

## Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 392 / 33./34. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 392. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 80 Einzelmeldungen):

1. [Studie zur Beratungsqualität von PR-Agenturen: Geringe Kundenorientierung, aber viel Vertrauen in persönliche Kompetenzen](#)
2. [Ist der PR-Beratercheck der WirtschaftsWoche korrekt?](#)
3. [Wechsel im Medienteam der Bertelsmann Stiftung: Zimmermann für Henke](#)
4. [Mentner neuer Kommunikationschef bei E-Plus](#)
5. [Stolze bei Toyota abgelöst](#)
6. [Inacker tritt Aufgabe bei Siemens nicht an: Heimbach wird sein eigener Nachfolger](#)
7. [Personalien compact - Unternehmen \(8\) \(33./34. KW-2013\)](#)
8. [Personalien compact - Sonstige \(13\) \(33./34. KW-2013\)](#)
9. [Personalien compact - Agenturen \(11\) \(33./34. KW-2013\)](#)
10. [Etats compact \(24\) \(33./34. KW-2013\)](#)
11. [komm.passion Dossier 9: Was Facebook über die Lebenswelten von Parteianhängern verrät](#)
12. [Shortlist für die „Pressestelle des Jahres“ 2013](#)
13. [Achelis Ehrenmitglied der DPRG – internationale Verdienste gewürdigt](#)
14. [Newsroom.de schreibt Medienpreis für Frauen aus](#)
15. [Schleichwerbung bei „Wetten, dass...?“ - DRPR rügt verantwortliche Agentur und beteiligte Unternehmen](#)
16. [Kocherscheidt Kommunikation wächst weiter – Drei neue Mitarbeiterinnen in der Hamburger Speicherstadt](#)
17. [Branche compact \(7\) \(33./34. KW-2013\)](#)
18. [Blome Wechsel von „Bild“ zum „Spiegel“ sorgt dort für Unruhe](#)
19. [Gute Noten für die „Vertretungsstunde“ der Bundeskanzlerin](#)
20. [Medien compact \(4\) \(33./34. KW-2013\)](#)
21. [Social Media compact \(5\) \(33./34. KW-2013\)](#)
22. [Wirkungsvoll akquirieren und Reputation aufbauen mit hochwertigem Content](#)
23. [depak an Volker Klenk: Warum ist Transparenz entscheidend für den Unternehmenserfolg?](#)
24. [Nachhaltigkeit bei Arbeitnehmern: "Grüne" Unternehmen sind für junge Talente attraktiver](#)
25. [CSR compact \(2\) \(33./34. KW 2013\)](#)
26. [PR-Interview Nr. 98. Robert Heinrich: Nichts ist so überzeugend wie ein überzeugter Wahlkämpfer](#)
27. [Helge Weinbergs Kommentar zu Sixt: Wie man auf einen Schlag ein Image versaut](#)
28. [Gericht: Italien jenseits von Pasta - Crespelle con Ricotta](#)
29. [Fashion-PR & Social Media – ein Herz und eine Seele](#)
30. [Haben die Linken, die Grünen und die SPD Wahlkampfideen abgekupfert?](#)
31. ["pressesprecher": Fehlt Frauen der Wille zur Macht?](#)
32. [Lesetipp: Modernes Kommunikationsmanagement](#)
33. [Lesetipp: Kritische Auseinandersetzung mit Social Media](#)
34. [DAPR-Grundausbildung geht in die 45. Runde](#)
35. [Studie: Eurokrise interessiert doppelt so viele Bürger wie Arbeitslosigkeit](#)
36. [Studien compact \(1\) \(33./34. KW-2013\)](#)
37. [Kongress: Firmenhistorie als Marketinginstrument einsetzen](#)
38. [Whistleblowing: Die rechtlichen Rahmenbedingungen](#)
39. [Termine compact \(4\) \(33./34. KW-2013\)](#)
40. [PR versus Recht: Bedeutung von Bildern und Links in Presseartikeln](#)
41. [Was PRler über Google wissen müssen](#)
42. [Online-PR: Das ist der WDF\\*IDF-Standard](#)
43. [Tipps compact \(1\) \(33./34. KW-2013\)](#)
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 Team vom PRJ

## Seite 1

### Studie zur Beratungsqualität von PR-Agenturen: Geringe Kundenorientierung, aber viel Vertrauen in persönliche Kompetenzen

Die Qualität der Kommunikationsberatung entscheidet maßgeblich über den Erfolg von PR-Maßnahmen. Dies bestätigen 85 Prozent der Geschäftsführer und Vorstände deutscher PR-Agenturen. Ein ähnlich großer Anteil der Entscheider geht davon aus, dass eine hohe Beratungsqualität für die wirtschaftliche Existenz der eigenen Agentur unverzichtbar ist. Dennoch verfügt nur jeder zweite Dienstleister über ein standardisiertes Projektmanagement. Mit einem Qualitätsmanagementsystem arbeiten ein Drittel aller PR-Agenturen. Größere Dienstleister sind dabei signifikant besser aufgestellt als kleinere Wettbewerber. Die meisten Agenturen vertrauen eher auf persönliche Faktoren wie Fähigkeiten, Wissen und Erfahrungen ihrer Mitarbeiter. Mit dem Verzicht auf Investitionen in organisatorische Prozesse und Strukturen gehen sie einen Sonderweg und riskieren die Anschlussfähigkeit zu ihren Auftraggebern in der globalen und vernetzten Wirtschaft. Dies zeigt eine von der Universität Leipzig durchgeführte empirische Studie, die heute veröffentlicht wurde. Die Forscher haben eine Grundgesamtheit von knapp 2.300 PR-Agenturen in Deutschland identifiziert und befragt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Ist der PR-Beratercheck der WirtschaftsWoche korrekt?

Durch die allzu enge Verbindung zwischen einer nominierten Agentur und dem Institut, das die Befragung durchgeführt hat, sind Zweifel an der Glaubwürdigkeit des Beraterchecks der „Wirt-



schaftsWoche“ aufgekommen. Das betrifft zwar nicht die großen Agenturen, die auf den besten Plätzen der Untersuchung gelandet sind, doch kommt Skepsis auf, was die Aussagekraft des Beraterchecks angeht. Aber der Reihe nach: Ausführlich hatte das "PR-Journal" am 12. August über den „Beratercheck der ‚WirtschaftsWoche‘“ berichtet. Klar, wenn ein großes Wirtschaftsmagazin der PR-Branche auf den Zahn fühlt, ist das ein Thema für das „PR-Journal“. Beim Absender „WirtschaftsWoche“ verlassen wir uns (und sicher auch die anderen Branchenmedien) eigentlich darauf, dass der Beratercheck und die Berichterstattung journalistisch gut recherchiert und einwandfrei sind. Davon geht wahrscheinlich auch die „WirtschaftsWoche“ selbst aus. Doch sind Zweifel angebracht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Personalien

### Wechsel im Medienteam der Bertelsmann Stiftung: Zimmermann für Henke

André Zimmermann (44) übernimmt als Nachfolger von Andreas Henke (59) die Aufgabe des Pressesprechers. Grund: Der langjährige Pressesprecher

Henke geht in den Vorruhestand und übergibt die Verantwortung für die Medienarbeit zum 1. September an Zimmermann. Henke begann seine Berufslaufbahn in der Bertelsmann Stiftung am 1. Mai 1988 und gehörte als Pressereferent zu den ersten Mitarbeitern des Gründers und damaligen Vorstandsvorsitzenden Reinhard Mohn. In mehr als 25 Jahren seiner Tätigkeit hat er die Außendarstellung des gesellschaftspolitischen Think Tanks wesentlich mitgeprägt. Nachfolger Zimmermann ist ausgebildeter Journalist und gehört seit Ende 2011 dem Kommunikationsteam der Bertelsmann Stiftung an. Zuvor war er zehn Jahre in der politischen Kommunikation tätig gewesen, unter anderem von 2005 bis 2010 als Sprecher des nordrhein-westfälischen Wissenschaftsministeriums. Zimmermann gehört künftig dem Leitungsteam des Bereiches Kommunikation an und berichtet direkt an PR-Chef Klaus-Henning Groth.

### Mentner neuer Kommunikationschef bei E-Plus

Mit Peter Mentner hat die E-Plus Gruppe seit dem 13. August einen neuen Kommunikationschef. Mentner wird als Director Corporate Communications bei E-Plus viel Arbeit haben, kommt doch auf ihn die kommunikative Begleitung der Fusion mit O2 zu. In der neu geschaffenen Funktion verantwortet er die externe und interne Unternehmenskommunikation des Düsseldorfer Mobilfunkunternehmens. Mentner wird Nachfolger von Mike Cosse, der als Director Corporate Affairs auch in Zukunft für die politischen Angelegenheiten der Gruppe in Berlin verantwortlich ist. Beide berichten direkt an den Vorsitzenden der Geschäftsführung, Thorsten Dirks. Mentner hatte in den vergangenen Jahren verschiedene Führungspositionen in Unternehmen und auf der Beratungsseite inne. Zuletzt war er Leiter Kommunikation & Strategie bei der HSH Nordbank. In den Jahren zuvor war er als Managing Partner bei Deekeling Arndt Advisors in Düsseldorf tätig.



Mentner hat zahlreiche Unternehmen bei der Integration sowie der Strategievermittlung gegenüber Mitarbeitern, Medien und unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppen beraten. Umfassende Erfahrung hat er darüber hinaus in erfolgskritischen Situationen wie Merger & Acquisition-Transaktionen. Dies wird ihm jetzt wohl zugutekommen.

### Stolze bei Toyota abgelöst

Toyota in Köln sucht einen neuen Kommunikationschef. Wie der Münchner Branchendienst „dossierB“ berichtet, wurde Jürgen Stolze, seit April 2007 General Manager für Presse- und Public Relations, knapp fünf Wochen vor der größten Automobilmesse, der IAA in Frankfurt, „gefeuert“. Dies wird als Indiz dafür gewertet, dass es zwischen Stolze und der Geschäftsführung „gekracht“ habe. So spekuliert „dossierB“ speziell über ein schwieriges Verhältnis zwischen Stolze und Ulrich Selzer, der seit 2011 gemeinsam mit Lothar Feuser Geschäftsführer der Toyota Deutschland GmbH ist. Stolze war seit 1991 bei Toyota. Zu Anfang war er Leiter des Controllings, von 1998 bis 2003 übernahm er als General Manager den Bereich Finanzen und von 2003 bis 2007 war er als General Manager Support Management für interne Umstrukturierungen verantwortlich. 2007 trat er dann die Nachfolge von PR-Chef Dietrich Hartmann an, der in den Ruhestand ging. Lesen Sie weiter bei „dossierB“.

## Inacker tritt Aufgabe bei Siemens nicht an: Heimbach wird sein eigener Nachfolger

Mit der Ablösung von Siemens-Chef Peter Löscher durch den bisherigen Finanzchef Joe Kaeser steht auch die Neubesetzung der Spitze der Konzernkommunikation in München wieder auf der Tagesordnung. Wie der Branchendienst „dossierB“ berichtet, soll Stephan Heimbach reaktiviert werden. Erst vor wenigen Wochen hatte Löscher versucht, seine Probleme bei Siemens mit dem Austausch des langjährigen Kommunikationschefs zu lösen: Michael Inacker, derzeit noch stellvertretender stellvertretender Chefredakteur und Leiter Hauptstadtbüro des „Handelsblatt“, sollte am 1. Oktober Unternehmenssprecher Heimbach ersetzen. (*Wir berichteten am 2. Juli.*) Daraus wird nichts. Wie „dossierB“ wissen will, seien Kaeser und Inacker übereingekommen, die Finger voneinander zu lassen. „dossierB“ spekuliert, dass man sich mit einem „goldenen Handschlag“ getrennt habe, da Inacker einen langfristigen Vertrag gehabt habe. Kaeser, dem es derzeit vor allem um die Herstellung des inneren Friedens bei Siemens ginge, wolle Heimbach für seine „alte“ Aufgabe zurückgewinnen. Außerdem sei dieser ja nur in den Hintergrund getreten. Lesen Sie weiter bei „dossierB“.

## Personalien compact - Unternehmen (8) (33./34. KW-2013)

1. **Thomas Bundschuh** (45) arbeitet seit dem 1. Juli als Leiter der Abteilung Unternehmenskommunikation bei der Münchner Bank. Er ist dort verantwortlich für die externe und interne Kommunikation. Bundschuh berichtet an den Generalbevollmächtigten und Leiter des Bereichs Unternehmenssteuerung und -kommunikation, **Christian Wild**. Bundschuh kam von der Konzern Versicherungskammer Bayern, wo er seit 1999

**> Vertrauen.  
Ein gutes Gefühl.**

Infopaq-Kunden haben jetzt  
Wahlfreiheit. Wir freuen uns auf Sie!  
Landau Media übernimmt Ihr  
Monitoring nahtlos und unkompliziert.  
Hotline: 030/202 42-100

**< Landau Media >**  
monitoring analyse consulting



- Pressereferent und seit 2007 Leiter der Abteilung Pressearbeit war.
2. **Richard Rogers** (37) ist seit dem 1. August Kommunikationsleiter beim Schweizer Energiekonzern Alpiq in Lausanne. In dieser Position ist er für die Beziehungen zu den Medien und anderen externen Anspruchsgruppen verantwortlich. Er wurde Nachfolger von **Martin Stutz**, der das Unternehmen verlassen hat. Rogers berichtet an Head of Group Communications **Adrienne Develey**. Rogers wechselte vom Axpo Konzern zu Alpiq.
  3. **Christian Maas** (36) übernimmt ab sofort die Leitung der Unternehmenskommunikation bei der mobile.international GmbH in Kleinmachnow-Dreilinden. Zum Verantwortungsbereich von Maas gehört die Konzeption und Realisation der strategischen PR- und Pressearbeit für Deutschlands größten Fahrzeugmarkt. Darüber hinaus steuert er die interne Kommunikation des Unternehmens. Vor seinem Start bei „mobile.de“ arbeitete Maas in verschiedenen Kommunikationspositionen bei der Metro AG. In seiner neuen Funktion berichtet er an **Malte Krüger**, Geschäftsführer der mobile.international GmbH.
  4. **Harry H. Meier** ist seit dem 12. August neuer Pressesprecher bei der Allianz Suisse in Zürich. Er berichtet an **Hans-Peter Nehmer**,

Leiter Unternehmenskommunikation der Allianz Suisse. Meier war in den vergangenen Jahren für Audi in Deutschland tätig und wechselt nun von der Auto- in die Versicherungsbranche. Bei der Allianz Suisse tritt er die Nachfolge von **Bernd de Wall** an, der Ende Juni zur Zurich Versicherung ging.

5. **Birka Friedrich** (41) ist seit dem 1. Juni Referentin für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit beim Wohnungsunternehmen Allgemeine Deutsche Schiffszimmerer-Genossenschaft in Hamburg. Sie berichtet dort an Vorstand **Herbert Alfeld** und Prokurist **Holger Müller**. Friedrich, die zuvor im Bereich Corporate Marketing von nserve Environmental Services tätig war, besetzt bei ihrem neuen Arbeitgeber eine neu geschaffene Stabsstelle der Geschäftsleitung.
6. **Dirk Scharf** (42) ist seit dem 1. August als Corporate Communications Manager für die Unternehmenskommunikation und PR der Re'flect GmbH in München verantwortlich. In seiner Funktion agiert er als Pressesprecher des Technologie- und Kommunikationsunternehmens. Scharf berichtet an Chief Executive Officer **Kai C. Thomas**. Zuvor leitete er unter anderem die Kommunikation der Wirtschaftsjunioren in Pforzheim und arbeitete als freier Kommunikationsberater mit den Schwerpunkten PR und Digitalmedien.
7. **Sebastian Wachtarz** (35) leitet seit Anfang Juli den Bereich Communications & Public Affairs bei der Novo Nordisk Pharma GmbH in Mainz. Wachtarz war zuvor seit 2008 bei Boehringer Ingelheim, zunächst bis 2009 als Leiter der Produkt-Pressearbeit in Deutschland, anschließend als Associate Director Media & PR für das internationale Geschäft.
8. **Markus Ross** (38) ist seit 1. August neuer Head of Marketing and Communications beim Technologieberatungsunternehmen Altran in Frankfurt am Main. Es ist Nachfolger von **Susanne Merbold**, die das Unternehmen verlassen hat. In seiner neuen Position wird Ross auch weiterhin für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland verantwortlich sein. Ross ist bereits seit 2009 bei der Altran Group und verantwortete dort zunächst als Senior Marketing Manager die Kommunikation bei der IT-Tochter Altran CIS, die 2012 in die Altran GmbH integriert wurde.



### Personalien compact - Sonstige (13) (33./34. KW-2013)

1. **Frank Wend** (45) wird ab dem 26. August neuer Leiter des Referats Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit der Sächsischen Staatskanzlei in Dresden. Er folgt auf **Steffen Große**, der seit Juli als Referatsleiter im Kultusministerium arbeitet. Wend kommt vom Sächsischen Staatsministerium des Innern, wo er seit 2008 Pressesprecher war. Zuvor arbeitete Wend als Redakteur beim MDR-Fernsehen in Leipzig und Dresden.
2. **Wolfram Axthelm** (45) wird ab dem 1. September neuer Pressesprecher des Bundesverbands Windenergie (BWE) in Berlin. Er wird Nachfolger von **Matthias Hochstätter** von H&H Consulting, der die BWE-Pressestelle ein halbes Jahr kommissarisch betreut hat. Axthelm berichtet künftig an die Präsidentin des Bundesverbands Windenergie **Sylvia Pilarsky-Grosch**. Seit 2002 war er Leiter Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit sowie Pressesprecher für die CDU-Landtagsfraktion in Mecklenburg-Vorpommern. Sein Nachfolger dort wird **Sebastian Ehlers** (31), der bisher Referent für die Enquetekommission „Älter werden in Mecklenburg-Vorpommern“ war.
3. **Antje Jungmann** (31) arbeitet seit dem 1. August als Senior Managerin Kommunikation beim Verband Deutscher Zeitschriftenverleger in Berlin. Sie folgt auf **Eva von der Schulenburg**, die als Büroleiterin zur Agentur Schoeller & von Rehlingen in Berlin gewechselt ist. Jungmann berichtet an Geschäftsführer Kom-

munikation **Peter Klotzki** und VDZ-Hauptgeschäftsführer **Stephan Scherzer**. Vor ihrem Wechsel war Jungmann seit 2008 bei der Bundeswehr, zunächst als stellvertretende Kompaniechefin, seit 2009 dann als Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Deutsch-Französische Brigade in Müllheim.

4. **Josef König** (65), bislang Pressesprecher der Ruhr-Universität Bochum, ist zum 1. Juli nach 23 Jahren seiner Tätigkeit in den Ruhestand gegangen. Sein Nachfolger als Pressereferent wurde **Jens Wylkop**. Die Leitung des neuen Dezernats Hochschulkommunikation der Ruhr-Universität Bochum hat **Barbara Kruse** übernommen. König nutzt derweil seinen Ruhestand, um als Freier PR- und Kommunikationsberater noch weiter zu arbeiten.
5. **Jens Wernscheid** (33) arbeitet seit dem 1. August als PR & Communications Manager beim G. Ricordi & Co. Bühnen- und Musikverlag in Berlin. Die Stelle wurde mit dem Umzug seines Arbeitgebers in den Berliner Hauptsitz der Universal Music Group neu geschaffen. Wernscheid berichtet bei Ricordi an die General Managerin **Silke Hilger**. Wernscheid arbeitete seit 2012 als PR-Manager bei Kruger Media und zuvor von 2011 bis 2012 als PR- und Social-Media-Berater bei Piäbo Medienmanagement.
6. **Corinne Bauer** (31), seit fünf Jahren Redakteurin beim schweizerischen Mediendienst „persoenlich.com“, wechselt zum 1. November zum Schweizer Radio- und Fernsehen. Beim SRF wird sie in der Pressestelle erste Anlaufstelle für Anfragen von Journalisten sein und den täglichen Media Newsletter und den Social Media Auftritt von SRF Media Relations koordinieren. Bauer leitet ein kleines Team, bestehend aus einem Vollzeitmitarbeiter und mehreren Praktikanten.
7. **Sylvia Scalabrino**, Informationschefin des Eidgenössischen Justiz- und Polizeidepartements (EJPD), verlässt nach Informationen des schweizerischen „*kleinreport*“ ihren Posten bereits nach einem Jahr wieder. Als Grund für den Weggang werden unterschiedliche Vorstellungen über Fragen der Organisation und der Ressourcen gesehen. Scalabrino war bis zu ihrem Stellenantritt im EJPD als Journalistin beim Schweizer Radio und Fernsehen, der "Basler Zeitung" und der "Weltwoche" tätig gewesen. Der

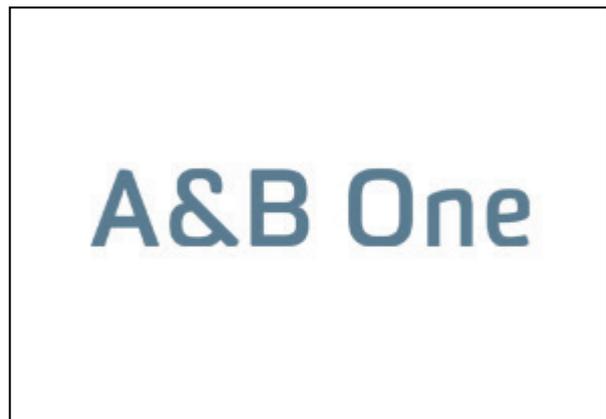


- Posten des Informationschefs wird nun interimistisch von **Guido Balmer** übernommen.
8. **Delia Bösch** (52) ist seit dem 1. Juni neue Leiterin der Abteilung Kommunikation und Marketing sowie Pressesprecherin bei der Stiftung Zollverein in Essen. Sie wurde Nachfolgerin von **Rolf Kuhlmann**, der in den Ruhestand gegangen ist. Bösch berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Stiftung, **Hermann Marth**. Von 2002 bis zu ihrem Wechsel war Bösch als freie Journalistin und PR-Beraterin tätig.
  9. **Alexander Ebert** (53) leitet als Nachfolger von **Sascha Keutel** seit dem 1. August die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stiftung KinderHerz in Essen. Zuvor war Ebert seit 1994 in verschiedenen Redaktionen der zur WAZ Mediengruppe gehörenden „Westfälischen Rundschau“ in Dortmund tätig. Im Rahmen seiner Tätigkeit für die KinderHerz-Stiftung berichtet Ebert an **Sylvia Paul**, die dem Vorstand angehört.
  10. **Christian Johann** (31) ist seit dem 5. August Leiter Kommunikation beim neu gegründeten Online-Netzwerk für Schulen und ihre Partner SchulePLUS in Berlin. Die Pressearbeit für das Netzwerk betreut er zusätzlich zu seiner Tätigkeit als Pressesprecher für den Bildungsdienstleister SWiM Bildung.
  11. **Romi Hofer** (33) ist seit Mai neue PR-Verantwortliche beim führenden Vermarktungsunternehmen für elektronische Medien in der Schweiz, der Publisuisse SA in Bern. Hofer übernahm die Bereiche PR und interne Kommunikation und ist Kontaktperson für Journalisten, Verbände und Organisationen. In ihrer Verantwortung liegen Konzeption und Durchführung sämtlicher PR-Aktivitäten und sie ist zuständig für den inhaltlichen Onlineauf-

- tritt des Unternehmens. Zuletzt war sie in verschiedenen Funktionen bei der GfK tätig.
12. **Minou Khodaverdi** (40) arbeitet seit dem 1. August als Referentin für Presse und Kommunikation in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der Bundessteuerberaterkammer (BStBK) in Berlin. Die Stelle wurde für sie neu eingerichtet. Zuvor war sie zehn Jahre auf Agenturseite tätig: von 2003 bis 2010 bei wbpr und anschließend als Leiterin des Teams politische Kommunikation bei der Berliner Werbeagentur Serviceplan.
  13. **Christine Frey** (46) leitet seit dem 12. August die Kommunikation am Kantonsspital Baselland (KSBL). Gleichzeitig bleibt sie Gemeinderätin in Münchenstein und Präsidentin der Baselbieter FDP. Zuletzt war sie als Parteipräsidentin der FDP Baselland für die Reorganisation der Geschäftsstelle der Partei verantwortlich und baute die Kommunikation aus.

### Personalien compact - Agenturen (11) (33./34. KW-2013)

1. **Sabine Kreuzsch** (51) wird neue Geschäftsführerin bei der Wiesbadener Healthcare-Agentur med publico GmbH, die 2007 von **Verena Drebig** gegründet wurde. Kreuzsch tritt an die Stelle von Drebig, die sich verstärkt um die Neukonzeption und strategische Beratung bei neuen Projekten kümmern will. Drebig ist zudem seit Januar Geschäftsführerin der Schwesterfirma med update. Kreuzsch kommt von Dorothea Küsters Life Science Communications GmbH, wo sie über fünf Jahre als Geschäftsführerin tätig war. Zuvor leitete sie zwölf Jahre das PR-Team von Ogilvy Healthworld in Frankfurt am Main.
2. **Eva von der Schulenburg** (37) leitet seit dem 1. August das Berliner Büro der Agentur Schoeller & von Rehlingen PR. Von 2012 bis 2013 betreute sie als Senior Beraterin bei Scholz & Friends die Kampagne „Hilfetelefon Gewalt gegen Frauen“ und als Freie Beraterin bei Barthouse Culture Concepts unter anderem die Entwicklung von Kommunikationskonzepten. Zuletzt war von der Schulenburg bei Axel Springer in der Internen Kommunikation tätig. Von 2007 bis 2012 war sie beim Verband Deutscher Zeit



- schriftenverleger Referentin Marketing und Kommunikation.
3. **Tim-Oliver Struck** ist neuer Account Director bei der Kommunikationsagentur achtung!. Struck soll am Standort Hamburg einige Kundenteams übernehmen und sie strategisch im PR- und Social Media-Bereich begleiten. Der gebürtige Hamburger kommt von der Agentur JOM Jäschke Operational Media in Hamburg, wo er als Leiter der PR-Unit tätig war. Zuvor war Struck bei Molthan van Loon (heute Orca van Loon) beschäftigt.
  4. **Margarete Merkle** hat in Frankfurt am Main die PR-Beratung Merkle Public Relations gegründet. Schwerpunkte des Beratungsangebots liegen in der Gesundheits- und Unternehmenskommunikation für Unternehmen und Institutionen. Neben PR-Konzeption und Pressearche bietet Merkle Public Relations außerdem Publikationsmanagement und Social-Media-Beratung an. Merkle hat über zwanzig Jahre Erfahrung in der PR-Beratung mit dem Fokus auf Gesundheitskommunikation und Corporate Communications, sie arbeitete unter anderem für die Agenturen Edelman, Ogilvy Healthworld und Dorothea Küsters Life Science Communications.
  5. **Katharina Friedrich** (41) verstärkt seit dem 1. August die Geschäftsleitung der defacto kreativ GmbH in Erlangen. Als Client Services Director übernimmt sie die Kundenberatung und kümmert sich um die Neugeschäftsentwicklung. Friedrich kommt von Publicis Pro, wo sie zuletzt als Mitglied des Management Boards die Bereiche Beratung, Strategie und New Business einer Unit verantwortete. Sie verfügt über acht Jahre Agenturerfahrung mit Schwerpunkt digitale Kommunikation. Bei ihrem neuen Arbeitgeber berichtet sie an **André**

- Lutz**, Geschäftsführer der defacto kreativ GmbH.
6. **Bettina Hersberger, Isabella Jungo, Dorothea Vollenweider** und **Mirjam Oertli** sind neue Mitarbeiterinnen der schweizerischen Agentur Etextera aus Schmiten. Die vier Damen arbeiten als Texterinnen und Redakteurinnen für die Textagentur. Der Zuwachs gehe zurück auf eine stark gestiegene Nachfrage nach Texten für Websites und Newsletter, sagt Agentur-Geschäftsführerin **Ruth Hardegger-Wickli**.
  7. **Pascal Krauthammer** (41), langjähriger Korrespondent von Radio SRF im schweizerischen Bundeshaus, wird ab dem 1. November als Senior Consultant für die Agentur Furrer Hugli & Partner in Bern arbeiten. Dort soll er die Medienkompetenz der Agentur stärken und Public Affairs-Mandate betreuen. Krauthammer hat in den vergangenen zehn Jahren in unterschiedlichen Funktionen für Radio SRF gearbeitet. Neben seiner Tätigkeit als Journalist war Krauthammer Lehrbeauftragter an der Universität Fribourg.
  8. **Patrick Hertner** ist seit dem 6. August Mitglied der Geschäftsführung bei Schmid und Partner, SuP Gesellschaft für Marketingkommunikation mbH, Stuttgart. Hertner verantwortet die Kreation, strategische Beratung sowie das Neukundengeschäft der Agentur. In den vergangenen fünf Jahren arbeitete Hertner für die BBDO Live als Group Account Director und war zuvor acht Jahre als Teamleiter bei der Agentur Roth & Lorenz tätig.
  9. **Björn Hoven** (33) verstärkt seit dem 1. August als Director Weischer Storyhouse / Executive Producer die Weischer. Mediengruppe in Hamburg. In der neuen Unit werden die Geschäftsfelder Brand Content, Alternative Programming und Entertainment Marketing gebündelt. Hoven kommt von FremantleMedia Enterprises, wo er als Head of Digital & Branded Entertainment für die Regionen DACH und Osteuropa verantwortlich war.
  10. **Christian Schiller** (34), zuletzt PR-Manager und Redakteur bei den Webguerillas in Zürich, hat sich selbstständig gemacht. In Zürich hat er die Agentur Schiller. Text & Konzept gegründet. Für seine Auftraggeber will Schiller Medienarbeit betreiben, Kommunikationsstrategien konzipieren und Bei

## Wieder Marmeltier-tag?

### Prozessoptimierung bei Lautenbach Sass.

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

- träge für diverse Publikationen schreiben. Vor seiner Anstellung bei den Webguerillas war er in der Unternehmenskommunikation von Heliana tätig. Als Journalist arbeitete er zuvor in der Schweiz, Südafrika und Argentinien.
11. **Christine Lesnik**, zuletzt tätig bei der Weltwoche Verlags AG, hat zum 1. August mit CLCommunications ihre eigene Agentur in Zürich gegründet. Lesnik bietet Kommunikations-, Marketing- und Consultingleistungen - insbesondere für die Branchen Verlagswesen, Werbung, Kunst, Wohnen und Mode. Schwerpunkte sollen dabei Produktsponsoring und klassische Medienarbeit sein. Lesnik ist eidgenössisch diplomierte PR-Fachfrau.

## Etats

### Etats compact (24) (33./34. KW-2013)

1. Spezialist für Web Content Management „e-Spirit“, Dortmund  
was: Öffentlichkeitsarbeit für das Content Ma-

- agement System FirstSpirit  
an: **Lewis Communications GmbH**, München
2. LeaseRad GmbH, Freiburg  
was: Medienarbeit, CSR, Employer Branding zur Positionierung des Geschäftsrats als Alternative zum Firmen-PKW  
an: **wbpr\_Kommunikation**, Unterföhring
  3. Gemeinnützige Organisation zur Initiierung von Kunstprojekten little ART, München  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf ehrenamtlicher Basis  
an: **Schwartz Public Relations**, München
  4. Stadt Cuenca in Ecuador  
was: Tourismus-PR  
an: **Marketing- und Kommunikations-GmbH XSP**, Frankfurt am Main
  5. Event-Organisator Tech Tour International SARL, Genf  
was: Europaweit Pressearbeit und Medienpartnerschaften, Social Media  
an: **PR-Agentur BondPR Worldwide**, München
  6. Start up Circle Products GmbH, Berlin  
was: Medien- und PR-Arbeit für Coffee Circle in der Schweiz  
an: **PRfact AG**, Zürich
  7. HD Plus GmbH, Unterföhring  
was: PR und integrierte Markenkommunikation  
an: **Heye GmbH**, München
  8. Hamburg Messe  
was: Gesamtkampagne für die Messe "Reisen Hamburg"  
an: **Agentur Orca Campaign**, Hamburg
  9. Online-Marketing-Agentur Booming GmbH, München  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zur Steigerung der Bekanntheit  
an: **W&P Wilde & Partner Public Relations**, München
  10. Social Media Monitoring Anbieter Talkwalker, Luxembourg  
was: PR- und Content-Strategie und Influencer-Programm  
an: **Oseon GmbH & Co. KG**, Frankfurt am Main
  11. Kosmetik-Marke bareMinerals Foundation, San Francisco  
was: Presse- und PR-Kampagne für Fachjournalisten  
an: **Jeschenko Medien Agentur GmbH**, Köln



12. Karl-Arnold Schüle KG, Oberstdorf  
was: Pressearbeit für „Schüle's Gesundheitsresort & Spa-Hotel" in Deutschland und der Schweiz  
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
13. Internationale Kinderrechtsorganisation Save the Children e.V., Berlin  
was: Online-Kampagne zur Erhöhung der Spendenbereitschaft  
an: **Interaktiv-Agentur denkwerk**, Berlin
14. Oettinger Brauerei GmbH, Oettingen in Bayern  
was: Imagekampagne "Menschen bei Oettinger"  
an: **rheingold salon GmbH & Co KG**, Köln, in Kooperation mit **Axel Springer AG**, Berlin
15. Sanofi Pasteur MSD GmbH, Leimen  
was: Neue Unternehmenswebsite und Online-Patientenangebote  
an: **antwerpes AG**, Köln
16. 50 Hours by tab ticketbroker gmbh, Berlin  
was: Crossmediale Kampagne für „Die Ticket App für kurz vor knapp"  
an: **Kreativagentur fhain ideas**, Berlin
17. Fressnapf Tiernahrungs GmbH, Krefeld  
was: Employer Branding Kampagne  
an: **Castenow Communications**, Düsseldorf
18. CA Immo Deutschland GmbH, Frankfurt am Main  
was: Kommunikation zum Bau und zur Grundsteinlegung für das John F. Kennedy-Haus in Berlin  
an: **We Do communication GmbH**, Berlin
19. Werbemittel-Spezialist Advertising Gifts, Köln  
was: Pressearbeit  
an: **Jeschenko MedienAgentur GmbH**, Köln

20. Reiseportal Comvel GmbH, München  
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum Ausbau der Bekanntheit in Consumer- und Fachpublikationen  
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
21. Deutscher Wellness Verband e.V., Düsseldorf  
was: Social Media-Beratung und -Umsetzung  
an: **Wake up Communications**, Düsseldorf
22. Deutscher Volkshochschul-Verband (DVV), Bonn  
was: Entwicklung eines gemeinsamen Markenauftritts für alle 900 Volkshochschulen  
an: **Branding-Agentur Kleiner und Bold**, Berlin
23. Fußballbundesligist Hannover 96  
was: Stadionmagazin "96 Matchplan" und weitere Klubpublikationen  
an: **Madsack Medienagentur**, Hannover
24. Gewürz-Manufaktur Spirit of Spice, Willich  
was: PR zur Steigerung seiner Markenbekanntheit  
an: **PR-Agentur von Harsdorf**, München



der Persönlichkeit. Heute präsentieren sich nicht nur Personen auf Facebook, deren Status-Updates den Freunden gefallen sollen. Der „Like-Button“ ist heutzutage Zugang zu „Fanpages“ von Musikern, Sportlern, Unternehmen sowie Marken und gleichzeitig Bekanntgabe der eigenen Interessen. Man ist, was einem gefällt. Wer es in seinen Privatsphäre-Einstellungen so einrichtet, kann der ganzen Welt mitteilen, welche Schuhe er trägt, welche Schokolade er gern isst, welche Musik er hört und welche Forderungen er an die Politik richtet. Das eigene Facebook-Profil wird ein Schaufenster der Persönlichkeit.

*Das Dossier der Autoren Prof. Dr. Alexander Güttler, komm.passion GmbH, Düsseldorf und Dr. Klaus Holthausen, Bocholt [hier online weiterlesen](#).*

## Branche

### komm.passion Dossier 9: Was Facebook über die Lebenswelten von Parteianhängern verrät

**KOMM-PASSION** Eltern lassen ihn sich erklären, von Datenschützern wird er verteuert, für die Generation der Digital Natives gehört er zum täglichen Leben: Der „Gefällt mir“-Button des sozialen Netzwerks Facebook hat einen rasanten Aufstieg hinter sich. Als das wohl populärste Merkmal von Facebook, ist der „Gefällt mir“-Button heutzutage schon lange mehr als das, wozu er ursprünglich gedacht war: Nämlich als spontan verkündete Zustimmung mit Dingen, die einem im sozialen Netzwerk Facebook begegnen.

Das eigene Facebook-Profil: ein Schaufenster

### Shortlist für die „Pressestelle des Jahres“ 2013

Für die Ausschreibung zur „Pressestelle des Jahres“ 2013 steht die Shortlist fest. Neun Nominierte aus den drei Kategorien Politik/Verwaltung, Verbände/NGOs und Unternehmen werden zum Kommunikationskongress am 26. und 27. September 2013 in Berlin eingeladen. Dort präsentieren sie am ersten Kongresstag ihre Arbeit vor einer Jury aus Journalisten, Pressesprechern und Kommunikationswissenschaftlern. Am selben Abend werden die Gewinner aus den drei Kategorien bei der Gala Speakersnight mit dem „Goldenen Apfel“ ausgezeichnet. Nachfolgend werden die Nominierten mit ihren Projekten kurz vorgestellt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Achelis Ehrenmitglied der DPRG – internationale Verdienste gewürdigt

Die Gremien der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) haben entschieden, den langjährigen Präsidenten der Confédération Européenne des Relations Publiques (kurz CERP) Thomas Achelis zum Ehrenmitglied zu ernennen. Wie DPRG-Präsident Ulrich Nies anlässlich der Überreichung der Ehrenurkunde am 9. August in München betonte, wolle der Verband damit ausdrücklich das Engagement von Achelis für die internationale PR und die Vertretung des deutschen PR-Berufsstandes im europäischen Dachverband CERP sowie im Weltverband International Public Relations Association (IPRA) würdigen. Außerdem, so betonte Nies, habe sich Achelis über Jahrzehnte große Verdienste um den Auf- und Ausbau der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) erworben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Newsroom.de schreibt Medienpreis für Frauen aus

Erstmals schreibt „Newsroom.de“, der Branchendienst für Journalisten und Medienmacher, einen eigenen Medienpreis aus. Gesucht werden weibliche Medien-Talente aus allen Disziplinen unter 40 Jahren. Ob in Österreich, in der Schweiz, in Liechtenstein oder natürlich in Deutschland, wer sind die jungen weiblichen Gesichter der deutschsprachigen Medienlandschaft? Welche Talente reifen zu Führungspersönlichkeiten von morgen heran oder sind vielleicht schon in Verantwortung?

„Gemeinsam mit weiteren starken Partnern wollen wir jungen weiblichen Spitzenkräften von heute und morgen eine Plattform geben - wir möchten auszeichnen und vorstellen, bekräftigen und ermutigen“, erklärt Chefredakteur Bülend Ürük die Initiative von „Newsroom.de“. Mit der Altersgrenze 40 wollen „wir der Spezifika der weiblichen Biographie Rechnung tragen und sie

zugleich in den Vordergrund rücken“, macht Bülend Ürük deutlich und verweist darauf, dass das Berufsleben ob mit oder ohne Familie bei Frauen schlichtweg anders verlaufe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Schleichwerbung bei „Wetten, dass...?“ - DRPR rügt verantwortliche Agentur und beteiligte Unternehmen

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Berlin rügt die *Agentur Dolce Media*, München sowie die Unternehmen Fleurop und Fressnapf für versuchte bzw. vollendete Schleichwerbung in der ZDF-Sendung „Wetten, dass...!“. Außerdem mahnt der Rat die Unternehmen Daimler, Audi und Solarworld, künftig kritischer zu prüfen, ob Medienkooperationen den Tatbestand der Schleichwerbung erfüllen. Die Mahnung spricht der Rat auch gegenüber der Agentur Dolce Media aus, der aus Sicht des Rates in der Vermittlung eine verantwortliche Rolle in diesem Fall zukam.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kocherscheidt Kommunikation wächst weiter – drei neue Mitarbeiterinnen in der Hamburger Speicherstadt

Die Hamburger PR-Agentur Kocherscheidt Kommunikation befindet sich weiterhin auf Wachstumskurs: Seit Anfang August verstärken Gabriele Gugetzer (57) und Claudia Kovaricek (28) das Team mit dem Schwerpunkt nachhaltiger Tourismus in der Hamburger Speicherstadt, zum September kommt Friederike Neyer (24) als Volontärin hinzu.

Gugetzer betreut als Senior PR-Beraterin die Nationalpark-Region Hohe Tauern in Kärnten sowie das Reiseland Slowenien. Kovaricek zeichnet als PR-Beraterin für den Etat der Louvre Hotels Group sowie gemeinsam mit Ina Bohse und Anja Kocherscheidt für die drei Veranstaltermarken Thomas

Cook, Neckermann Reisen und Bucher Last Minute verantwortlich. Neyer wird das Team kundenübergreifend unterstützen, um einen möglichst breiten Einblick in sämtliche Bereiche der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu erhalten.  
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Branche compact (7) (33./34. KW-2013)

1. Die **Kommunikationsagentur achtung!** ist am 23. August von der Hamburger Allianz für Familien mit dem **Familien Siegel** ausgezeichnet worden. Die Agentur wurde zuvor im Rahmen eines Audits geprüft: Ihr wurde attestiert, sich um die **Vereinbarkeit von Arbeits- und Familienzeiten** für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu bemühen. Nach eigenen Angaben beschäftigt achtung! bis in die Führungsetage hinein viele Teilzeitkräfte und wirbt sogar auf dem Markt um in Teilzeit arbeitende Mütter und Väter. Die Hamburger Allianz für Familien ist eine Initiative von Hamburger Senat, Handelskammer und Handwerkskammer. Das Siegel wird seit mehr als fünf Jahren verliehen.
2. **Hotwire PR** ist in **Frankfurt am Main** umgezogen. Die neue Adresse in der Neustadt lautet **Stephanstraße 1**. Die Büroflächen im 2. Obergeschoss befinden sich im Szeneviertel Frankfurts in der alten Diamantenbörse. Auf zwölf Etagen bietet das Haus seinen verschiedenen Mietern eine Mischung aus Retail, Lifestyle und lichtdurchfluteten Büros mit Blick auf die alten Eichen des historischen Petersparks.
3. Die 1993 gegründete **Wiethe Group GmbH** meldet ein **positives Geschäftsergebnis**. Das Halbjahresergebnis 2013 der drei unter der Wiethe Group GmbH zusammengefassten Unternehmen Wiethe Kommunikativ, Wiethe Interaktiv und Wiethe Objektiv verzeichnet nach eigenen Angaben ein **Wachstum von 40 Prozent**. Waren es 2012 zum Halbjahr noch 7,4 Millionen Euro Umsatz, so lag Wiethe im Juni 2013 bei 10,4 Millionen Euro. Die Wiethe Group versteht sich als Multichannel-Agentur für die Fashionbranche. Ihr Hauptsitz ist in Georgsmarienhütte. Die Agentur betreut seine Kunden in allen Bereichen der Kommunikation, dabei setzt
4. Wiethe Kommunikativ seinen Schwerpunkt auf klassische Werbung und Corporate Publishing. Die **Nachrichtenagentur dpa**, Hamburg, und der **Medien-Dienstleister Raufeld Medien**, Berlin, arbeiten im Bereich **Corporate Publishing** zusammen. Ziel der Kooperation ist die Stärkung des Geschäftsfeldes in beiden Unternehmen. Gemeinsam wollen Raufeld Medien und die dpa multimediale Projekte für Verlage und andere Kunden verwirklichen. Vom eigenen redaktionellen Angebot der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH bleiben die Projekte, zu denen unter anderem Kundenmagazine gehören, getrennt. Die Publikationen werden vor allem von Raufeld Medien konzipiert und gestaltet. Die dpa setzt ihren Schwerpunkt bei der Vermarktung und steuert bei Bedarf einzelne Inhalte bei.
5. Eigentlich nicht unerwartet hat nun nach der **Insolvenz der internationalen Infopaq in Schweden** vor vier Wochen **auch die deutsche Tochter** in Kornwestheim den Dienst eingestellt und **Bankrott** angemeldet. Auf der internationalen und der deutschen Website ist davon noch nichts zu lesen. Seltsame Informationspolitik des Dienstleisters / Medienbeobachters - eine Nachfrage des „PR-Journals“ hat Infopaq-Boss Jacob Meibom seit dem 15. Juli nicht beantwortet. Der deutsche Medienbeobachter Ausschnitt soll - wie man liest - den Kundenstamm übernehmen - aber auch Landau Media (beide in Berlin beheimatet) bietet sich an.
6. **Weltweite PR-Branche meldet steigende Kunden-Budgets**. Gute Aussichten für die PR-Branche: Das Trend Barometer von ICCO International Communication Consultancies Organisation, London für das zweite Quartal 2013 zeichnet ein positives Bild – mit Steigerungen bei den Kunden-Budgets und starkem Neugeschäft. Die Mehrheit der Agenturen ist auf eine wachsende Nachfrage im Digital-Bereich vorbereitet. Sechs von zehn Befragten gaben an, dass ihre Kundenbudgets im zweiten Quartal des Jahres stabil geblieben sind, jeder Vierte verzeichnete eine Steigerung. Nur 16 Prozent mussten rückläufige Budgets hinnehmen. Fast sieben von zehn (68 Prozent) Befragten berichteten von einem regen Neugeschäft.
7. **Lotse zu den Zukunftsmärkten: Burson-Marsteller unterstützt im Geschäft zwischen Afrika und Indien**. Afrika und Indien gehören zu den wichtigsten globalen Zukunftsmärkten.

Auch der Handel zwischen diesen Regionen wächst. Burson-Marsteller, die internationale Agentur für Public Relations und Public Affairs, unterstützt jetzt Unternehmen bei ihren Geschäftsaktivitäten zwischen diesen Märkten mit einem so genannten Africa-India Advisory Desk. Die Initiative von Arcay Burson-Marsteller in Südafrika und Genesis Burson-Marsteller in Indien bietet eine Reihe von speziell auf die jeweiligen Länder abgestimmten Beratungs- und Dienstleistungen. Dazu gehören beispielsweise Markteintrittsanalysen und -strategien, detaillierte Stakeholderanalysen sowie maßgeschneiderte Kommunikation für Unternehmen.

## Medien

### Blome Wechsel von „Bild“ zum „Spiegel“ sorgt dort für Unruhe

Wieder eine Personalie, die beim Spiegel-Verlag für Wirbel sorgt: Nikolaus Blome (49), derzeit noch stellvertretender Chefredakteur bei der „Bild“-Zeitung, wechselt zum 1. Dezember in die „Spiegel“-Redaktion. Er wird dort stellvertretender Chefredakteur und Leiter des Hauptstadtbüros für den „Spiegel“ und „Spiegel-online.de“. Der bisherige Leiter des Hauptstadtbüros, Konstantin von Hammerstein (52) wird künftig „als Autor“ für „Spiegel“ und „Spiegel-online.de“ tätig sein. Die beiden weiteren stellvertretenden Chefredakteure Klaus Brinkbäumer und Martin Doerry wurden in der Pressemitteilung zunächst gar nicht mehr erwähnt. Sie bleiben aber wohl an Bord, wie die „Spiegel“-Kommunikationsabteilung auf Nachfrage bestätigte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Gute Noten für die „Vertretungsstunde“ der Bundeskanzlerin

Für ihre „Vertretungsstunde“ vor den Schülern der 12. Jahrgangsstufe des Berliner Heinrich-Schliemann-Gymnasiums am 13. August aus Anlass des Tags des Mauerbaus vor 52 Jahren erhielt die Kanzlerin ein positives Feedback. Schülerin Lea Quiring (18): „Es war ziemlich aufregend. Ich dachte, es wäre erdrückender, da sie so eine berühmte Person ist. Es war interessant, ihre persönliche Geschichte zu hören, das hört man nicht jeden Tag.“ Mitschülerin Judith Hartmann (18) ergänzte: „Ich war ziemlich überrascht, dass sie so lustig und offen ist. Ich finde es toll, dass sie nicht nur Geschichte unterrichtet hat, sondern auch Persönliches erzählt hat.“ Johanna Kramer (18) zeigte sich kritischer, sie hatte mehr Inhalt erwartet: „Ich fand die Stunde überraschend gut, obwohl ich etwas komplett anderes erwartet habe. Sie scheint ein sehr humorvoller und offener Mensch zu sein, das gefällt mir bei Lehrern und bei ihr. Ich konnte viel lachen. Allerdings war es nicht so lehrreich, wie andere Stunden.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

### Medien compact (4) (33./34. KW-2013)

1. **Peter Jost** wird zum Ende des Jahres 2013 als Nachfolger von **Michael Hug** neuer Chefredakteur der „Berner Zeitung“. Jost ist derzeit der Stellvertreter Hugs, der seinen Chefposten aus gesundheitlichen Gründen abgibt. Neuer Stellvertreter Josts wird der bisherige Nachrichtenchef **Adrian Zurbruggen**, der diese Aufgabe seit 2011 ausübt. Jost ist bereits seit 1999 beim Espace Media Verlag, seit 2009 als Mitglied der Chefredaktion der „Berner Zeitung“.
2. **René Lüchinger** (54) übernimmt als Nachfolger von Interims-Chefredakteurin **Andrea Bleicher** zum 1. Januar 2014 die Chefredaktion der schweizerischen Zeitung „Blick“, die in Zürich erscheint. Stellvertretender Chefredakteur wird **Andreas Dietrich**. Der Ringier-Verlag teilte mit, dass Andrea Bleicher sich entschieden habe, den „Blick“ zu verlassen,

um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zuzuwenden. Lüchinger war bei Ringier zuvor unter anderem als Chefredakteur für die Titel „Facts“ und „Bilanz“ tätig.

3. **Manfred Bissinger** (72), Publizist und Journalist mit bewegter Vergangenheit in Medien wie dem „stern“, der Zeitschriften „konkret“ und „Merian“ sowie der Wochenzeitung „Die Woche“, verlässt nach knapp 25 Jahren die Ganske-Gruppe, in der er vor allem als Berater für den Corporate Publishing-Verlag Hoffmann & Campe tätig war. Wie verschiedene Mediendienste („[turi2.de](#)“, „[meedia.de](#)“, „[kress.de](#)“) berichten, will Bissinger mit der Hamburger Werbeagentur KNSK, an der er eine Beteiligung hält, selbst ins Corporate Publishing-Geschäft einsteigen. Begleitet wird Bissinger von **Kim Krawehl**, bis Ende Juli Verlagsleiterin bei Hoffmann & Campe Corporate Publishing. Als spannend wird bei den Mediendiensten nun die Frage eingestuft, inwieweit Bissinger versucht, Kundenzeitschriften-Etats von Evonik oder BMW mitzunehmen.
4. Ein Grand-Award, viermal Gold, einmal Bronze für Bayer: Beim **weltweit größten Wettbewerb für Geschäftsberichte**, dem Annual Report Competition (ARC) Award, ist **Bayer**, Leverkusen für seinen Geschäftsbericht 2012 in diesem Jahr **erneut ausgezeichnet** worden. Der Preis wurde von der unabhängigen amerikanischen Organisation MerComm Inc. vergeben. Die Jury bewertete die Geschäftsberichte nach den Kriterien Klarheit, Effektivität und Kreativität sowie danach, wie sie jeweils die Unternehmensgeschichte und -mission kommunizieren.

3. **Neue Features für Facebook-Orte:** Reservierungen für Restaurants und Zeiten für TV-Sendungen und Filme. Zum Artikel bei [allfacebook.de](#)
4. **„I’m 13 and none of my friends use facebook“** – mit diesen Worten formulierte Ruby Karp, die für mashable.com bloggt, in einem viel beachteten Artikel das, was von einigen (mal wieder) als das Ende von Facebook gedeutet wird. Daniel Rehn hat dazu in einem [Artikel](#) Stellung genommen.
5. **Blogger Relations im Tourismus:** Case Study zur #MeetSouthAfrica Kampagne auf [YouTube](#)

## Reputation Management

### Wirkungsvoll akquirieren und Reputation aufbauen mit hochwertigem Content

Berater, Dienstleister, Kreative, Webworker: Sie alle brauchen Kunden. Selbst wer sich mit Aufträgen mehr als ausgelastet fühlt, sollte dauerhaft etwas für die eigene Reputation und Sichtbarkeit tun. Sonst droht der typische Parabelflug, den fast alle Freiberufler und Selbstständigen kennen: In Hochzeiten muss man Aufträge ablehnen und zieht den Kopf ein, wenn neue Interessenten drohen. Sind dann alle Jobs abgearbeitet, beginnt die Kundengewinnung aufs Neue, und es dauert natürlich eine Weile, bis sich die Aktivitäten in neuen Anfragen niederschlagen. Doch wie ist eine solche kontinuierliche Akquisearbeit neben dem eigentlichen Job zu leisten? Wie sieht eine sinnvolle und wirksame Strategie aus? Und: Gibt es andere Möglichkeiten als „Cold Calls“ oder passives Warten auf Empfehlungen durch andere?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Social Media

### Social Media compact (5) (33./34. KW-2013)

1. **Soziale Netzwerke in Deutschland:** Facebook auf Platz 1, Wer-kennt-wen überraschend auf Platz 2. Zum [t3n-Beitrag](#)
2. **Facebook: Alle Ad- und Story-Formate** gültig ab 10. September in der Übersicht von [Thomas Hutter](#).

## depak an Volker Klenk: Warum ist Transparenz entscheidend für den Unternehmenserfolg?

Die Digitalisierung hat Kommunikation beschleunigt und demokratisiert. Sie macht Informationen schnell und von überall verfügbar. Eine drastische Konsequenz ist zunehmende Transparenz als verpflichtende Basis für das Vertrauen der Stakeholder. Die Spielregeln im Reputationsmanagement haben sich für die meisten Unternehmen grundlegend verändert. Die Auswirkungen in der täglichen Kommunikationspraxis sind entsprechend weitreichend.

Der globale Transparenz-Trend ist unumkehrbar und Unternehmen müssen sich ihm stellen. Kommunikationsberater und die Leiter Unternehmenskommunikation stehen dabei häufig vor großen Herausforderungen: Mit welchen Strategien schafft man das richtige Maß an Transparenz? Zu welchen Themen ist freiwillige Transparenz gegenüber Stakeholdern sinnvoll? Wie soll man kritische Akteure der Zivilgesellschaft wie NGOs richtig ansprechen? Und: In welcher Form profitiert mein Unternehmen davon?

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## CSR Unternehmensverantwortung

### Nachhaltigkeit bei Arbeitnehmern: "Grüne" Unternehmen sind für junge Talente attraktiver

Eine überzeugende Nachhaltigkeitsstrategie spielt eine immer wichtigere Rolle bei der Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitern - und das weltweit. Gerade der hart umkämpfte Nachwuchs stellt in dieser Hinsicht hohe Ansprüche an Arbeitgeber und möchte sich im Betrieb entsprech-

end engagieren. Dies hat eine weltweite Umfrage der internationalen Managementberatung Bain & Company ergeben, die die Basis der Studie "The big green talent machine" ist.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

## CSR compact (2) (33./34. KW 2013)

1. **CSR-Manager Ausildung der IHK.** Die Weiterbildungsgesellschaft der IHK Bonn / Rhein-Sieg richtet eine Informationsveranstaltung zum neuen Lehrgang CSR-Manager/in IHK aus. Sie findet am 9. September, 17 Uhr, im IHK-Bildungszentrum, Kautexstraße 53, 53229 Bonn-Holzlar statt. Anmeldungen unter [info@csr-rheinland.de](mailto:info@csr-rheinland.de).
2. **Umfrage.** Das PR-Journal unterstützt eine **Masterarbeitsumfrage zum Thema "Wahrnehmung und Bedeutung von Unternehmensverantwortung"**. Die Umfrage dauert circa zehn Minuten und ist selbstverständlich anonym. Über diesen Link ist der Fragebogen abrufbar: <https://www.soscisurvey.de/test033357/>

## Das PR-Interview

### PR-Interview Nr. 98. Robert Heinrich: Nichts ist so überzeugend wie ein überzeugter Wahlkämpfer



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

Interview mit Robert Heinrich (Foto), Wahlkampfmanager von Bündnis 90/Die Grünen zur Kommunikation in der heißen Phase des Bundestags-Wahlkampfes

**PR-Journal:** Herr Heinrich, Sie stecken mitten in der heißen Phase des Wahlkampfes. Wie haben wir uns den Tagesablauf des Wahlkampfleiters vorzustellen?

**Robert Heinrich:** Ich stehe sehr früh auf und lese Zeitung. Ab 8.30 Uhr finden dann kurze Morgenrunden mit der politischen Führung und dem Wahlkampfteam zur Presselage und Tagesplanung statt. Bis in den späten Abend hinein bin ich dann im Wesentlichen damit beschäftigt, das Wahlkampfteam zu koordinieren, die Kampagnemaßnahmen zu steuern und den Überblick zu behalten. Das heißt konkret: Aktionen vorbereiten, Plakate, Texte oder Anzeigen freigeben und vor allem viel telefonieren. Unser Wahlkampfteam wird von mehreren Werbe- und PR-Agenturen unterstützt, der wichtigste Teil des Wahlkampfes findet aber vor Ort statt – getragen von Tausenden Parteimitgliedern und vielen freiwilligen Helfern. Den Höhepunkt erreicht die Kampagne in den letzten 72 Stunden vor der Wahl. In dieser Zeit entscheiden die meisten Menschen, wem sie ihre Stimme geben werden, und da bin ich natürlich quasi rund um die Uhr im Einsatz.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

des Deutschen Werberats ist fällig. Und die dürfte hoffentlich auch kommen. Volker Nickel, Sprecher des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), zeigte sich im Kölner Stadt-Anzeiger wenig angetan von der Aktion von Sixt.

Meine Gefühle bei der ersten Sichtung der Anzeige waren „die nehmen auf nichts Rücksicht, sie wissen, dass der sich nicht wehren kann, das ist einfach nur ekelhaft“. Auf Twitter und Facebook haben viele Menschen zum Ausdruck gebracht, dass sie ähnlich denken. So schnell kann das gehen, wenn der Bogen überspannt wird. Und so schnell kann das gehen, wenn Unternehmen und Agenturen glauben, schnellen Profit machen zu können, indem sie „kleine Leute“ bloßstellen. Die meisten Menschen mögen das nicht und sie stellen sich automatisch auf die Seite der „Kleinen“. Dieses Denken soll uns schon genetisch in die Wiege gelegt worden sein, dieser Sinn für Fairness und Kooperation, so die Meinung in der einschlägigen Fachliteratur. Vielleicht eine ganz lohnende Lektüre für Sixt und deren Hausagentur, das Team von Jung von Matt?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Kommentare

### Helge Weinbergs Kommentar zu Sixt: Wie man auf einen Schlag ein Image versaut



Wir alle kennen die Werbung von Sixt, wie zuletzt mit den Motiven Silvio Berlusconi und Angela Merkel („Neuland“). Ich gebe zu, diese Anzeigen fand ich selber lustig. Aber es gibt Grenzen des schrägen Humors und die hat Sixt mit dem Bild und dem Zitat Gustl Mollaths überschritten. Ich verzichte hier auf eine Abbildung. Lustig ist das nicht mehr, wohl aber eine aus meiner Sicht klare Verletzung der Persönlichkeitsrechte und abstoßend, um dieses Wort einmal zu Recht zu gebrauchen. Sixt hat sich damit keinen Gefallen getan. Eine Rüge

### Norbert: Gerüchte+Gerichte

#### Gericht: Italien jenseits von Pasta - Crespelle con Ricotta



(n**sb**) Spaghetti, Penne, Linguine – auch Lasagne und Canneloni sind „beim Italiener“ hierzulande auf (fast) jeder Karte zu finden. Und das ist nur eine kleine Auswahl der schier unendlichen Vielfalt der Nudeln in der italienischen Küche. Dass es ein Esserlebnis ohne Nudel geben kann, wissen die Deutschen erst, seit die ersten Gnocchi (sprich: Njokki) in den Speisekarten auftauchten; leider sind das meist gelungene Versuche, aus Kartoffeln, Mehl und Eiern gefährliche Gummigeschosse zu machen.

Gute Gnocchi sind luftig und leicht, behalten aber die Form, bevor sie im Munde zergehen. Und das ist gar nicht so leicht hinzubekommen – aber dazu ein anderes mal. Noch seltener taucht eine andere Spezialität in den Speisekarten auf, die viel leichter zu machen ist: Crespelle. Der Name erinnert an die gut bekannten „Crêpes“ französischer Herkunft – kein Zufall, Crespelle fanden über die Küche der Provinz Piemont zur italienischen Küche – und dieses Gebiet ist stark französisch beeinflusst; im Aosta-Tal nördlich von Turin wird sogar ein französischer Dialekt gesprochen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Autoren-Beiträge

### Fashion-PR & Social Media – ein Herz und eine Seele

Vor wenigen Jahren war „Social Media“ in der Modewelt noch als Schimpfwort bekannt. Aufgrund der Geheimhaltung, die die neuen Kollektionen und Kampagnen der Designer umgab, sah die Modeindustrie in jedem Medium, das einen Blick hinter die Kulissen ermöglichte, eher einen Feind, als einen Wegbereiter. Dies hat sich im Laufe der Jahre drastisch geändert, denn Social Media hat der Modewelt eine „Rundumerneuerung“ verpasst: Designerkampagnen wurden zugänglicher für ein breites Publikum und halfen somit neue Zielgruppen anzusprechen. Der Fokus auf die digitale Modewelt hat vor allem PR-Aktionen auf den Kopf gestellt. Die Multichannel-Kommunikation – angeführt durch die sozialen Medien – hat Fashion-PR revolutioniert. In kaum einer anderen Branche stoßen Online-Kampagnen auf solch eine positive Resonanz. Wie das in der Praxis aussieht, zeigen zwei Best-Practice Beispiele.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesehinweise

### Haben die Linken, die Grünen und die SPD Wahlkampfideen abgekupfert?

Eigen-PR oder echte Sorge um den Umgang mit dem Urheberrecht? Horizont spitzt die Interviewfragen an Frank Kornberger bewusst zu. Denn die Berliner Kommunikationsagentur Kornberger und Partner hat einen Blog mit dem Titel „[Wahlplag.de](#)“ gestartet. Darin zeigt die Agentur erhebliche Ähnlichkeiten auf zwischen aktuellen Wahlplakaten der Linken, der Grünen sowie der SPD und nicht umgesetzten Kampagnenideen, die die Agentur bei verschiedenen Pitches zwischen 2011 und 2012 bei der IG-Metall, der DGB-Jugend und der SPD-Bundestagsfraktion vorgestellt hat. Im Interview mit „[Horizont.net](#)“ hat Kornberger seinen Standpunkt zu den „Ähnlichkeiten“ erläutert. Lesen Sie selbst bei „[Horizont.net](#)“.

### "pressesprecher": Fehlt Frauen der Wille zur Macht?

„Frauen in Führungspositionen“, „Frauenquote“, „Gleichberechtigung“ – viele verdrehen bei diesen Schlagworten die Augen. Dabei sollten wir uns gerade in der feminisierten Public-Relations-Branche ernsthaft mit dem Mangel weiblicher Chefs auseinandersetzen. Eine Suche nach den Gründen. Gerade mal drei Kommunikationsabteilungen der 30 Dax-Unternehmen werden von Frauen geführt. Drei von 30. Bei den 50 mDax-Firmen stehen 13 Damen an der Spitze. In den 30 Agenturen der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) sind in sieben Agenturen Frauen ganz oben. Wir leben im Jahr 2013, und das ist das Ergebnis? Es verwundert umso mehr, denn die PR wird oft als ein „feminisierter Berufsstand“ bezeichnet. Das stimmt. Bei 54 Prozent lag der Frauenanteil 2012. 80 Prozent der Berufsanfänger sind weiblich. Aber der Satz in einem Artikel von „Spiegel Online“ „PR und Öffentlichkeitsarbeit sind reine Frauensache“ ist

schlichtweg falsch.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Lesetipp: Modernes Kommunikationsmanagement

Der PR-Experte Dominik Ruisinger, bis Ende 2012 Mitarbeiter in der Redaktion des „PR-Journal“, hat die 2. Auflage seines Leitfadens für ein modernes Kommunikationsmanagement veröffentlicht. Das Buch, das er gemeinsam mit Oliver Jorzik geschrieben hat, ist im Stuttgarter Schäffer-Poeschel Verlag erschienen. Im dem Blog „druckstelle“ von Franziska Kümmerling erläutert Ruisinger in einem Interview worum es geht, wie er zum Schreiben gekommen ist und was es für ihn heißt, Autor zu sein. An dieser Stelle sei nur so viel verraten: Schreiben ist für ihn einfach eine Herzensangelegenheit. Lesen Sie selbst das Interview mit ihm im [Blog „druckstelle“](#).

## Lesetipp: Kritische Auseinandersetzung mit Social Media

Nachdenklich – kompetent – kritisch: Ed Wohlfahrt, österreichischer Kommunikationsexperte mit zehnjähriger Berufserfahrung und Inhaber der Agentur „Ed Wohlfahrt Online PR & Social Media Consulting“ setzt sich in seinem Blog mit einer neuen [Social Media Studie](#) auseinander. Darin hatte Uta Rußmann von der Stiftungsprofessur für Strategisches Kommunikationsmanagement & Neue Medien der Stadt Wien den Einsatz von Social Media in den Top 500 Unternehmen Österreichs untersucht. Festgestellt hat sie dabei, dass Social Media die Vernetzung und Partizipation zwischen Organisationen und ihren Stakeholdern zwar förderten, aber dies oft nur reine Rhetorik sei. Wohlfahrt bestätigt dies. Seiner Erfahrung nach machten Partizipation und Vernetzung ausgelöst durch Soziale Medien zwar in Presseaussendungen einen schlanken Fuß, in

der realen Unternehmenskommunikation 2.0 seien sie jedoch häufig unerreichbar. Lesen Sie seinen Beitrag selbst in seinem [Blog „edrelations“](#).

## Bildung

### DAPR-Grundausbildung geht in die 45. Runde

Die Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR) geht mit ihrer „DAPR-Grundausbildung“ in Frankfurt am Main in die 45. Runde. Der aus vier Modulen bestehende Kompaktlehrgang startet am 13. September und endet am 17. November 2013. Schwerpunkt des ersten Moduls ist „Einführung in die PR / Strategische Konzeption“. Dabei geht es um Fragen wie: Was ist die Aufgabe von PR, wie lässt sich Kommunikation managen? Einen zentralen Schwerpunkt bildet die Entwicklung strategischer Kommunikationskonzepte – in Theorie und Praxis. Die übrigen drei Module beschäftigen sich mit den Themen Web 2.0 und Online Relations (11. bis 13. Oktober), spezielle Anwendungsfelder der PR (1. bis 3. November) und Medienarbeit mit Schwerpunkt Pressarbeit (15. bis 17. November). [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Studien

### Studie: Eurokrise interessiert doppelt so viele Bürger wie Arbeitslosigkeit

Was beschäftigt die Menschen derzeit am meisten, wenn von der Wirtschaft die Rede ist? Auch wenn im Wahlkampf die Eurokrise wie wegretuschiert erscheint, interessiert sie die Bürger am meisten. Wenn man die Menschen nach den Themen oder Ereignissen in der Berichterstattung über Wirtschaft

fragt, ist die Eurokrise derzeit doppelt so wichtig wie die Frage des Arbeitsplatzes, der drohenden Arbeitslosigkeit oder Entwicklungen am Arbeitsmarkt. Die Menschen wollen wissen, ob ihr Geld stabil ist und wie es mit dem Euro weiter geht. Dies sind Ergebnisse des ING-DiBa Wirtschaftskompass, einer repräsentativen

Bevölkerungsumfrage des Fachgebiets für Kommunikationswissenschaft und Journalistik der Universität Hohenheim (Stuttgart) und der ING-DiBa AG (Frankfurt am Main).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

## Studien compact (1) (33./34. KW-2013)

1. Kinowerber untersuchen Wirksamkeit von Kinowerbung: Welchen **Return-on-Investment** erzielen Budgets, die Werbeauftraggeber im **Kino** investieren? Im Rahmen einer Studie der **WerbeWeischer GmbH & Co. KG**, Hamburg, wurden Werbemaßnahmen in den Bewegtbild-Medien Fernsehen, Online und Kino verglichen und analysiert – basierend auf Umsätzen und Werbeausgaben für Konsumgüter-Kampagnen (FMCG). Das Ergebnis der Studie: Kino steigert die Gesamteffizienz einer Mix-Kampagne deutlich. Gerade durch den Einsatz im Mediamix pusht Kinowerbung den Umsatz in den untersuchten Kategorien. Eine Kurzfassung der Studie mit zentralen Ergebnissen der ROI-Analyse finden Sie [hier](#). Der Vollständigkeit halber sei hinzugefügt, dass die WerbeWeischer GmbH & Co. KG mit dem Tochterunternehmen Weischer. Medien-gruppe nach eigenen Angaben klarer Marktführer bei Kinowerbung ist und in Deutschland über einen Marktanteil von rund 90 Prozent bei den Kinowerbeumsätzen verfügt.

## Termine

### Kongress: Firmenhistorie als Marketinginstrument einsetzen

Spax, Pritt, Geberit – das sind starke Marken namhafter Hersteller, die bereits über Generationen wohlbekannt sind. Sie alle haben einen eigenen Ursprung und eine einzigartige Firmengeschichte auf der ihr Erfolg gründet. Welche Bedeutung die Firmenherkunft für die Entwicklung und das Führen einer Marke hat, diesem Thema widmet sich der eintägige E3-Kongress unter dem Titel „The Power of Origin“. Renommierete Wirtschafts- und Marketingexperten berichten in Vorträgen und Seminaren über die Chancen und Möglichkeiten, die eigene Firmengeschichte als Marketinginstrument einzusetzen und beleuchten dabei auch die Bedeutung des Unternehmensstandortes. Der Kongress findet am 10. Oktober im Landschaftspark Duisburg-Nord statt und richtet sich an alle Interessierten und Marketingverantwortlichen. Veranstalter sind die deutsch-österreichischen- und schweizerischen Mitgliederagenturen des E3-Netzwerks, einem internationalen Verbund inhabergeführter Agenturen der Bereiche Marken- und Marketingkommunikation.

Anmeldung unter der Mail-Adresse [gmc@sanderwerbung.de](mailto:gmc@sanderwerbung.de) oder per Fax unter +49 203 /99377-67. Die Teilnahmegebühr beträgt 180 Euro. Weitere Informationen gibt es auf der [E3-Homepage](#).

### Whistleblowing: Die rechtlichen Rahmenbedingungen

Die Landesgruppe NRW der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) will es wissen: Wo liegen die Grenzen zwischen rechtlich zulässigem und unzulässigem Whistleblowing in Deutschland? Was sind die juristischen Reaktionsmöglichkeiten von Unternehmen (strafrechtlich und zivilrechtlich)? Welche rechtlichen Schutzmechanismen gibt es?

Und was bedeutet das alles für die Kommunikation? Beantwortet werden sollen diese Fragen von Rechtsanwalt Matthias Klage, der im Arbeits-, Wirtschafts- und Strafrecht tätig ist. Ein weiterer Schwerpunkt seiner anwaltlichen Tätigkeit liegt im strafrechtlichen Risikomanagement und der Implementierung von Compliance-Systemen für mittelständische Unternehmen. Außerdem berät Rechtsanwalt Klage in allen Bereichen des Datenschutzes. Die Auswahl des Referenten lässt darauf schließen, dass die DPRG insbesondere die rechtlichen Aspekte des Themas voll ausleuchten möchte. Die Veranstaltung findet am 12. September um 19.00 Uhr in den Räumen der Landesanstalt für Medien NRW (LfM) in Düsseldorf statt. Diskutiert wird dann sicher auch darüber, ob Whistleblower tatsächlich ein hohes Ansehen genießen oder ob sie als Nestbeschmutzer oder Verräter gesehen werden. Die DPRG bittet Interessenten um Anmeldung auf der eigens eingerichteten [Website](#) bis zum 6. September. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt und richtet sich nach dem Eingang der Anmeldungen.

### Termine compact (4) (33./34. KW-2013)

1. Der Wiesbadener Verlag Dieter Zimpel plant mit der **Zimpel Media-Daten GmbH** eine **Fortsetzung seiner Roadshow** im Herbst. Nach dem positiven Feedback vieler Besucher der Frühjahrsaktion steht vom **8. Oktober bis zum 20. November** eine neue Tour durch **zehn Städte** an. Bei den so genannten Zimpel-Frühstücken sollen die Gäste erfahren wie sie ihre Presseverteiler aktuell halten, die richtigen Ansprechpartner in den Redaktionen finden und ihre Botschaften an die richtigen Ansprechpartner adressieren. Die Software Zimpel Online, so die Ankündigung, wird bei den Veranstaltungen mit neuen Lösungen und Funktionen ausführlich vorgestellt. Anmeldemöglichkeit und weitere Informationen zu den einzelnen Terminen finden Sie auf der [Zimpel-Website](#).
2. „**Lobbying von Verbänden**“ lautet das Thema eines Diskussionsabends, zu dem der **Arbeitskreis Verbandskommunikation der Deutschen Public Relations Gesell-**

- schaft (DPRG) am 5. September** einlädt. In der DPRG-Geschäftsstelle in der Reinhardtstraße 19 in Berlin geht es um die Chancen und Herausforderungen von Verbänden bei der Interessenvertretung gegenüber Parlamentariern. Zur Eröffnung halten Matthias Heddenhausen (DZV Deutscher Zigarettenverband) und Jonas Hurlin (Verband Beratender Ingenieure VBI) zwei Impulsvorträge. Anmeldemöglichkeit und weitere Informationen finden sich auf der eingerichteten [Website](#).
3. **Voting zum PR-Bild des Jahres hat begonnen:** Bereits zum achten Mal lädt die **dpa-Tochter news aktuell**, zusammen mit dem **Magazin „pressesprecher“** zur öffentlichen Abstimmung im Rahmen des **PR-Bild Award 2013** ein. Eine internationale Jury hat aus den 1.700 eingereichten Fotos aus Deutschland, Österreich und der Schweiz 60 Bilder aus sechs Kategorien für die Shortlist ausgesucht. Auf der eigens eingerichteten [Website zum PR-Bild-Award](#) kann jeder seine Stimme abgeben. Wer möchte, kann sich die Bilder auch unter diesem [Link](#) herunterladen. Anfang November wird das Gewinnerbild im Rahmen einer Vernissage in Hamburg bekannt gegeben. Mit dem Fotowettbewerb, der seit 2006 regelmäßig ausgeschrieben wird, unterstreicht news aktuell die herausragende Bedeutung von Bildern für die professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
  4. Vom **27. bis zum 29. November** diskutieren Kindermedienmacher in Berlin aktuelle Herausforderungen der Kindermedien-Branche. Die **Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)** lädt ein zur **4. KinderMedienKonferenz** in die Jerusalemkirche. Kindernachrichten fesseln vor allem durch Themen-Mix und Unterhaltung. Idealerweise. Oder sind die klassischen Medienformate für die junge Zielgruppe von gestern? Müssten alle Formate deutlich stärker auf digitale Angebote setzen? Diese Themen und Fragen stehen im Mittelpunkt der Konferenz, die nur über 120 Teilnahmeplätze verfügt. Zur Anmeldung und weiteren Informationen geht es über diesen [Link](#).

## Tipps

### PR versus Recht: Bedeutung von Bildern und Links in Presseartikeln

**Ein Zwiegespräch zwischen Juristen und PR-Beratern:** Die Verwendung von Bildmaterial ist für die PR-Arbeit unerlässlich, doch welche Nutzung ist erlaubt? Wo liegen die rechtlichen Tücken und wie kommen Unternehmen mit weißer Weste aus Streifjahren? Diese grundlegenden Fragestellungen rund um das Thema Bildrechte hat die auf Medien- und IT-Rechte spezialisierte Kanzlei Bunnenberg Bertram Rechtsanwälte mit der PR-Agentur Mashup Communications zusammen erläutert.

*Zum vollständigen Artikel auf der Homepage*

### Was PRler über Google wissen müssen

Die Panda- und Pinguin-Updates von Google sind in aller Munde. Wird eine Website erst bei Google auf Seite vier gefunden, kann sich der Webmaster gleich einen Strick nehmen. Was uns das in der PR angeht? Eine Menge. Denn Google verfeinert den Algorithmus dahingehend, dass am Ende Leser finden, was sie suchen. Und das lässt sich für die Kommunikation hervorragend nutzen.

Google arbeitet daran, Qualitätsseiten nach oben zu spülen. Websites, die mit gekauften Links und banalem SEO-Content gearbeitet haben, wurden abgestraft und haben auch in Zukunft schlechte Karten. Die Suchmaschinenbetreiber werden immer besser. Was sich nachhaltig auszahlt, ist Qualität. Also grob gesagt das, was Leser wirklich interessiert. Nun dreht Google bekanntermaßen binnen eines Jahres an mehr als 500 (!) Stellschrauben im Algorithmus, der auch noch geheim gehalten wird. Lesen Sie weiter im „*pr-agentur-blog*“ der Agentur Aufgesang Public Relations GmbH, Hannover.

### Online-PR: Das ist der WDF\*IDF-Standard

Für Google optimale SEO-Texte zu erstellen, ist nicht mit einer definierten Keyword-Häufigkeit – oder Keyworddichte – im Dokument getan. Heutzutage ranken selbst Websites für Keywords, die inhaltlich weder auf der Seite, noch im Quelltext zu finden sind. Zudem analysiert der Suchmaschinenriese, wie relevant ein Text im Verhältnis zu anderen Texten zum Thema ist: Das Dokument erhält einen Gewichtungswert. Hier kommt der Standard WDF\*IDF ins Spiel. Wofür steht WDF? Und wofür IDF? Und warum muss eine PR-Agentur sich damit auskennen? Lesen Sie weiter im „*pr-agentur-blog*“ der Agentur Aufgesang Public Relations GmbH, Hannover.

### Tipps compact (1) (33./34. KW-2013)

1. Bundesweit bieten rund 14.000 Unternehmensberatungen ihre Dienste an. Doch wer von ihnen kann was und wie gut sind sie wirklich? Mit der neuen **Suchmaschine „consultingsearcher“** wollen die „WirtschaftsWoche“, Düsseldorf, und die auf die Zertifizierung von Beratern spezialisierte Cardea AG aus Zürich nach eigenen Angaben erstmals ein praxistaugliches Qualitätssiegel für den intransparenten Beratermarkt anbieten. Über „WirtschaftsWoche“-Online erhalten Unternehmen ab sofort Zugang zu der **Online-Datenbank** und können so ihre Suche nach dem passenden **Beratungsunternehmen** starten. Die Qualität und Professionalität aller Anbieter seien in einem unabhängigen und neutralen Zertifizierungsprozess geprüft worden, heißt es in der Pressemitteilung. Auch die Beratungskompetenzen sollen durch Projektbeschreibungen und Kundenbewertungen für jedermann nachvollziehbar sein. Weitere Informationen direkt bei „*consultingresearcher*“.

## Jobangebote

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

### GESUCHE

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

### ANGEBOTE (54)

#### Volontariat/Trainee

Die 17 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

#### Agenturen

- *PR Berater (w/m) für den Bereich Corporate, Köln*
- *PR-Berater(in) Mode & Lifestyle, Düsseldorf*
- *Internationale PR-Agentur sucht Juniorberater/in und PR-Berater/in Consumer/Tech, München*
- *Junior Consultant (w/m), Düsseldorf*
- *Full Service PR-Agentur sucht PR-Junior-Berater/in, Köln*
- *Berater(in) für starke Marken in Frankfurt*
- *PR-Assistent/in im Bereich Mode, Lifestyle & Beauty, München*
- *Berater für Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *PR-Allrounder (m/w), Mönchengladbach*
- *PR Juniorberater oder Berater Healthcare (m/w), Frankfurt am Main*
- *Hansmann PR sucht PR Junior-Berater/Berater (m/w) mit Schwerpunkt Reise, München*
- *Düsseldorfer PR-Agentur zeron sucht PR Consultant (m/w)*
- *Junior-PR-Berater/in in Teilzeit, Hamburg*
- *PR-Manager (m/w), Hamburg*
- *Account Manager Social Media & PR (m/w), Hamburg*

- *red roses communications sucht PR-Berater (m/w), Hamburg*
- *(Junior-) PR-Berater/in Mode/Lifestyle, Hamburg und München*
- *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*

#### Unternehmen

- *Communication Administrative Assistant (Part Time), Berlin*
- *Marketingassistentz (m/w), Berlin*
- *Mitarbeiter/in Public Relations-Presse in Teilzeit, Köln*

#### Verbände (Non-Profit)

- *Pressereferentin/Pressereferent für Wirtschaftsverband, Berlin*

\*\*\*\*\*

**Redaktionsschluss** dieser Ausgabe:

Montag, 26. August 2013 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.307 Empfänger** versandt.

\*\*\*\*\*

## Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg

Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.:

DE265637185) (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

**Redaktion:** Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kelikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

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

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

**Rubriken "PR-Jobbörse" + "PR-Termine":** Thomas Pfeffer, Hennef (Sieg) (karriere[at]pr-journal.de).

**Korrespondenten: Internationales:** Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (ache-

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

**Rezensionen:** Thomas Mavridis, Unteruhldingen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike Mellenthin, Mönchengladbach (ulrike.mellenthin[at]pr-journal.de); Manfred Piwinger, Wuppertal (consultant[at]piwinger.de).

**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 In-



ternetseiten 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](#)