausbilder](#)
- PR-Datenbank [PR-Ranking](#)
- PR-Datenbank [PR-WebsiteCheck](#)
- PR-Datenbank [PR-Termine](#)