

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 390 / 29./30. KW 2013

Wie in den Vorjahren auch erscheint unser **Newsletter** im Juli und August nur **alle 14 Tage**. Aktuelle Informationen finden Sie jedoch wie immer tagesaktuell auf unserer Homepage – seit Anfang Juli 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 13. August 2013.

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 390. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 83 Einzelmeldungen):

1. [Megafusion zwei der weltgrößten Werbeholdings hat Folgen auch für die PR-Sparten](#)
2. [PR-Branche weltweit wächst um 8 Prozent](#)
3. [Bertelsmann: Rekordbeteiligung bei Mitarbeiterbefragung](#)
4. [Zehn Fähigkeiten von zukünftigen PR- und Marketing Profis](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(7\) \(29./30. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(11\) \(29./30. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(13\) \(29./30. KW-2013\)](#)
8. [Wahlwerbe-Kampagne von media consulta](#)
9. [Etats compact \(19\) \(29./30. KW-2013\)](#)
10. [Verfassungsrichter beanstanden FDP-Wahlkampf](#)
11. [Gründer des Verlags Rommerskirchen ist tot](#)
12. [Wirtschaftsjournalisten: fischerAppelt zum 6. Mal in Folge die Nr. 1](#)
13. [Stefanie Friebe im PRR: Wie geht PR-Karriere für Frauen?](#)
14. [Branche compact \(7\) \(29./30. KW-2013\)](#)
15. [Fachmedien im 2. Quartal 2013 nahezu unverändert](#)
16. [Axel Springer AG verkauft „Berliner Morgenpost“, „Hamburger Abendblatt“, „Hör zu“ und einige Frauentitel](#)
17. [IVW schlägt Auflagenalarm](#)
18. [Media-Analysen: Zeitungen und Zeitschriften mit hoher Gesamtreichweite](#)
19. [„Gefallen an Gefälligkeiten“: Vorstellung einer Kurzstudie zu Journalismus und Korruption](#)
20. [Medien compact \(4\) \(29./30. KW-2013\)](#)
21. [Schröder+Schöms PR, Berlin hat die meisten Facebook-Freunde der PR-Agenturen](#)
22. [Online-Marketing-Trends: 10 Thesen zum Marketing der Zukunft](#)
23. [Blogger Relations? Ein Profi packt in "medienrot" aus!](#)
24. [Social Media compact \(4\) \(29./30. KW-2013\)](#)
25. [Deutsche Bank: Neuer Verhaltenskodex für Mitarbeiter](#)
26. [Reputation: Stellhebel Beschwerdemanagement](#)
27. [Kommentar: Deutsche Bank legt Wertekanon vor](#)
28. [DIHK: Berichtspflicht für unternehmerische Verantwortung ist das falsche Signal](#)
29. [Unternehmensverantwortung für Menschenrechte](#)
30. [EU-Kommission, ILO und Bangladesch einigen sich auf bessere Arbeitsbedingungen im Textilsektor](#)
31. [CSR compact \(3\) \(29./30. KW 2013\)](#)
32. [PR-Interview Nr. 96. mit Kristina Sinemus: Bürgerbeteiligung muss einsetzen, wenn Bürger noch die Chance zur Mitbestimmung haben](#)
33. [Schebens Kolumne Salz: Schafft Vertrauen noch Werte?](#)
34. [Geklauter „Content is king“](#)
35. [Sascha Lobo: Überwachungsskandal - Mein Weg zum Ekel](#)
36. [Bildung compact \(6\) \(29./30. KW-2013\)](#)
37. [Studie: Merkel und Gauck haben Nachholbedarf beim Twittern](#)
38. [Neue OBS-Studie: Der Partizipationsmythos - Wie Verbände Facebook, Twitter und Co. nutzen](#)
39. [Termine compact \(8\) \(29./30. KW-2013\)](#)
40. [Manager vor der Kamera - drei populäre Irrtümer](#)
41. [Social Media Beratung: 11 Merkmale unseriöser Anbieter](#)
42. [Tipps compact \(1\) \(29./30. KW-2013\)](#)
43. [Jobbörse](#)
44. [Impressum](#)

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

Megafusion zwei der weltgrößten Werbeholdings hat Folgen auch für die PR-Sparten

Laut eines Berichts von „Horizont.net“ vom 29. Juli haben die beiden Werbeholdings Publicis, Paris, und Omnicom, New York, offiziell angekündigt, fusionieren zu wollen. Entsprechende Berichte waren am 28. Juli vorab bekannt geworden. Nach Angaben der Beteiligten entsteht durch den Zusammenschluss der weltweit größte Werbekonzern mit einem Umsatz von 17,7 Milliarden Euro. Der bisherige Marktführer WPP hatte im vergangenen Jahr 12,1 Milliarden Euro umgesetzt. Die Transaktion zwischen Publicis und Omnicom soll im 4. Quartal 2013 oder im 1. Quartal 2014 abgeschlossen werden. Der neue Konzern wird unter dem Namen Publicis Omnicom Group firmieren. Und was bedeutet der Deal für die PR-Sparten und PR-Netzwerke der beiden Holdings? Es entsteht der größte PR-Zusammenschluss der Welt, wenn alle Zahlen addiert werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Branche weltweit wächst um acht Prozent

Die PR-Branche verzeichnet weltweit ein stabiles Wachstum. Im dritten Jahr hintereinander liegt die Steigerungsrate bei durchschnittlich acht Prozent bei einem Gesamtvolumen von rund elf Milliarden Dollar Honorarumsatz. Interessant dabei: Die unabhängigen PR-Firmen wuchsen dabei mit 8,6 Prozent deutlich stärker als die fünf großen Agenturnetzwerke – WPP, Omnicom, Interpublic, Publicis und Havas -, sie kamen zusammen durchschnittlich auf eine sechszehnjährige Steigerung. Gemessen an der Entwicklung der Weltwirtschaft insgesamt, für die der



internationale Währungsfonds (IWF) ein Jahreswachstum von rund drei Prozent erwartet, ist das für die PR-Branche komfortable Situation. Wie in den vergangenen Jahren auch wurden die Zahlen vom "Holmes-Report" ermittelt und veröffentlicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bertelsmann: Rekordbeteiligung bei Mitarbeiterbefragung

Noch nie zuvor haben sich so viele Mitarbeiter wie diesmal an der weltweiten Mitarbeiterbefragung beim Medienkonzern Bertelsmann beteiligt. Mit 86,9 Prozent liegt die Quote so hoch wie nie zuvor, bei Bertelsmann-Tochter RTL waren es sogar sagenhafte 95 Prozent. Das meldet außer dem "PR-Journal" auch noch "Newsroom.de". Rund 74.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die Chance genutzt und an der Befragung teilgenommen, für die eine Bertelsmann-Tochter verantwortlich zeichnet. Der Vorstandsvorsitzende Thomas Rabe ist begeistert: „Ich freue mich natürlich besonders darüber, dass wir mit dem für uns so wertvollen Instrument der Mitarbeiterbefragung eine so hohe Beteiligungsquote wie noch nie erzielen konnten. Das hohe Niveau zeigt ganz deutlich: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben ein großes Interesse daran, ihre Meinung zu äußern und damit an der Gestaltung ihres Unternehmens mitzuwirken. Für dieses Interesse bedanke ich mich auch

im Namen des Bertelsmann-Vorstandes sehr herzlich", so Thomas Rabe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zehn Fähigkeiten von zukünftigen PR- und Marketing Profis

Welche Fähigkeiten brauchen PR- und Marketing- Profis, um morgen erfolgreich zu sein? Heinz Wittenbrink von der FH Joanneum hat mich (Martin Bredl, Managing Partner von Take Off PR, Wien) vor kurzem auf Twitter mit der Aussage überrascht, dass er eine eigene Ausbildung "Content Strategie" plant. Content Marketing wird nicht ein vorübergehender Trend sein. Agenturen und Unternehmen müssen überlegen, welche Fähigkeiten zukünftig integrierte PR- und Marketing- Teams haben müssen. Hier ist eine Auflistung, die sicher noch zu ergänzen ist.

1. Programmieren; 2. Copywriting (Texten); 3. Daten Analyse; 4. Search Engine Optimization (SEO); 5. News Jacking; 6. Leads generieren; 7. E-Mail-Marketing; 8. Paid Search (Google-, Facebook-, Linked- Werbung) 9. Public Relations; 10. Social Media.

Den Artikel von [Martin Bredl](#) am 19. Juli auf seiner Seite "Take Off PR" [hier online weiterlesen](#).



deren Vorgängerin ddp aus Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Fadl berichtet bei Naturland direkt an die Geschäftsführung.

2. **Angela Hörschelmann** (44) ist seit dem 1. Juli für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Hospiz- und Palliativverbands (DHPV) in Berlin verantwortlich. Sie wurde Nachfolgerin von **Julia von Hayek**, die den Verband verlassen hat. Hörschelmann kam vom Deutschen Roten Kreuz, wo sie im Landesverband Hessen Pressereferentin war. Beim DHPV berichtet sie an Geschäftsführer **Benno Bolze**.
3. **Serena Klein** (37) arbeitet seit dem 1. Juli als Pressereferentin beim Gesamtverband Dämmstoffindustrie (GDI) in Berlin. In der neu geschaffenen Stelle berichtet sie an die GDI-Geschäftsführerin **Marianne Tritz**. Zuletzt hat sie seit 2009 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für das Bundestagsmitglied **Christian Freiherr von Stetten** und anschließend seit 2010 für dessen CDU-Kollegen **Jan-Marco Luczak** gemacht. Vor 2009 war sie Redakteurin beim Fachmagazin „pressesprecher“.
4. **Mirko Hertrich** (41) arbeitet seit dem 15. Juli als Pressesprecher bei der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) in Stuttgart. Er folgte auf **Martin Prösler**, der im Juni in das Präsidium der Gesellschaft gewählt wurde. Hertrich, der zuletzt Leiter des dapd-Landesdienstes Baden-Württemberg war, berichtet bei der DGNB an Geschäftsführerin **Christine Lemaitre**.
5. **Urs Bloch** (42) wird ab dem 1. November neuer Pressesprecher im dreiköpfigen Mediensprecherteam von PostAuto Schweiz. Er wird Nachfolger von **Monika Trost**, die das Unternehmen verlässt. Gemeinsam mit seinen beiden Kollegen berichtet Bloch an **Simon**

Personalien

Personalien compact - Sonstige (7) (29./30. KW-2013)

1. **Markus Fadl** (42) ist neuer Pressesprecher beim Öko-Verband Naturland mit Sitz in Gräfelfing bei München. Fadl bringt Erfahrungen als leitender Redakteur aus dem Nachrichtengeschäft mit. Nach zwei Jahren als bundespolitischer Korrespondent in Berlin verantwortete er als Landesleiter rund zehn Jahre lang die Berichterstattung der Nachrichtenagentur dapd beziehungsweise

Rimle, der als Leiter der Kommunikation auch Mitglied der Geschäftsführung von PostAuto Schweiz ist. Aktuell ist Bloch noch Redakteur bei „NZZ Online“, wo er bereits seit 2001 tätig ist. Dort ist er zuständig für die Themen Öffentlicher Verkehr und Politik.

6. **Georg Blaha** (37) wird ab dem 1. August neuer Pressereferent bei der Stiftung Familienunternehmen in München. In der neu geschaffenen Position berichtet er an Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, **Hartmut Kistenfeger**. Blaha wechselt von der „Börsen-Zeitung“ in Frankfurt, wo er als Redakteur tätig ist.
7. **Marc Raschke** (37) leitet seit dem 1. Juli die Unternehmenskommunikation des Klinikums Dortmund. Er wurde Nachfolger von **Jörg Kühn**, der als Leiter der Unternehmenskommunikation zum Klinikum Westfalen gewechselt ist. Raschke, der seit 2005 mit der Agentur Raschke & Partners selbständig war, berichtet im Klinikum Dortmund direkt an **Rudolf Mintrop**, den Vorsitzenden der Geschäftsführung.

Personalien compact - Agenturen (11) (29./30. KW-2013)

1. **Jessica Esser** (41) hat die neu geschaffene Position als Senior Beraterin bei der Berliner Agentur Press Factory übernommen. Haupttätigkeitsfeld ist der Ausbau des Lifestyle-Departments. Esser war vorher viele Jahre im Bereich Hotel-PR tätig, zuletzt als Corporate Communications Managerin von Mövenpick Hotels in Zürich. Bei der Press Factory berichtet sie an **Luiza Philipp** und **Mandie Bieneke**, die beide Geschäftsführerinnen sind.
2. **Dominik Küster** ist Managing Partner CRM & Data Consulting bei der Agentur Wunderman GmbH in Frankfurt am Main geworden. Küster, der bereits seit rund zehn Jahren bei Wunderman im Bereich Telemarketing arbeitet, übernimmt nun Führungsaufgaben in den Bereichen Consulting, Strategie, Data, Telemarketing, Account und Analytics. Hintergrund der neuen Position ist die Förderung der strategischen Zusammenarbeit zwischen den Wunderman Standorten in Köln, Frankfurt am Main und München.
3. **Marco Pfohl**, Agenturleiter der Möller Horcher Public Relations GmbH in Offenbach,



ist ab sofort Prokurist der Agentur. Die Agentur hat sich spezialisiert auf Business-to-Business-Kommunikation für IT- und High-Tech-Unternehmen und unterhält außer in Offenbach noch ein Büro in Freiberg/Sachsen. Pfohl, der bereits seit Ende 2011 die Hauptniederlassung in Offenbach leitet, wird nun auch verstärkt an der strategischen Entwicklung der Agentur mitarbeiten. Er arbeitet seit 2008 für Möller Horcher.

4. **Jochen Mörsch** (41), bisher Leiter des Ressorts der Gruner+Jahr Wirtschaftsmedien, steigt zum 1. August bei der Agentur Script Communications ein. Er wird dort Mitglied der erweiterten Geschäftsführung und Ressortleiter Finance & Economy. Vom Standort Frankfurt am Main aus wird er Kunden in Fragen der Unternehmenskommunikation und PR beraten. Mörsch war seit dem Jahr 2000 im Journalismus tätig, unter anderen bei den Wirtschaftstiteln „Capital“ und „Financial Times Deutschland“.
5. **Gregor Schreiber** (39) wechselte als Senior-Berater für politische Kommunikation zum Berliner Ableger von Burson Marsteller, wo er bereits früher gearbeitet hat. Schreiber ist im Rahmen der Public Affairs verantwortlich für strategische Beratung, Issues Management, Reputation Management sowie Planung und Umsetzung von Kampagnen. Zuvor war der diplomierte Politologe bei Hans Bellstedt Public Affairs, Klenk&Hoursch und Appelt Berlin beschäftigt.
6. **Marcus Ertl** und **Johannes Tönne** sind neue Mitarbeiter der wildcard communications GmbH mit Hauptsitz in Krefeld und ihren beiden Standorten in Köln sowie München. Die Agentur verfügt damit über 20 festangestellte

Mitarbeiter. Ertl, der bereits langjährige Erfahrung in der PR-Branche gesammelt hat, verantwortet in der Münchner Niederlassung als Senior Berater die strategische Kommunikation für Unternehmen aus den Bereichen Software, Technologie und Entertainment. Tönne ist Grafiker und ergänzt die Bewegtbild-Produktion in Köln. Er war zuvor drei Jahre in verschiedenen Fernsehproduktionen tätig.

7. **Christian Schiller** (34) hat sich mit der Agentur Schiller Text & Konzept in Zürich selbstständig gemacht. Der ehemalige Journalist, der zwischen 2005 und 2009 für die „Neue Zürcher Zeitung“, die „Neue Luzerner Zeitung“ und den „Landboten“ schrieb, bietet in seiner Agentur Medienarbeit, Konzeption von Kommunikationsstrategien und Beiträge für diverse Publikationen an. Zuletzt war Schiller als PR-Manager und Redakteur bei der Agentur Webguerillas in Zürich tätig.
8. **Lilia Osterloh**, ehemalige Profi-Tennisspielerin mit Platzierungen in den Top 50 der Weltrangliste, absolviert in den kommenden Monaten in der PR Abteilung von ITMS Marketing, Bad Nauheim, ein Praktikum. Sie unterstützt die PR-Abteilung bei der Betreuung verschiedener Aktivitäten rund um Pressearbeit, Event-Management und Planung von Pressekonferenzen. Als Absolventin des Studiengangs „Internationale Beziehungen“ wird sie vor allem in die Kommunikation mit internationalen Klienten einbezogen.
9. **Andrea Santangelo de Souza** (34) verantwortet seit dem 15. Juni als Head of PR in Berlin die CLY Communication Etats und organisiert die strategische Ausrichtung und das Wachstum der PR Unit. Sie arbeitet bereits seit über zehn Jahren erfolgreich in der Mode-PR und hat in der Vergangenheit auf Agenturseite sowie Inhouse Marken wie Bulgari, Hugo Boss, Bally oder Prada betreut. Von 2006 bis 2011 leitete sie das Büro von Network PR in München und verantwortete ebenfalls das Personalmanagement des Standortes.
10. **Maik-Henrik Teichmann** (41) leitet den Bereich Consulting bei der Agentur für Kommunikation und IT Cocomore AG in Frankfurt am Main. Er berichtet an das Cocomore Vorstandsmitglied **Jens Fricke**. Teichmann war zuvor mehr als fünf Jahre in leitender Position bei der Managementberatung Ac-



centure Interactive im Bereich Marketing Analytics tätig.

11. **Florian Geiger** (42) verstärkt seit 1. Juli das Cross Media & Campaigning Team von Burson-Marsteller in Deutschland. Als Creative Director Digital wird Geiger vom Frankfurter Standort aus insbesondere für die Konzeptionierung, Steuerung und Evaluierung integrierter Kampagnen sowie den Auf- und Ausbau des digitalen Produktportfolios von Burson-Marsteller für nationale und internationale Kunden verantwortlich sein. Geiger verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Umsetzung von integrierten Kampagnen. Zuletzt war er ab 2009 als Creative Director Digital bei der Leo Burnett GmbH.

Personalien compact - Unternehmen (13) (29./30. KW-2013)

1. **Ulrich Schumacher** (34) wird ab dem 1. August neuer Pressesprecher und Leiter PR des Sanitär- und Badspezialisten Hansgrohe SE in Schiltach. Er wird Nachfolger von Carsten Tessmer, der die Stelle neun Jahre inne hatte und das Unternehmen zum 31. Juli auf eigenen Wunsch verlässt, um sich in Hamburg mit einer Kommunikationsagentur selbständig zu machen. Nachfolger Schumacher kommt von der Alfred Kärcher GmbH & Co. KG in Winnenden, wo er seit 2007 stellvertretender Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit war. Zuvor war Schumacher bei der Stuttgarter Agentur Sympra tätig.
2. **Jutta Hanle** (43) arbeitet seit dem 1. Juli als Vice President Marketing & Communications

für Österreich sowie Zentral- und Osteuropa beim ICT-Servicepartner Kapsch Business-Com in Wien. Sie wurde Nachfolgerin von **Christian Schober**, der die Geschäftsführung von Kapsch Smart Energy übernommen hat. Hanle ist bereits seit 2001 bei dem Unternehmen, zuletzt als Leiterin Unternehmenskommunikation. In ihrer neuen Position berichtet sie an Vorstand **Jochen Borenich**.

3. **Dima Beitzke** (37) ist seit dem 1. Juli neuer Chief Sales Officer International bei der Domainhandelsplattform Sedo. Vom Standort Köln aus hat er die Leitung des globalen Vertriebs sowie die Bereiche Marketing und PR übernommen. Vorgängerin **Liesbeth Mack-de Boer** arbeitet jetzt im Vertrieb von Trusted Shops. Beitzke ist CEO **Tobias Flaitz** zugeordnet. Vor seinem Wechsel war Beitzke seit 2011 Geschäftsführer der Erdbeerlounge GmbH.
4. **Tatjana Dreyer** (40), zuletzt Leiterin Interne Kommunikation bei Axel Springer, wechselt nach nur gut einem halben Jahr im August zum Neusser Pharma-Unternehmen Janssen Deutschland, einer Tochter von Johnson & Johnson. Sie übernimmt dort die externe und interne PR sowie Public Affairs. Dreyer berichtet an **Iris Zemzoum**, Vorsitzende der Janssen-Geschäftsführung, und wird Mitglied der erweiterten Geschäftsführung. Vor ihrem Intermezzo bei Axel Springer, leitete sie die interne Kommunikation bei Otto.
5. **Katrin Petersen** (31) leitet seit Anfang Juli die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Wohnungsunternehmen Grand City Property in Berlin. In der neu geschaffenen Position ist sie Pressesprecherin, gleichzeitig ist sie verantwortlich für die externe Kommunikation des Unternehmens. Petersen, die von der Agentur public link zu Grand City Property wechselte, berichtet dort an **Kenan Wallenstein**, den Head of Marketing und Sales.
6. **Marcus Geppert** (32) leitet seit dem 17. Juni die Unternehmenskommunikation beim Saatgutproduzenten Strube in Söllingen. Die Stelle wurde neu geschaffen. Zuvor war Geppert von 2009 bis 2010 bei der Bundeswehr Bezirksbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit für Sachsen-Anhalt. Anschließend absolvierte er an der Quadriga Hochschule in Berlin ein Zweitstudium mit Abschluss Master of Business Administration (MBA) Communication and Leadership. Bei Strube



- berichtet Geppert an Geschäftsführerin **Isabel Strube**.
7. **Pia Lorenz** (35), Chefredakteurin der "Legal Tribune online", hat ab 17. Juli in Personalunion die Leitung der Unternehmenskommunikation des Wissens- und Informationsdienstleisters Wolters Kluwer Deutschland in Hürth bei Köln übernommen. Lorenz ist seit 2008 für den internationalen Wissens- und Informationsdienstleister am Hauptsitz in Köln tätig, teilt das Unternehmen mit.
 8. **Stefanie Waehlert** wechselt von München nach Hannover und wird am 15. August Digitalchefin beim Reisekonzern TUI Deutschland - eine Position, die für sie neu geschaffen wurde. Waehlert hatte zuletzt versucht, als Geschäftsführerin die VZ-Netzwerke des Holtzbrinck-Verlages zu retten - diese wurden jedoch abgewickelt. Sie verantwortet künftig sämtliche Online-Aktivitäten des Unternehmens, eine ihrer Hauptaufgaben wird die Weiterentwicklung des Customer Relationship Managements (CRM) für TUI sein.
 9. **Petra Rulsch**, bisher Kommunikationschefin der Gruner+Jahr-Verlagsgruppe Life ("Brigitte", "Schöner Wohnen") in Hamburg wird zum 16. August Head of International & Corporate PR beim Schmuckhersteller Thomas Sabo in Lauf a.d.Pegnitz. G+J wird die Stelle wohl nicht neu besetzen: Die Unternehmenskommunikation soll lt. Brancheninfos demnächst umstrukturiert werden. *Anm.: Rulsch sollte dann als erstes den unsinnigen Zugang zur Sabo-Presseseite nur über Registrierung abschaffen - in welcher Zeit leben wir?*

10. **Stefan Nünlist** (51) kehrt im Herbst als Leiter Unternehmenskommunikation zum Telekommunikationsunternehmen Swisscom zurück. Er folgt auf **Kathrin Amacker**, die als Leiterin Kommunikation zu den Schweizerischen Bundesbahnen gewechselt ist.
11. **Sirin Emre** (31) wechselt von Hering Schuppener, Düsseldorf, als Corporate Communications Manager (Pressesprecherin und Leiterin der Kommunikationsabteilung) zum Fitness- und Gesundheitsdienstleister Fitness First nach Frankfurt am Main - als Nachfolgerin von **Tanja Tschurer**.
12. **Ute Dehn Christen** wird ab 1. September die Leitung von Corporate Communications der CSS Versicherung in Luzern/Schweiz übernehmen. Ihr Verantwortungsbereich umfasst die interne Kommunikation, Media Relations, Publikationen, Marketing Communications und die politische Kommunikation. Dehn Christen leitete während zehn Jahren die Kommunikations- und Marketingaufgaben bei der UBS und war fünf Jahre für die Unternehmenskommunikation bei General Electric verantwortlich. Zuletzt leitete sie als Mitglied der Geschäftsleitung bei Burson-Marsteller Schweiz den Bereich Corporate & Financial Communications.
13. In der globalen Kommunikation der Daimler AG in Stuttgart unter der Leitung von **Jörg Howe** kommt es mit Wirkung zum 1. August zu folgenden personellen Veränderungen: **Heinz Gottwick** (bisher mehr als fünf Jahre Nutzfahrzeuge-Sprecher) übernimmt die Leitung der Unternehmenskommunikation und damit die weltweite Verantwortung für die Kommunikation zu allen Konzernthemen (darunter Finanzen, Personal, Politik, Integrität und Recht) sowie der Wirtschaftskommunikation Mercedes-Benz Cars. Vorgänger **Marc Binder**, vor einem Jahr ausgeschieden, arbeitet inzwischen beim Apotheker-Dienstleister Celesio in Stuttgart. Nachfolger Gottwicks bei Daimler wird **Florian Mertens**, bisher für die Finanz-, Personal- und Politikkommunikation zuständig.

Wieder
Murmeltier-
tag?

Prozessoptimierung
bei Lautenbach
Sass.

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

Etats

Wahlwerbe-Kampagne von media consulta

Unter dem Motto „Du bist die Wahl!“ hat die Berliner Agentur media consulta (mc) im Auftrag des Deutschen Bundestages eine Wahlwerbe-Kampagne für die bevorstehende Bundestagswahl im September entwickelt. Ziel ist es, vor allem junge Menschen zum Wählen zu motivieren. mc setzt dabei auf Testimonials und einen Videowettbewerb, dessen Clips zusammengefügt den längsten Wahlauf Ruf der Nation ergeben sollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (19) (29./30. KW-2013)

1. Gothaer Systems AG, Köln
was: Relaunch des Vertriebsportals der Gothaer Versicherungsgruppe
an: **Agentur für Digitalkommunikation people interactive**, Köln
2. Gerstenberg Verlag GmbH & Co. KG, Hildesheim
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Themen Kochkunst, Gartenlust, Lifestyle und Kulturgeschichte
an: **Medienbüro Gina Ahrend**, Pöcking am Starnberger See
3. Internationale Technologie-Konferenz TechCrunch Disrupt Europe 2013, Berlin
was: Kommunikationsmaßnahmen für die Start-up-Konferenz ab 26. Oktober
an: **Ballou PR**, Berlin
4. Mineralölkonzern OMV, Wien
was: Leitfaden Corporate Wording und Bildwelt für OMV Commercial
an: **KMS Team GmbH**, München
5. a) Hersteller von Spezialreinigungsmitteln delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG, Egelsbach
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
b) Petrochemie-Unternehmen Borealis Polymere GmbH, Wien
was: Website-Relaunch
an: **triplesense GmbH**, Frankfurt am Main
6. Versandhaus Torquato, Geesthacht bei Hamburg
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Beil² - Die PR-Strategen GmbH**, Hamburg
7. Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen (TMGS), Dresden
was: Kommunikationsoffensive gegen die Stornierungswelle nach dem Juni-Hochwasser in Sachsen
an: **Oberüber / Karger Kommunikations-agentur GmbH**, Dresden
8. Peres & Peres GmbH, Köln
was: Pressearbeit und strategische Beratung für den Wettbewerb "Produkt des Jahres"
an: **agentur05 GmbH**, Köln
9. a) Wärmeglas-Spezialist Energy Glas GmbH, Wolfhagen
was: vertriebsunterstützende PR-Maßnahmen
b) Free-Wifi-Pionier ituma gmbH, Solingen



- was: Pressearbeit, Kommunikationsberatung und Online-PR
- c) Deckensystem-Hersteller Innogation GmbH, Bernkastel-Kues
was: Pressearbeit, Kommunikationsberatung und Online-PR
an: **dako pr corporate communications - Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH**, Leverkusen
10. Einrichtungsmesse imm cologne, Köln
was: Social-Media-Kampagne
an: **rheinfaktor - Agentur für Kommunikation GmbH**, Köln
11. Deutsche Fernstraßenplanungs- und -bau GmbH (DEGES), Berlin
was: PR und Pressearbeit für den Realisierungswettbewerb Süderelbebrücke
an: **public:news, Agentur für Kommunikationsberatung GmbH**, Hamburg
12. Antivirenhersteller ESET Deutschland GmbH, Jena
was: Unterstützung beim Deutschland-Start und Öffentlichkeitsarbeit
an: **FleishmanHillard Germany GmbH**, Frankfurt am Main
13. Softwareentwickler Neusoft Technology Solutions, Hamburg
was: gesamte Pressearbeit in Deutschland
an: **Laub & Partner**, Hamburg

14. Evernote (Erinnerungs-Software), Redwood City/Kalifornien
was: Unternehmenskommunikation im deutschsprachigen Raum
an: **piabo public relations**, Berlin
15. HoneyTracks, Big Data-/Spiele-Analyst, München
was: Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Analytics
an: **Widcard Communications**, Krefeld
16. Beratungshaus Vectorform, München
was: Kommunikationsarbeit für Start in den deutschen Markt
an: **Schwartz Public Relations**, München
17. Lytro, kalifornischer Hersteller der weltweit ersten Lichtfeldkamera, Mountain View
was: Deutschland-Start
an: **Harvard Good Relations Group GmbH**, München
18. Verband der französischen Ziegenkäseproduzenten ANICAP, Paris
was: Kommunikationskampagne
an: **Sopexa Deutschland**, Düsseldorf
19. Stada Medical GmbH, Bad Vilbel
was: Fachkommunikation zum neuen Diagnostik-Portfolio
an: **face to face communication GmbH**, Köln

Branche

Verfassungsrichter beanstanden FDP-Wahlkampf

Wie die „Westdeutsche Allgemeine Zeitung, WAZ“ aus Essen auf ihrer Website am 29. Juli berichtet, hat der Verfassungsgerichtshof NRW in Münster das Verhalten der FDP-Bundestagsfraktion im nordrhein-westfälischen Landtagswahlkampf 2012 massiv beanstandet. Die Entscheidung der NRW-Verfassungsrichter setzt die FDP unter Druck. Es geht um eine mögliche illegale Finanzierung des letzten Landtagswahlkampfes. Nach Ansicht des Gerichtshofes in Münster überschreitet eine Briefkampagne der FDP-Bundestagsfraktion im nordrhein-west



fälischen Wahlkampf 2012 „die verfassungsrechtlich vorgegebene Grenze zwischen der zulässigen Öffentlichkeitsarbeit einer Fraktion und der unzulässigen Parteienwerbung“. Für die Partei kann der Fall möglicherweise teuer werden. Lesen Sie selbst auf der „WAZ“-Website [„derwesten.de“](http://derwesten.de).

Gründer des Verlags Rommerskirchen ist tot

Hans-Theo Rommerskirchen ist tot. Der Gründer des gleichnamigen Fachverlags für Medien mit Sitz in Remagen-Rolandseck verstarb am 25. Juli im Alter von 88 Jahren. Der Verlag hatte sich unter seiner Führung auf die Medienbranche fokussiert und gibt seither Titel wie das „prmagazin“ und den „Journalist“ heraus. Schon in den 1980-er Jahren zog sich Rommerskirchen senior aus der operativen Verlagsführung zurück und überließ seinem Sohn Thomas die Geschäfte. Hans-Theo Rommerskirchen widmete sich seither der Förderung der bildenden Kunst. Seit 1984 gab er die „Signatur“ heraus, eine Edition für malende Dichter und dichtende Maler. Zu den Künstlern, die eine „Signatur“ gestalteten, gehörten unter anderen Horst Janssen und Ernst Fuchs. Hans Theo Rommerskirchen wurde 1980 mit dem Bundesverdienstkreuz am Bande ausgezeichnet.

Wirtschaftsjournalisten: fischerAppelt zum 6. Mal in Folge die Nr. 1

Die Gesellschaft für Wirtschaftsforschung Prof. Dr. Doebelin in Heroldsberg befragt in diesem Jahr 182 (von 250) deutsche Wirtschaftsjournalisten aller

Mediengattungen nach der Arbeit und Bewertung der besten Pressestellen in Unternehmen und Agenturen. Bereits zum sechsten Mal in Folge konnte sich die Kommunikationsagentur fischerAppelt AG, Hauptsitz in Hamburg als Nr. 1 bei den Agenturen platzieren. Für die weiteren ersten Plätze wurden am 19. Juli in München geehrt: ADAC (Verbände - zum 8. Mal in Folge), BMW (DAX-Unternehmen), Heraeus sowie Dr. Oetker (Familienunternehmen).

Die Plätze zwei und drei bei den Agenturen belegen 2013 Ergo Unternehmenskommunikation, Köln und Ketchum Pleon, Düsseldorf.

Stefanie Friebe im PRR: Wie geht PR-Karriere für Frauen?

Unter den Leitfragen „Frauen an die Macht - oder Männerquote? Wie gleichberechtigt ist die PR-Branche – und was bedeutet das für die Karriereplanung von Männern und Frauen?“, diskutierten am 6. Juli Alexander Güttler (CEO komm.passion) und Susanne Marell (CEO Edelman Germany) mit dem Moderator Georg Holzach beim Sommer Symposium des PR Career Centers in Düsseldorf. Besonders die mehrheitlich weiblichen Gäste der Veranstaltung für Berufseinsteiger und Young Professionals interessierte, wie sie in Top-Positionen der PR gelangen.

Die Autorin Stefanie Friebe, Ex-Vorstand des LPRS, hat dazu für den „PR Report“ eine le-senswerte Nachbetrachtung geschrieben. [Hier online weiterlesen.](#)

Branche compact (7) (29./30. KW-2013)

1. Der **Bundesverband Industrie Kommunikation e. V. (bvik)** hat sechs Leitlinien für das Handeln aller im bvik aktiven Personen verabschiedet. Die **Leitlinien** lauten: Transparenz, Offenheit, Schutz des geistigen Eigentums Dritter, Kreativität und Aus-

tausch, Complicance und Nachhaltigkeit. Nach eigenen Angaben ist der bvik der erste Verband, der B2B-Marketingverantwortlichen und Kommunikationsdienstleistern eine gemeinsame Plattform bietet – für Gedanken- und Erfahrungsaustausch. Weitere Informationen zum bvik und zum Verhaltenskodex finden sich auf der [Verbandswebsite](#).

2. Zum zehnten Mal vergibt der **Bundesverband deutscher Pressesprecher e. V. (BdP)** in diesem Jahr den „**Goldenen Apfel**“ für herausragende Pressearbeit. Die „**Pressestellen des Jahres**“ werden in den drei Kategorien Politik/Verwaltung, Verbände/NGO und Unternehmen ermittelt. Die Gewinner werden im Rahmen der Speakersnight des Kommunikationskongresses am 26. September in Berlin präsentiert. Einreichungen für die „Pressestelle des Jahres“ werden bis zum 11. August über die [Website des BdP](#) entgegengenommen. Dort finden Sie auch weitere Informationen zur Ausschreibung.
3. **Weber Shandwick** baut mit Eröffnung einer **Niederlassung in Istanbul** noch im Juli sein weltweites Netzwerk aus. **Seda Yalcin wird den neuen Standort im wichtigen Wachstumsmarkt Türkei leiten.** Yalcin, zuletzt bei Grayling Türkei, wird damit Geschäftsführerin für die Türkei und fungiert als Mitglied des EMEA-Führungsteams bei Weber Shandwick. Yalcin blickt auf zehn Jahre Erfahrung im Bereich Public Relations und Public Affairs zurück, sowohl in der Türkei als auch auf EU-Level in Brüssel. Sie hat für FusionTel in der Türkei gearbeitet, zog dann für ein Amt bei der Europäischen Kommission nach Brüssel und war anschließend bei Interel Public Affairs tätig. **Mit Kuwait erweitert Weber Shandwick zudem seine Kernniederlassungen im Nahen Osten** auf insgesamt fünf Länder (bisher Dubai, Abu Dhabi, Katar und Ägypten). Das Büro in Kuwait wird von Rosie Muhanna als General Managerin geleitet. Muhanna hat über zehn Jahre Erfahrung in der Kommunikationsbranche.
4. Zukünftig zählt Markenkommunikation in Europa und China zum Leistungsspektrum der in **Berlin und Hamburg** präsenten **united communications GmbH** sowie **Topline Consulting Co., Ltd.** mit Sitz in **Peking und Shenzhen**. Beide Agenturen arbeiten bereits unabhängig voneinander für führende High-tech-Unternehmen sowie Kunden aus der

Lufffahrtindustrie und weiteren Branchen. Mit der **strategischen Partnerschaft** verfolgen die neuen Partner das Ziel, die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen, ihre internationale Kompetenz zu unterstreichen und die Grundlagen für gemeinsame Kommunikationsprojekte zu legen.

5. **VW-Chef Martin Winterkorn ist Deutschlands angesehenster Topmanager.** Dies ergab eine gemeinsam von "manager magazin" und der Berliner Humboldt-Universität durchgeführte Untersuchung über die 100 wichtigsten Konzernchefs in Deutschland. Die Resultate veröffentlichte das Wirtschaftsmagazin in seiner Ausgabe vom 19. Juli. Auf Platz zwei und drei folgen mit BMW-Lenker Norbert Reithofer und Rupert Stadler, der Nummer eins von Audi, zwei weitere Manager der Automobilindustrie. Der angesehenste Topmanager außerhalb der Automobilbranche ist Linde-Vor- mann Wolfgang Reitzle auf Rang vier. Für die Studie wurden 1.861 Führungskräfte deutscher Unternehmen aus insgesamt zehn Branchen befragt. Analysiert wurden der Gesamteindruck sowie fünf weitere imagebildende Faktoren (strategische Kompetenz, Durchsetzungsvermögen, Kommunikationsfähigkeit, Glaubwürdigkeit und gesellschaftliches Engagement). (*Quelle: manager magazin, 17. Juli*)
6. **Bayerns familienfreundlichstes Unternehmen** mit bis zu 50 Mitarbeitern ist in München zuhause und im Bereich Kommunikation tätig. Aus dem landesweiten Wettbewerb SIEgER 2013 der Bayerischen Staatsregierung ist die **Kommunikations- agentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH** als Gewinner hervorge- gangen. Das 1984 gegründete Unternehmen beschäftigt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbei- ter und siegte bei dem renommierten Wett- bewerb des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familien und Frauen in der Kategorie „Kleine Unterneh- men“. Bereits zuvor war Wilde & Partner, eine der 50 größten Kommunikationsagentu- ren Deutschlands, als Best-Practice Unter- nehmen für Oberbayern im landesweiten Wettbewerb SIEgER 2013 ausgezeichnet worden.
7. Mit uns können Sie was erleben! Wer könnte besser hinter einer solchen Aussage stehen als die eigenen Mitarbeiter? Surfen, Tau-

chen, Kanufahren, Yoga, Malen, Golfen und vieles mehr: Mit ihren **persönlichen Hobbies** stehen die Mitarbeiter der **Jochen Schweizer Unternehmensgruppe**, München im Mittel- punkt der neuen Instore-Kampagne des Erlebnisanbieters. Die Kampagne startet ab Mitte Juli in den über 30 Jochen Schweizer Shops in Deutschland und Österreich. Darüber hinaus werden die Motive auch in den Social Media Kanälen von Jochen Schweizer einge- setzt. Zur Homepage: www.jochen-schweizer.de.

Medien

Fachmedien im 2. Quartal 2013 nahezu unverändert

Die Verkaufs- und Abonentenzahlen sind bei den gedruckten PR-Fachmedien im zweiten Quartal 2013 im Vergleich zum vorherigen nahezu unverändert geblieben. Während das „prmagazin“ 17 neue Abonennten hinzu gewann, verlor der „PR-Report“ zwei. Insgesamt blieb somit die verkaufte Auflage für beide PR-Titel konstant. Lediglich bei der Auflage hat der Verlag Rommerskirchen fünf Prozent weniger Hefte drucken lassen. Ermittelt hat die Zahlen die Informationsgemeinschaft zur Fest- stellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), in Berlin. Die einzelnen Veränderungen sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Axel Springer AG verkauft „Berliner Morgenpost“, „Hamburger Abendblatt“, „Hör zu“ und einige Frauentitel

Die Axel-Springer AG trennt sich von der „Berliner Morgenpost“, dem „Hamburger Abendblatt“ und der Programmzeitschrift „Hör zu“. Zum Preis von 920 Millionen Euro verkauft Springer seine Regionalzei- tungen sowie einige Programm- und Frauenzeit-

schriften an die Essener Funke-Mediengruppe. Der abgeschlossene Vorvertrag zwischen den beiden Medienhäusern sei rechtsverbindlich, wurde bekannt gegeben, er steht jedoch noch unter dem Vorbehalt der Freigabe durch das Kartellamt. Laut Pressemitteilung der Axel Springer AG sei es eine schwere Entscheidung gewesen, sich von „einigen der traditionsreichsten Marken des Hauses zu trennen“. Doch die Axel Springer AG werde „den eingeschlagenen Weg zum führenden digitalen Medienunternehmen konsequent weitergehen“, wird der Vorstandsvorsitzende Mathias Döpfner zitiert. Es werde nun eine klare Ausrichtung auf die „Bild“- und „Welt“-Gruppe geben. Beide sollen auch „sehr langfristig unverzichtbarer Kern“ des Unternehmens bleiben. Die Funke-Mediengruppe ist Nachfolgerin des „WAZ“-Konzerns.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

IVW schlägt Auflagenalarm

Während die Media-Analysen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) Zeitungen und Zeitschriften hohe Reichweiten attestieren ([Siehe diesen Artikel im „PR-Journal“](#)) zeichnet die IVW-Analyse zur Auflagenentwicklung im zweiten Quartal 2013 ein alarmierendes Bild. Sowohl Tageszeitungen als auch Zeitschriften verlieren massiv an Auflage. Laut der Berichterstattung auf [„Meedia.de“](#) hat von den 58 größten deutschen Regionalblättern nur eines an Auflage gewonnen. Ihre Auflagen haben sich insgesamt um 100.000 Stück verringert. Das schlägt sich vor allem in Großstädten wie Berlin und Hamburg sowie im Ruhrgebiet nieder. Stark im Abwärtstrend befinden sich auch die Boulevardzeitungen. Sie haben teils erhebliche Einbußen zu verzeichnen. So hat die „Bild-Zeitung“ im vergangenen Jahr neun Prozent oder knapp 240.000 Käufer verloren. Hiobs-Botschaften meldet [„Meedia.de“](#) auch für die Zeitschriftenverlage. Nur zehn der 50 meistverkauften, am Kiosk erhältlichen Titel konnten sich gegenüber dem Vorjahr verbessern,

die anderen 40 verloren. Die größten Verlierer sind dabei die „Bravo“ und „Neon“, die 27 bzw. 16,9 Prozent an Auflage verloren. Lesen Sie die Details zur [Auflagenentwicklung der Regionalzeitungen](#), zu den [Großstadt-Tageszeitungen](#) und zu den [Quartalsauflagen der Zeitschriften](#) bei [„Meedia.de“](#).

Media-Analysen: Zeitungen und Zeitschriften mit hoher Gesamtreichweite

Auch wenn es für Zeitungen immer schwieriger wird zu bestehen, die Gesamtreichweite der Printausgaben von Tageszeitungen liegt noch bei 64,7 Prozent (deutschsprachige Personen ab 14 Jahren, Leser pro Ausgabe). Laut der am 24. Juli von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) veröffentlichten Zahlen lesen also 45,5 Millionen Bürger pro Tag eine gedruckte Tageszeitung. Davon entfallen allein 36,3 Millionen Leser pro Tag auf die regionalen Abonnementzeitungen. Mehr als die Hälfte der Deutschen (51,6 Prozent) nutzt also die gedruckte Regionalzeitung. 19,5 Prozent lesen eine Kaufzeitung und 5,3 Prozent der deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren greifen zu einer überregionalen Tageszeitung auf Papier. Zusätzlich nutzen immer mehr Menschen die digitalen Angebote der Zeitungen online und mobil. So lesen 28,9 Millionen Deutsche online Zeitung (AGOF internet facts 2013-3) und 6,2 Millionen nutzen die mobilen Angebote (AGOF mobile facts-II 2012). Ab 2014 integriert die ag.ma Online in die ma Intermedia. Auch die Nutzung von Publikumszeitschriften bleibt auf einem hohen Niveau stabil. Wie die ma 2013 Pressemedien II der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) ausweist, lesen 91,4 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland Publikumszeitschriften. Zwar ist die Nutzung der Publikumszeitschriften im Vergleich zur ma 2013 Pressemedien I um 0,8 Prozentpunkte demnach leicht gesunken, aber die Gesamtreichweite der ausgewiesenen Zeitschriften gilt mit 64,28 Millionen Lesern als hoch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

„Gefallen an Gefälligkeiten“: Vorstellung einer Kurzstudie zu Journalismus und Korruption

Der Journalistenverbund Netzwerk Recherche stellte am 16. Juli in Kooperation mit der Antikorruptionsorganisation Transparency International Deutschland, dem Institut für Journalistik der TU Dortmund und der Otto-Brenner-Stiftung die Kurzstudie „Gefallen an Gefälligkeiten: Journalismus und Korruption“ vor. Im Rahmen der Publikation kommt eine Befragung von Medienhäusern zu dem Schluss, dass ihr Interesse an dem Thema Korruptionsbekämpfung bisher gering ist.

Jürgen Marten, stellvertretender Vorsitzender von Transparency Deutschland: „Statt systematisch Korruption vorzubeugen und Transparenz zu schaffen, ruhen sich anscheinend viele Häuser auf dem Glauben aus, dass ihre Journalisten nicht bestechlich seien. Doch auch hier müssen wirtschaftliche Abhängigkeiten – zum Beispiel von Anzeigenkunden – und mögliche Interessenkonflikte öffentlich gemacht werden. Wir brauchen außerdem mehr Transparenz über die Mitteleinnahmen und –verwendung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Wir fordern, dass die Anstalten in einem öffentlichen Bericht darüber Rechenschaft ablegen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (4) (29./30. KW-2013)

1. Die Ausschreibungsfrist für den **Medienpreis Politik des Deutschen Bundestags** hat begonnen. Von jetzt an bis zum **15. Oktober** können sowohl Eigenbewerbungen als auch Benennungen von Dritten eingereicht werden. Berücksichtigt werden Medienbeiträge, die zwischen dem 16. Oktober 2012 und dem 15. Oktober 2013 erschienen sind. Seit 1993 vergibt der Deutsche Bundestag den Medienpreis Politik. Er würdigt publizistische Arbeiten aller Mediengattungen, die zu einem vertieften Verständnis parlamentarischer Praxis beitragen.
2. Die Auszeichnung ist mit 5.000 Euro dotiert. Weitere Informationen auf der [Website des Bundestags](#).
3. **Carlos Zamorano** (45), der seit November 2009 bereits **Unternehmenssprecher von RTL II** in Grünwald ist und die Presse- und PR-Abteilung des Senders leitet, übernimmt zusätzlich die Verantwortung für den Marketingbereich und steigt zum 1. August zum Direktor Marketing und Kommunikation auf. Der bisherige Marketingdirektor Dinko Lacic, der erst im Februar von Viacom zu RTL II gewechselt war, verlässt das Unternehmen aus privaten Gründen und im gegenseitigen Einvernehmen wieder. Zamorano war unter anderem bereits Bereichsleiter Marketing bei der Commerzbank sowie als Marketing- und Vertriebsleiter bei Weka Business Information tätig. 2004 gründete er das Beratungsunternehmen Zamcom, seit 2009 ist er für RTL II tätig. (Quelle: DWDL)
4. **Der Edeka-Verbund ist für seinen Geschäftsbericht 2012 mit „Platin“ ausgezeichnet** worden. Bei den renommierten internationalen „Vision Awards“ der League of American Communication Professionals (LACP) vergab die Jury insgesamt 99 von 100 möglichen Punkten. Die Online-Version des Berichts unter www.edeka-gruppe.de/geschaeftsbericht erhielt mit 98 Punkten „Gold“. Unter dem Motto „Einfach näher“ stellt der Edeka-Geschäftsbericht 2012 die Kundennähe des Edeka-Verbundes in den Fokus. Vor allem die bundesweit über 4.000 selbstständigen Edeka-Kaufleute sind im wörtlichen Sinne ganz nah an ihren Kunden.
4. **Der ARD-Hörfunk hat den Vorsprung vor den kommerziellen Radios in Deutschland ausgebaut.** Werktags schalten rund 38,94 Millionen Hörer mindestens ein öffentlich-rechtliches Programm ein, das entspricht 53,1 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab zehn Jahren. Bei den kommerziellen Hörfunksendern sind es täglich 32,48 Millionen Hörer, entsprechend 44,3 Prozent (Montag bis Freitag). Das geht aus der am 16. Juli veröffentlichten **Media-Analyse** (MA 2013/II) hervor. Diese halbjährlich durchgeführte repräsentative Umfrage ist die Leitstudie für den deutschen Radiomarkt. ([Quelle: Kress vom 16. Juli](#))

Social Media

Schröder+Schöms PR, Berlin hat die meisten Facebook-Freunde der PR-Agenturen

5.000 Fans auf Facebook: Nicht viel für einen Markenartikler, aber eine ganze Menge für eine PR-Agentur. Das haben die Social Media-Experten von Schröder+Schöms PR in Berlin herausgefunden als sie anlässlich ihres 5.000. „Gefällt mir“ ihrer „Seite“ auf Grundlage des PRJ-Agentur-Umsatz-Rankings ein eigenes Facebook-Lifestyle-PR-Agentur-Ranking erstellt haben (am 25. Juli waren es 5.050 Freunde). Das Ergebnis: Mit deutlichem Abstand hat Schröder+Schöms PR in den letzten Jahren die Facebook-Seite einer PR-Agentur in Deutschland mit den meisten Freunden ("gefällt mir") aufgebaut. Auf den Plätzen folgen die Agenturen (Stand: 16. Juli) serviceplan (3.830 Fans), Brandzeichen (3.662), Zucker Kommunikation (2.552) und die Agenturgruppe fischerAppelt (2.391).

Zur kompletten Pressemitteilung + Tabelle: www.schroederschoembs.com/newsroom/facebook-agentur-ranking.

Online-Marketing-Trends: 10 Thesen zum Marketing der Zukunft

Wohin geht die Reise im Online-Marketing? Olaf Kopp, Geschäftsführer der Agentur Aufgesang Inbound Online Marketing in Hannover, prognostiziert in diesem Artikel zehn Online-Marketing-Trends.

1. Verzahnung von (Online-)Marketing und Öffentlichkeitsarbeit
2. Online- und Offline-Multi-Channel-Tracking
3. Marketing-Analysten als zentrale Koordinationsstelle
4. Inbound-Marketing im Zentrum des Marketings

5. Ganzheitliches Marketing mit hohem Spezialisierungsgrad
6. R.I.P. Offpage-SEO
7. Agenda-Surfing
8. Conversion-Optimierung wird in Kombination mit Suchmaschinenwerbung ein Muss
9. SEO und PR als kritische Erfolgsfaktoren für die Sichtbarkeit
10. Auslieferung dynamischer und personalisierter Inhalte.

Den Artikel von [Olaf Kopp](#) am 21. Juli in "t3n.de" [hier online weiterlesen](#).

Blogger Relations? Ein Profi packt in „medienrot“ aus!

BloggerInnen werden als Multiplikatoren für Unternehmen zunehmend interessanter. Schon längst sind sie keine TagebuchschreiberInnen mehr, sondern schaffen Content, den die BlogleserInnen als authentisch und glaubwürdig zu schätzen wissen. Was die Ansprache der BloggerInnen angeht, gelten andere Regeln als in der klassischen Pressearbeit. Welche das sind, verrät Anja Beckmann, Social Media Managerin, Bloggerin und Journalistin aus Köln, im Gespräch mit „medienrot“.

Nicole Storch: *Frau Beckmann, Sie sind von der PR-Arbeiterin zur Bloggerin geworden. Haben Sie die Seite gewechselt oder sich nur weiterentwickelt?*

Anja Beckmann: Ich habe mich weiterentwickelt: Während des Studiums habe ich als Journalistin gearbeitet, danach ein PR-Volontariat bei der Agentur fischerAppelt absolviert und acht Jahre lang PR und Marketing auf Unternehmensseite (Starbucks und Kraft Foods) gemacht. Seit vier Jahren bin ich selbstständig. Unter Red Mod Communications (www.redmod.de) arbeite ich in drei Bereichen:

- Als Social Media Managerin (SMA) für Unternehmen und Agenturen. Das umfasst Konzeption, Seminare und Umsetzung/Redaktion für Social Media, Corporate Blogs und Blogger Relations.

- Als Bloggerin zu Social Media, PR und Marketing (www.redmodblog.de) und Travel & Food (www.travelontoast.de).
- Als Journalistin und Autorin, u. a. als Ressortleiterin Social Media des PR-Journals und Autorin der DVD Facebook-Marketing.

In diesen drei Bereichen gibt es für mich mehr als genug zu tun und es macht mir sehr viel Spaß. *Das komplette Interview von Nicole Storch mit Anja Beckmann am 16. Juli im Mediendienst "medienrot" von Landau Media, Berlin online weiterlesen.*

Social Media compact (4) (29./30. KW-2013)

1. **Wird Social Media Marketing zunehmend zum Mainstream? Tatsache ist, es wird immer mehr Zeit und Budget investiert.** Pivot befragt in seinem jährlichen "State of Social Marketing"-Bericht Marketingverantwortliche nach deren Erwartungen. Über die neuen Zahlen berichtet Futurebiz.de.
2. **Welche Fehler Unternehmen im Umgang mit Bloggern machen können**, fasst Jochen Mai in seinem Blog Karrierebibel zusammen.
3. **Neben den Facebook-Statistiken der eigenen Seite, ist vor allem auch ein Vergleich zu Wettbewerbern interessant.** Auch um zu ermitteln, wie sich Wettbewerber entwickeln, was gut läuft und wie sich die Performance der eigenen Seite im Verhältnis schlägt. Ein neues und (noch) kostenloses Feature bietet Futurebiz.de in Kooperation mit Social Bakers an: [Facebook Branchenstatistiken](http://FacebookBranchenstatistiken).
4. **LinkedIn führt gesponserte Meldungen für Unternehmen ein.** Das Business-Netzwerk will die bezahlten PR-Meldungen prominent im Newsfeed der über 225 Mio Mitgliedern anzeigen. Zum Artikel bei mas-hable.com.

Reputation Management

Deutsche Bank: Neuer Verhaltenskodex für Mitarbeiter

Die Deutsche Bank will ihren Ankündigungen Taten folgen lassen – sie will weg von ihrem schlechten Image und stellt allen Mitarbeitern am 24. Juli einen neuen Verhaltenskodex vor. Im Mittelpunkt stehen verschiedene Grundwerte, die mit den Schlagworten Kundenfokus, Qualität und Integrität umschrieben sind. Stefan Kaiser berichtet in „Spiegel online“, dass mit dem neuen Verhaltenskodex auch die Botschaft an die Mitarbeiter ergehe, „lieber mal ein Geschäft sausen zu lassen, als ethisch fragwürdige Deals einzugehen“. Man darf gespannt sein, ob die neuen Maximen in die Tat umgesetzt werden oder ob sie bei wachsendem wirtschaftlichem Druck zum Papiertiger werden. Lesen Sie selbst in [„Spiegel online“](http://Spiegel online).

Reputation: Stellhebel Beschwerdemanagement

(cw) Jeder weiß es. Jeder hat schon die Erfahrung gemacht. Ist man persönlich als Kunde verärgert über einen schlechten Service, so ist es nicht nur der Familien- und Freundeskreis, wo der erfahrene Ärger sein Ventil findet. Es bedarf dabei nicht mal der persönlichen Erfahrung und schon wird ein anderer Anbieter in Erwägung gezogen bei der nächsten Kaufentscheidung, um eine ähnliche Erfahrung zu vermeiden. Beschwerdemanagement rückt daher immer näher in das Interesse eines gezielten Reputation Managements. Es geht dabei nicht um Recht haben von beiden Seiten, sondern um einen gezielten Perspektivenwechsel. Online-Foren sind das beste Format, um in kurzer Zeit von einer Kaufempfehlung abzuraten. Die Frage ist, wie auf Kundenbeschwerden reagieren, denn die Beschwerdebearbeitung wird, sobald sie einen größeren Wert einnimmt, einer Einzelbetrachtung und Entscheidung bedürfen. Und das, je sensibler

die Branche ist und desto geringer die Kundenloyalität ausgeprägt ist. Wie beispielsweise die Versicherungsbrachen oder Telefon-Anbieter.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Kommentar: Deutsche Bank legt Wertekanon vor

Folgen bei der Deutschen Bank nun auf Worte Taten? Das ist die diese Woche wohl die am intensivsten diskutierte Frage in der CSR-Welt. Die Doppelspitze Fitschen/Jain legte in diesen Tagen einen mit den Führungskräften des Unternehmens intensiv diskutierten Wertekanon vor, der die Bank aus der scheinbar unendlichen Reputationskrise führen soll.

Das Papier mit dem wohlklingenden Titel „Unsere Werte und Überzeugungen“ legt seinen Mitarbeitern sechs Tugenden ans Herz, die die Geschäfte der Bank auf ein neues ethisches Fundament stellen sollen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

DIHK: Berichtspflicht für unternehmerische Verantwortung ist das falsche Signal

Corporate Social Responsibility (CSR), das freiwillige Engagement von Unternehmen für die Gesellschaft über die gesetzlichen Anforderungen hinaus, gerät immer mehr in den Fokus der Politiker auf nationaler und internationaler Ebene. Geht es nach dem Willen der EU-Kommission, müssen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern demnächst jährlich Angaben über Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, Menschenrechte und die Bekämpfung von Korruption und

Bestechung veröffentlichen. Doch kann das Ziel, die Steigerung der CSR-Aktivitäten, so erreicht werden?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Unternehmensverantwortung für Menschenrechte

Sich häufende Berichte über Unglücke in Textilfabriken, die Zahlung von Niedriglöhnen und ähnliche Missachtungen von Arbeitsstandards und -rechten an Produktionsstandorten weltweit unterstreichen die Aktualität, die das Thema der Unternehmensverantwortung für Menschenrechte aufweist. In einem globalisierten Wirtschaftsraum, an dem auch eine erhebliche Zahl deutscher Unternehmen teilhaben, gewinnt die systematische Umsetzung von Menschenrechten in der gesamten Lieferkette zunehmend an Bedeutung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

EU-Kommission, ILO und Bangladesch einigen sich auf bessere Arbeitsbedingungen im Textilsektor

Knapp drei Monate nach dem Einsturz einer bangladeschischen Textilfabrik haben die Regierung Bangladeschs, die Europäische Kommission sowie die Internationale Arbeitsorganisation (ILO) nach ausführlichen Verhandlungen die gemeinsame Erklärung "Staying Engaged: A sustainability Compact for continuous improvements in labour rights and factory safety in the Ready-Made Garment and Knitwear Industry in Bangladesch" verabschiedet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR compact (3) (29./30. KW 2013)

1. **Interview.** Jochen Pampel, Head of Sustainability Services bei KPMG über Verantwortung bei KPMG sowie aktuelle Entwicklungen im

- Feld der CSR- und Nachhaltigkeitsberichterstattung. [Weiterlesen](#).
2. **Reputation.** Als Reaktion auf die zurückliegenden Skandale und Krisen gehen die deutschen Großbanken in die Offensive. Fünf Banken legen gemeinsame Grundsätze für Management-Vergütung vor. Hier gehts zu dem gemeinsamen Papier. [Klick](#).
 3. **Weiterbildung.** Die dokeo CSR Akademie bietet neue Seminare zu den Themen Gender Diversity & GRI 4 an. Mehr Infos [hier](#).

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 96 mit Kristina Sinemus:

Bürgerbeteiligung muss einsetzen, wenn Bürger noch die Chance zur Mitbestimmung haben



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

Interview mit Professor Dr. Kristina Sinemus (Foto), Geschäftsführerin der Genius GmbH, Darmstadt, über Möglichkeiten und Grenzen von Bürgerbeteiligung bei Großprojekten.

PR-Journal: Welche Möglichkeiten sehen Sie, um bei Großprojekten wie Stuttgart 21, Großflughafen BER, Netzausbau oder Energiewende die Bürger stärker einzubeziehen und mitzunehmen?

Kristina Sinemus: Bürgerbeteiligung muss einsetzen, wenn Bürger noch die Chance zur Mitbestimmung haben. Bürgerbeteiligung darf nicht als Pro Forma-Beteiligung zur nachträglichen Schaffung von Akzeptanz für vorher unter Ausschluss der Öffentlichkeit gefasste Beschlüsse degradiert werden.

Nimmt man diese Empfehlung ernst, so bedeutet dies in der Umsetzungskonsequenz, dass sich

Projektträger auf einen aufwendigen Beteiligungsprozess einstellen müssen, der sich je nach Projekt und Ausgestaltung des Dialogs als ressourcenintensiv erweisen kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Schebens Kolumne Salz: Schafft Vertrauen noch Werte?



Wir leben aktuell in einer Welt zunehmenden Vertrauensverlusts in Institutionen und vermeintliche Vorbilder. Nachrichten von Ehrlosigkeit und Hinterfotzigkeit in allen gesellschaftlichen Bereichen dominieren die Medien. Politik, Sport, Wirtschaft, Verbände, Prominente - Lug, Betrug, Schwindel und Ehrlosigkeit all überall. Nicht nur in Deutschland.

Wertewandel gab es schon immer, nicht immer gingen die Veränderungen anerkannter Normen aber mit Werteverlust und Ethikschwund einher; manchmal war glücklicherweise das Gegenteil der Fall. Und nun: Außer einem Erstaunen über den Verfall der Sitten bewirken die Stakeholder bislang nichts an Feedback. Reagieren die meisten mit Resignation? Etwa deshalb, weil „schon immer betrogen wurde“ und wir dank der vierten Gewalt nun mehr erfahren als die dumm gehaltenen Bürger früher?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Bernhard Kuntz: Geklauter „Content is king“



Auf der Suche nach Content für ihre Webseiten und Blogs beschreiten manche (Web-) Dienstleister eigenwillige Wege. Sie kopieren interessante Artikel anderer Unternehmen, schreiben diese

kurz um und stellen diese dann als eigene Texte in Netz – ohne dass sie ein schlechtes Gewissen plagt. Bernhard Kuntz (Foto), geschäftsführender Gesellschafter der (Online-)Marketing- und PR-Agentur Die PRofilBerater GmbH, hat sich zur Wehr gesetzt und berichtet im „PR-Journal“ über seine Erfahrungen mit dem „Text-Klau“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Sascha Lobo: Überwachungsskandal - Mein Weg zum Ekel

Auch Wochen nach den Enthüllungen über die Überwachung des Internets durch Geheimdienste verhält sich die Bundesregierung weitgehend passiv. Wut reicht da nicht mehr aus, um die Gefühle eines Netzbewohners zu beschreiben.

Wenn es eine Urform des Blogs gibt, ist es die literarische Form Hypomnema in der Antike. Eine ungefähre Übersetzung lautet "(Niederschrift) aus der Erinnerung", aber ihre Stärke entfaltet das Hypomnema in der schriftlichen Selbstbeobachtung: Was macht die Welt mit mir? Seit am 6. Juni 2013 die noch andauernde Aufdeckung des größten Digitalskandals des 21. Jahrhunderts begann, habe ich meine Reaktionen darauf beobachtet und sie in Phasen unterteilt.

1. Erstaunen; 2. Entsetzen; 3. Empörung; 4. Irritation; 5. Ohnmacht; 6. Wut; 7. Ekel

Die Bundeskanzlerin soll eine kluge Frau sein. Vielleicht könnte ihr die alte Kulturtechnik Hypomnema per Selbstbeobachtung helfen zu erkennen, was der Ausspähskandal aus ihr gemacht hat.

Die Kolumne von [Sascha Lobo](#) am 23. Juli in "Spiegel.Online" [hier weiterlesen](#).

Bildung

Bildung compact (6) (29./30. KW-2013)

- Das **SAE Institute**, Hamburg, erweitert seine Leistungen für die Studierenden und intensiviert deren Kontakt zur Medienbranche durch eine eigens dafür geschaffene Stelle, den „**Industry Relations & Career Coach**“. Die neue Position soll das Bindeglied zwischen Absolventen und Industrie sein und den nahtlosen Übergang vom Studium in das Berufsleben fördern. Ab sofort nehmen die Coaches an allen deutschen Standorten der privaten Medienbildungseinrichtung ihre Arbeit auf.
- Terminhinweis: Das Intensivtraining **B1 Basis-training PR, 1. Teil: "Einführung und Grundlagen"** der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** findet vom **23. bis 27. September** in Oberursel bei Frankfurt am Main statt. Die AFK-Didaktik und die Übungsintensität des fünfzügigen Intensivtrainings sollen maximalen Inhalt vermitteln und für den Lernerfolg der Teilnehmer sorgen. Auf dem Programm stehen: Medienarbeit und eine Einführung in das journalistische Schreiben, Konzeptionstechnik, Veranstaltungskommunikation, Interne und Corporate Communications sowie Kommunikationsmodelle, -theorie und -ethik. Weitere Informationen direkt bei der [AFK](#).
- Die **PR-Akademie Frankfurt** bildet ab Oktober 2013 wieder berufsbegleitend an fünf **Intensiv-Wochenenden** (zehn Tagen) zum **Certified Communication Officer bzw. PR-Berater und PR-Referenten(in)** aus. In den Präsenzseminaren werden Inhalte wie zum Beispiel Klassische Pressearbeit, Krisen-PR, Social Media, Organisation von Veranstaltungen un-

terrichtet sowie Grundlagen von VWL, BWL, Wettbewerbs- und Medienrecht plus Marketing vermittelt. Am Ende der Seminarreihe legen die Teilnehmer eine schriftliche Prüfung des Instituts ab. Weitere Informationen zu den Terminen und Kosten finden sich auf der [Homepage der PR-Akademie Frankfurt](#).

4. Vor der **complus Fernakademie für Kommunikationsberufe in Münster** haben sieben Absolventinnen des Institutes für Lehrsysteme (ILS) ihre **Prüfung zur „PR-Referentin“** bestanden. Alle Prüfungsleistungen liegen im sehr guten bis guten Notenbereich. Die complus Fernakademie ist selbst seit zehn Jahren zertifizierter Ausbilder im Bereich PR und Kommunikationsmanagement. Nach einjähriger Studienzzeit am ILS legten die Absolventinnen ihre Prüfungen vor einer unabhängigen Prüfungskommission ab.
5. Am 17. und 18. Oktober veranstaltet die **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 u.a. Thomas Möller (BASF), Stefan Hartwig (Karstadt Warenhaus), Sonja Horner (ÖBB), Susanne Heintzmann (Sana Kliniken) und Gero Jentzsch (Deutscher Fleischer-Verband). Informationen auf <http://scm-praxistage.de/krisenkommunikation/>
6. Die **Donau-Universität Krems** und die **Initiative Kommunikation Heidelberg** vergeben auch in diesem Jahr wieder **Stipendien für die berufsbegleitenden Master-Lehrgänge** mit Start im Herbst. Ausgeschrieben sind je zwei Teilstipendien für die viersemestrigen Master-Lehrgänge „PR und Integrierte Kommunikation“ sowie „Kommunikation und Management“. Beide Lehrgänge schließen mit dem Communications Master of Science (MSc) und 120 ECTS ab. Die beiden Stipendien für den Master-Lehrgang „Kommunikation und Management“ sind zweckgebunden ausgeschrieben für Frauen in Führungspositionen und für Bewerber mit einem geisteswissenschaftlichen Hintergrund. Die Teilstipendien in Höhe von jeweils 7.245 Euro umfassen

die Hälfte der regulären Lehrgangsgebühr. Über die Vergabe entscheidet eine mehrköpfige Jury aus Vertretern der Donau-Universität Krems und IK Heidelberg. Die Bewerbungsfrist endet am 23. September 2013. Weitere Infos unter: www.ik-heidelberg.de/weiterbildung.

Studien

Studie: Merkel und Gauck haben Nachholbedarf beim Twittern

Mehr als drei Viertel (77,7 Prozent) der Staats- und Regierungschefs weltweit verfügen über einen Twitter-Account, zwei Drittel von ihnen (68 Prozent) kontaktieren über Twitter andere Spitzenpolitiker. Das ergab die Studie „Twiplomacy“, die heute von der internationalen Agentur für Public Relations und Public Affairs Burson-Marsteller veröffentlicht wurde. Die Studie wird jährlich durchgeführt, um zu untersuchen wie Spitzenpolitiker weltweit Twitter nutzen. Anfang Juli 2013 analysierte Burson-Marsteller dafür die Twitter-Accounts von 505 Regierungen in 153 Ländern. Deutschland ist das einzige G8-Land, in dem weder die Regierungschefin noch das Staatsoberhaupt Twitter nutzen. Stattdessen ist Regierungssprecher Steffen Seibert mit dem Account @RegSprecher die Stimme von Angela Merkel auf Twitter. Er meldet sich durchschnittlich fünfmal am Tag auf Twitter zu Wort, beantwortet die Fragen anderer Nutzer und stellt sich „Twitterinterviews“, d.h. virtuellen Fragestunden. Auch Außenminister Guido Westerwelle tweetet im Gegensatz zu vielen Amtskollegen nicht selbst. Sein Ministerium tweetet dafür gleich von zwei Accounts: dem deutschsprachigen @AuswaertigesAmt und dem englischsprachigen @GermanyDiplo.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue OBS-Studie: Der Partizipationsmythos - Wie Verbände Facebook, Twitter und Co. nutzen

Wenn Deutschlands Verbände und Parteien in Facebook, Twitter & Co aktiv sind, werden soziale Medien oft zu „unsozialen Medien“, weil eine Sackgassen-Kommunikation gepflegt wird. Dies hat die bislang umfassendste Studie zur Onlinekommunikation deutscher Verbände gezeigt, die mit Unterstützung der Otto Brenner Stiftung, Frankfurt am Main an der Ostfalia Hochschule in Salzgitter durchgeführt wurde. „Politische Partizipation in den sozialen Medien ist ein Mythos: Viele Verbände versprechen eine neue Mitmachkultur, mehr Transparenz und damit eine lebendigere Demokratie. In der grauen Wirklichkeit finden sich vor allem Einbahnstraßenangebote“, so der Leiter der Studie, Olaf Hoffjann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (8) (29./30. KW-2013)

1. 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 war für den 31. Juli vorgesehen. Jetzt wurde sie bis zum **23. August** verlängert. Dadurch sollen möglichst viele Agenturen die Möglichkeit erhalten, ihre Projekte einzureichen. Veranstalter ist der cherrypicker Agency Selection Service in Hamburg. Alle Daten und Fakten sowie die Ausschreibungsunterlagen gibt es auf der für den Preis eingerichteten [Website](#).
2. Vorankündigung: Am **28. November** finden der **40. Deutsche Marketing-Tag** und die **Verleihung des Deutschen Marketing-Preises** im Lofthaus in Düsseldorf statt. Die gemeinsame Veranstaltung vom Deutschen Marketing-Verband, der „absatzwirtschaft – Zeitung für Marketing“ und dem Manage-

ment Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt richtet sich an marketingaffines Fachpublikum und Mitglieder der deutschlandweiten Marketing-Clubs. Für Mitglieder und weitere Teilnehmer wird bis zum 30. September ein Frühbuche Preis gewährt. Weitere Informationen finden sich auf der [Homepage des Deutschen Marketing-Verbands](#).

3. „**Klartext statt Kauderwelsch**“ – unter diesem Motto lädt der **PR Club Hamburg** am **8. August** Mitglieder und Interessierte zu einer Diskussionsveranstaltung in die **Hochschule Fresenius** in Hamburg ein. Ab 19.30 Uhr wird die Referentin Vera Baastrup, Senior Creative Agent bei der New Communication GmbH & Co. KG, in ihrem Vortrag aufzeigen, wie man den Kauderwelsch-Faktor auf Knopfdruck messen kann. Unter anderem gibt sie dabei Einblicke in die Ergebnisse der Verständlichkeitsstudie zur Schleswig-Holstein-Wahl 2012 und verrät, was der TÜV mit Klartext zu tun hat. Der Veranstalter bittet Interessenten, sich über [diese Website](#) anzumelden.
4. Mit mehr als 300 Ausstellern und 8.000 Fachbesuchern findet die **World Publishing Expo** – sie gilt als größte Messe für die Nachrichten- und Medienbranche – vom **7. bis zum 9. Oktober** auf dem **Berliner Messegelände** statt. Sie bietet Branchenveteranen und Newcomern einen umfassenden Überblick zu den Trends und Entwicklungen im Markt. Zusätzliche Aktualität dürfte sie in diesem Jahr vor allem durch die Eröffnungsrede von **Matthias Döpfer** erhalten. Der Vorstandsvorsitzende der Axel Springer AG spricht über die Chancen des digitalen Zeitalters und die Zukunft des Publizierens. Einzelheiten zum Programm finden sich auf der [Website der World Publishing Expo 2013](#).
5. Zu einem **offenen Kommunikationsforum** unter dem Titel „**Oh my brand! Marke und Kommunikation im postdigitalen Zeitalter**“ lädt die design akademie Berlin ein. Am **9. August** diskutieren Absolventen des Fachbereiches Marketingkommunikation der Hochschule für Kommunikation und Design mit Branchengästen wie Strategieberater Klaus Schwab über die Rolle digitaler Prozesse und dialogischer Kommunikation. Moderiert wird die Runde von Gerd Brendel vom Deutschlandradio Kultur. Beginn der Veranstaltung ist um 18.00 Uhr im Aufbau Haus am Moritzplatz im ersten Obergeschoss.

6. Save the date 1: **Selbstbestimmung im digitalen Netz – Urheberrecht und Nutzerinteressen in der Balance?** Unter diesem Titel veranstaltet die **Initiative Urheberrecht** gemeinsam mit iRights.lab am 6. September in Berlin einen eintägigen Kongress zum Fragekreis: Wie werden Werke genutzt – privat, in der Schule und in Wissenschaft und Bildung? Und: Wie sind dabei die Belange von Urhebern und ausübenden Künstlerinnen berücksichtigt?
7. Save the date 2: Am 12. September veranstaltet die **DPRG-Landesgruppe NRW** in Düsseldorf einen Themenabend: "**Whistleblowing: Die rechtlichen Rahmenbedingungen**" mit Rechtsanwalt Matthias Klage. Mitte August gibt es weitere Infos.
8. **ICCO Summit am 10./11. Oktober 2013 in Paris. Thema: "Change or Perish: Die Zukunft der PR"**. Die Public Relations-Branche befindet sich in einem Transformationsprozess mit vielen Chancen und Herausforderungen bedingt durch rasante Expansion digitaler Kommunikation, Konvergenz der Kanäle, veränderte Strukturen der Medien, Konkurrenz verschiedener Disziplinen. Auf dem Summit der International Communications Consultancy Organisation (ICCO) diskutieren führende Vertreter der Kommunikations-/Public Relations Beratungsunternehmen aus aller Welt Themen und Trends mit Einfluss auf die Kommunikationspraxis. Die Registrierung für den alle zwei Jahre stattfindenden ICCO-Summit ist ab sofort möglich:
<http://www.iccosummit.org/>

Tipps

Manager vor der Kamera - drei populäre Irrtümer

Ob im bundesweiten Fernsehen, im regionalen TV oder im firmeneigenen Web-Kanal: Wer sich vor der Kamera äußert, darf nichts dem Zufall überlassen. Volker Siegert, Geschäftsführer der Content Kommunikation AG, zeigt Irrtümer auf, die Interviewpartner von Journalisten vor der

Kamera vermeiden sollten. Laut Siegert kommen Manager, die sich gut vorbereiten wollen, nicht um ein gezieltes Training herum. Doch die Erfahrung zeigt: Viele Fehler wiederholen sich. Damit Zuschauer nicht abschalten, sollten zumindest die drei folgenden Irrtümer vermieden werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media Beratung: 11 Merkmale unseriöser Anbieter

Das Muster ist altbekannt: Sobald ein Themenfeld Aufmerksamkeit erhält und an Bedeutung gewinnt, entstehen die passenden Beratungsangebote dazu. So geschehen auch bei den Social Media. Das Resultat: Hunderte von Social Media Beratern und Beratungsagenturen buhlen um die Aufmerksamkeit – und das Budget – der verschiedensten Unternehmen. Leider sind darunter auch zahlreiche schwarze Schafe, die fragwürdige Leistungen zu völlig übersteuerten Preisen anbieten. Daher nehmen wir heute elf Merkmale zusammengestellt, an denen Sie solche Anbieter erkennen können.

Wie so oft ist die Unterscheidung von seriösen und unseriösen Anbietern auch im Bereich der Social Media Beratung nicht ganz einfach. Klare und eindeutige Warnsignale gibt es praktisch nicht, da diese immer im Kontext und dem Gesamtaufreten eines Anbieters beurteilt und gesehen werden müssen. Daher gehen wir im Folgenden auf die verschiedenen Merkmale genauer ein und beschreiben, in welchen Konstellationen bestimmte Merkmale als Warnsignal dienen können.

Den Artikel von Christian Müller am 22. Juli in Jochen Mais Blog "die karrierebibel" [hier online weiterlesen](#).

Tipps compact (1) (29./30. KW-2013)

1. Die Worldcom Public Relations Group, ein weltweites Netzwerk von unabhängigen PR-Beratungsfirmen, veröffentlicht ein neues, kostenfreies **E-Book mit dem Titel „Global and**

Local Marketing Guide for CMOs: 2013 Edition“. Das E-Book soll Marketing-Entscheidern dabei helfen, ihre Markenstrategien erfolgreich umzusetzen und mit ihren Marken in neue Märkte zu expandieren. 40 Worldcom Partner aus 15 Ländern erörtern darin Vorgehensweisen hinsichtlich der Marketing- und PR-Landschaft in ihren Ländern. Das [E-Book steht hier zum Download bereit](#).

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (61)

Volontariat/Trainee

Die 22 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 5 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [\(Junior-\) PR-Berater/in Mode/Lifestyle, Hamburg](#)
- [markenzeichen Düsseldorf sucht PR-Berater\(in\) für starke Marken](#)
- [Hamburger PR Agentur sucht Junior Berater/-in & Volontäre für Lifestyle Kunden](#)
- [PR-Assistenten/-in, Düsseldorf](#)
- [WEFRA PR sucht Senior- und Juniorberater mit Healthcare-Erfahrung, Neu-Isenburg](#)
- [Grayling Düsseldorf sucht PR-Consultant \(w/m\) für Consumer-Technologie-Team](#)
- [vom Hoff Kommunikation sucht Berater \(m/w\), Düsseldorf](#)

- [PR-Junior-Berater \(m/w\) Schwerpunkt Marke, München](#)
- [Junior-Berater für Markenkommunikation \(m/w\) Schwerpunkt PR, Düsseldorf](#)
- [Trainee im Bereich Markenkommunikation \(m/w\) Schwerpunkt PR, Hamburg](#)
- [PR-Redakteur/in, Düsseldorf](#)
- [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](#)

Unternehmen

- [Junior PR-Manager \(m/w\) beim Red Dot Design Award, Essen](#)
- [Mitarbeiter/in Public Relations-Presse in Teilzeit, Köln](#)
- [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](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Mitarbeiter \(m/w\) externe Kommunikation, Wiesbaden](#)
- [Pressesprecher/in bei Campact, Verden/Aller](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 29. Juli 2013 um 21:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.185 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](mailto: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 Pagelmpressions**. 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](#)