

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 393 / 35. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 393. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 53 Einzelmeldungen):

1. *Nach 41 Jahren verlässt Volker Nickel den ZAW – Aufgaben auf drei Personen verteilt*
2. *Alles nur Gerede? Storytelling: Wie aus einem hippen Begriff echter Mehrwert wird*
3. *Lang wird Westeuropa-Chef von Grayling*
4. *Springer AG: Keese befördert, von Klaeden rückt auf*
5. *Gösmann wird dpa-Chefredakteur*
6. *Alexandra Neelsen wechselt von achtung! zu Havas PR*
7. *Personalien compact - Sonstige (3) (35. KW-2013)*
8. *Personalien compact - Unternehmen (10) (35. KW-2013)*
9. *Personalien compact - Agenturen (5) (35. KW-2013)*
10. *KWP meldet eine neue Adresse und neue Kunden*
11. *Etats compact (20) (35. KW-2013)*
12. *wbpr_Kommunikation mit neuen Büros in Köln und Stuttgart*
13. *Branche compact (5) (35. KW-2013)*
14. *ZDF und Das Erste bauen Vorsprung auf die Privaten aus*
15. *Chefredakteure von Condé Nast basteln gemeinsam an Edelmagazin*
16. *Hoffmann und Campe Corporate Publishing kooperiert mit der ProSiebenSat.1 Media AG*
17. *Medien compact (1) (35. KW-2013)*
18. *Fallbeispiel: Didymos – Hidden Champion im sozialen Netz*
19. *Rechtliches 1x1: Die neuen Regeln und gesetzlichen Vorgaben für Gewinnspiele auf Facebook*
20. *Blogger Relations: Einmal retweeten, bitte!*
21. *Social Media compact (4) (35. KW-2013)*
22. *Reputation in vier Worten*
23. *Bayer genießt hohes Ansehen in den USA*
24. *McDonalds startet Nachhaltigkeits-App "McMission"*
25. *Schebens PRJ-Kolumne Salz: Müssen Politik-Talks so fundiert sein?*

26. *Gerücht: Kandidaten-Duell – bitte nie wieder!*
27. *Die Pressemitteilung ist kein Allheilmittel*
28. *Realitäts- und Glaubwürdigkeitsverlust als Ursachen für das Kommunikations-Desaster des Limburger Bischofs*
29. *Bildung compact (1) (35. KW-2013)*
30. *Fünf Mediengruppen dominieren die Meinungsbildung in Deutschland*
31. *Parallele Nutzung von TV und Internet hält sich in Grenzen*
32. *Termine compact (3) (35. KW-2013)*
33. *Deutsche Börse gibt Hilfestellung für die Nachhaltigkeitsberichterstattung*
34. *Tipps compact (1) (35. KW-2013)*
35. *PR-Journal: 30.761 Besucher im August 2013; seit Januar: 290.811 Visits und 353 Jobangebote*
36. *Jobbörse*
37. *Impressum*

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

Seite 1

Nach 41 Jahren verlässt Volker Nickel den ZAW – Aufgaben auf drei Personen verteilt



Für den Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) in Berlin ist es eine Zäsur: Nach 41 Jahren tritt Volker Nickel (70) (Foto) als Sprecher des ZAW, des Deutschen Werberats und Geschäftsführer des Vereins „Freiheit für die Werbung“ von seinen Ämtern zurück. Ende August verlässt er den ZAW, dem er in all den Jahren die Treue gehalten und sich immer wieder für ein positives Erscheinungsbild der deutschen Werbewirtschaft eingesetzt hat. Den Medien war er in all den Jahren ein fairer und kompetenter Ansprechpartner, im eigenen Hause war er hoch geachtet. Wie gut seine Arbeit war, ist daran zu erkennen, dass seine Aufgaben nun gleich auf drei

Personen verteilt werden.

Neuer Leiter des Bereichs Kommunikation ist Maik Luckow (46), der vom Deutschen Atomforum kommt - wo er für die Abteilung Presse und Politik verantwortlich war. Ihm zur Seite als stellvertretende ZAW-Sprecherin steht künftig Anne Grote, die bereits seit 2001 als Kommunikations-Referentin beim Zentralverband arbeitet. Darüber hinaus wird Julia Busse (42), die Geschäftsführerin des Deutschen Werberats, in Zukunft als Pressesprecherin des Gremiums zur Verfügung stehen.

Alles nur Gerede? Storytelling: Wie aus einem hippen Begriff echter Mehrwert wird



Content Marketing – definiert als die individuelle Ansprache von Kunden und Interessenten mit informierenden und unterhaltenden Inhalten – ist das Gebot der Stunde.

Und damit verbunden das Storytelling: Geschichten sollen also erzählt werden, dann klappt es auch mit dem Marketing state of the art. Wirklich etwas Neues? Fraglich, beginnt doch eigentlich schon jeder Geschäftstermin mit angeregtem Smalltalk, also mit nichts anderem als dem Austausch von kleinen unterhaltsamen Anekdoten. Das Gehirn liebt Geschichten – Kunden lieben Storys Unser Gehirn liebt Geschichten! Solche mit einer Herausforderung zu Beginn, einer Suche nach der besten Lösung, einer pointierten Wendung und einem guten Ende, zum Beispiel. Warum? Weil Geschichten anderer auch unseren eigenen Erlebnishorizont erweitern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lang wird Westeuropa-Chef von Grayling

Wolfgang Lang, CEO von Grayling Deutschland, wird zum 1. Oktober zum CEO West Europa ernannt.

AUSSCHNITT
MEDIENBEOBACHTUNG

DAS ENTSCHEIDENDE WISSEN

In dieser Funktion übernimmt Lang die Führung der neu geschaffenen Region inklusive Deutschland, Österreich, Schweiz, Belgien, Niederlande, Frankreich, Spanien und Schweden. Seine bisherigen Aufgaben als CEO Grayling Deutschland wird Lang auch weiterhin wahrnehmen. Darüber hinaus gibt es weitere personelle und strukturelle Veränderungen bei Grayling. Die neu geschaffene Region CEE/Russland wird durch den langjährigen Mitarbeiter der Agentur Jan Simunek geleitet, während Loretta Ahmed als CEO die Verantwortung für die Region Middle East, Türkei und Afrika (META) übernimmt. Lang, Simunek und Ahmed sind alle drei Mitglieder des International Executive Boards von Grayling.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Springer AG: Keese befördert, von Klaeden rückt auf

Christoph Keese (49) wird zum 1. September zusätzlich zu seinen bestehenden Aufgaben zum Executive Vice President der Axel Springer AG, Berlin berufen. In dieser Funktion wird er ressortübergreifende Themen und Projekte des Vorstands koordinieren. Die Bereiche Investor Relations und

Public Affairs berichten weiter an ihn. Keese gehört dem Unternehmen seit 2004 in verschiedenen Funktionen an, unter anderem als Chefredakteur der „Welt am Sonntag“ und von „Welt online“. Das vergangene halbe Jahr hat er – wie „Bild“-Chefredakteur Kai Dieckmann zuvor auch – als „Digital-Praktikant“ in Palo Alto, Kalifornien, verbracht. Dietrich von Klaeden (46) wird zum gleichen Zeitpunkt Leiter des Bereichs Public Affairs. Er ist heute Leiter Regierungsbeziehungen und übernimmt nun die Gesamtleitung. Er berichtet weiter an Keese. Der Name von Klaeden war erst vor einigen Monaten in den Schlagzeilen, damals wurde bekannt, dass von Klaedens Bruder Eckart vom Kanzleramt – dort ist er Staatsminister – zum Beginn des Jahres 2014 zu Daimler wechselt.

Gösmann wird dpa-Chefredakteur

Sven Gösmann, seit 2005 Chefredakteur der „Rheinischen Post“ in Düsseldorf, soll neuer Chef der Deutschen Presse-Agentur (dpa) werden. Das berichtet der Mediendienst „meedia.de“. Gösmann wird Nachfolger von Wolfgang Büchner, der als Chefredakteur zum „Spiegel“ gewechselt ist. Nachfolger Gösmanns als Chefredakteur bei der „Rheinischen Post“ wird zum 1. Januar 2014 Michael Bröcker, der derzeit noch die Berliner Parlamentsredaktion der Düsseldorf-Zeitung leitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Alexandra Neelsen wechselt von achtung! zu Havas PR

Alexandra Neelsen (42) wechselt als Director PR Germany zu Havas PR nach Düsseldorf. Sie wird dort ab sofort Deutschland-Chef Lars Cords darin unterstützen, das Wachstum im Leistungsbereich PR an den verschiedenen Standorten fortzuführen. Mit Wirkung vom 29. August kommt sie von der Hamburger Agentur achtung!, wo sie in den

KOMM-PASSION

vergangenen vier Jahren als Direktorin und Management-Supervisor gearbeitet hat. Zuvor hatte sie als Teamleiterin bei fischerAppelt Kommunikation gearbeitet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (3) (35. KW-2013)

1. **Raphael Doderer**, ehemals Pressesprecher des Klinikums Augsburg, ist seit dem 1. September neuer Leiter der Stabsstelle Marketing bei der Katholischen Jugendfürsorge der Diözese Augsburg e.V. In die neue Stabsstelle wird auch das bisherige Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit integriert. Doderer berichtet künftig direkt an den Vorstandsvorsitzenden Domkapitular **Armin Zürn**, auf den im Oktober Diplom-Ökonom **Markus Mayer** folgt. Neben Doderer ist der langjährige KJF-Pressereferent **Winfried Karg** auch weiterhin als Ansprechpartner für die Medien tätig.
2. **Katrin Eisenträger** (39) leitet seit dem 15. August die Öffentlichkeitsarbeit am Theater Osnabrück. Sie wurde Nachfolgerin von **Fenja Petersen**. Eisenträger kommt vom Theater Niedersachsen in Hildesheim, wo sie seit 2007 Pressereferentin und seit 2011 Pressesprecherin war. In Osnabrück berichtet sie an den Intendanten Ralf Waldschmidt.
3. **Marc Kessler** (34) wird als Nachfolger von **Neil De Luca** ab dem 1. September neuer Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim Bundesverband Breitbandkommunikation (Breko) in Bonn. Er ist dort auch für die Kommunikation mit den mehr als 160 Mitglieds-

unternehmen des Verbands verantwortlich. Vorgänger De Luca hat den Verband bereits Ende Juli verlassen. Kessler, der beim BREKO direkt an Geschäftsführer Stephan Albers berichtet, kommt von der Onlineverlag GmbH, wo er seit 2008 Redakteur und Chef vom Dienst für das Telekommunikationsmagazin „teltarif.de“ war.

Personalien compact - Unternehmen (10) (35. KW-2013)

1. **Tim Alexander** und **Liza Engel-Lambert** haben neue Aufgaben im Kommunikationsteam der Swisscom in Basel übernommen. Während Alexander seit dem 1. September den Bereich Marketingkommunikation verantwortet, leitet Engel-Lambert seit dem 15. August die Markenkommunikation. Alexander war zuvor auf Agenturseite bei Springer & Jacoby, Grey und Saatchi & Saatchi sowie auf Unternehmensseite für Smart und Telefónica Deutschland tätig. Engel-Lambert wurde Nachfolgerin von **Tom Hauk**, der das Unternehmen bereits verlassen hat. Sie ist seit 2004 bei der Swisscom und war zuletzt auf Konzernebene stellvertretende Leiterin Markenstrategie und Markenmanagement.
2. **Jörg Moberg** (51) wird ab dem 1. November Nachfolger von **Marion Dreßler** als Leiter Unternehmenskommunikation Continental-europa bei Fidelity Worldwide Investment in Frankfurt am Main. Moberg arbeitete bereits von 1998 bis 2007 für Fidelity europaweit in leitenden Funktionen der Unternehmenskommunikation. Zuletzt war er seit 2012 für Deutsche Bank PBC Banking Services als Head of Change and Communications tätig. Davor war er für ein Jahr Büroleiter der Agentur fischerAppelt in Frankfurt am Main. Bei Fidelity berichtet Moberg an **Peter Yandle** und **Jon Skillman**, Head of Global Communications und Managing Director Continental Europe.
3. **Britta Blumencron**, seit 2011 Head Corporate & Pharma Communications sowie seit 2012 Mitglied der Geschäftsführung bei Novartis in Wien, hat den Pharmakonzern verlassen. Blumencron hat sich im Bereich Gesundheitskommunikation selbstständig gemacht und unterrichtet das Thema ab Herbst im Rahmen eines Lehrauftrags an

>

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



- der Universität Wien. Ein Nachfolger bei Novartis ist noch nicht bekannt. Bevor Blumencron zu Novartis nach Wien kam, war sie von 2003 bis 2011 als Unternehmenssprecherin bei Merck Sharp & Dohme.
4. **Tatjana Braun** (34), zuletzt seit 2009 stellvertretende Leiterin der Onlineredaktion der „Hessisch Niedersächsischen Allgemeinen“, ist neue Pressesprecherin von Gascade Gas-transport, NEL Gastransport und OPAL Gas-transport mit Sitz in Kassel. Sie wurde Nachfolgerin von **Dagmar Krauß**, die zu Wintershall gewechselt ist. Braun berichtet in ihrem neuen Unternehmen direkt an die Geschäftsführung.
5. **Tina Seiler** (32) arbeitet seit Mitte August als Nachfolgerin von **Jessica Esser** als neue PR and Communication Managerin bei Mövenpick Hotels & Resorts in Glattbrugg in der Schweiz. In ihrer neuen Funktion berichtet Seiler an Vice President PR and Communication **Marion Schumacher** und unterstützt sie bei der Umsetzung der globalen Kommunikationsstrategien sowie in der Medienarbeit. Von 2007 an bis zu ihrem Wechsel zu Mövenpick arbeitete Seiler als PR-Consultant für die Agentur Weibel Communication.

6. **Stefanie Hornung** (42) wird ab dem 1. September neue Leiterin Marketing und Vertrieb sowie Pressesprecherin beim Souvenir- und Geschenkartikelhändler Medea in Berlin. Sie berichtet an Geschäftsführer **Thomas Steinicke**. Zuvor verantwortete Hornung die Marketing- und PR-Aktivitäten bei Lekker Energie.
7. **Oliver Berger** (39) ist seit dem 1. August als Chief Marketing Officer bei Ubermetrics Technologies in Berlin angestellt. In der neu geschaffenen Stelle ist er zudem mitverantwortlich für die Bereiche Kommunikation und Strategie. Berger berichtet an Chief Executive Officer **Patrick Bunk**. Zuletzt arbeitete er seit 2012 als Kreativ- und New Business Direktor bei Interactive Pioneers.
8. **Stephanie Kriesel** ist als Nachfolgerin von **Kirstin Steyer** neue Kommunikationleiterin bei der Gebäudeversicherung Bern (GVB). Gleichzeitig ist sie Pressesprecherin. Kriesel arbeitete zuvor als Senior-Beraterin bei der Agentur Branders in Zürich. Von 2007 bis 2011 war sie als Leiterin der Unternehmenskommunikation für den Ausbildungsverbund login tätig. Vorgängerin Steyer hat das die GVB bereits verlassen, um sich einer neuen beruflichen Herausforderung zu stellen.
9. **Simone Piattelli Palmarini** übernimmt bei Nissan zum 1. September für die Marke Infiniti die Aufgabe eines Public Relations Managers für Europa, den Nahen Osten und Afrika (EMEA). Der ehemalige Journalist wird seinen Sitz in Rolle in der Schweiz haben und an Fintan Knight berichten, Vice President von Infiniti EMEA. Während seiner beruflichen Laufbahn bekleidete Palmarini verschiedene Leitungspositionen in der Unternehmenskommunikation. Für die weltweite Kommunikation von Infiniti ist der ehemalige Opel-PR-Manager **Stefan Weinmann** verantwortlich. Er hat sein Büro in Hongkong, dem Hauptsitz von Infiniti.
10. **Barbara Braunöck** (42), in den vergangenen fünf Jahren Head of Investor Relations beim österreichischen Ziegelproduzenten Wienerberger AG in Wien, tauscht ihren Posten gegen den der Leiterin Corporate Communications ein. Zukünftig wird sie alle Kommunikationsthemen auf Konzernebene verantworten. Ihr Nachfolger als Verantwortlicher für den Bereich Investor Relations wird **Klaus Ofner** (30), der bereits seit 2011 bei Wienerberger tätig ist. Vorher arbeitete Of-



ner vier Jahre als Aktienanalyst für die Raiffeisen Centrobank, wo er sich auf die Bau- und Baustoffbranche spezialisiert hat. Braunöck, die seit sieben Jahren bei Wienerberger ist, war vorher neun Jahre bei Unternehmensberatungen beschäftigt.

Personalien compact - Agenturen (5) (35. KW-2013)

1. **Todd Lynch** bekleidet seit dem 2. September die neu geschaffene Position des Geschäftsführers der Worldcom Public Relations Group (Worldcom), einem Netzwerk inhabergeführter PR-Agenturen mit 128 Büros und über 1.900 Mitarbeitern in 102 Ländern auf sechs Kontinenten. Die neue Position des Geschäftsführers ist direkt dem Worldcom Group Board unterstellt und Lynch wird an dieses berichten. Lynch ist seit 13 Jahren Worldcom-Partner und kennt das Netzwerk sowie die Partner sehr gut. Er war früher Vice President, Client Relations beim Worldcom Partner St. John & Partners in Jacksonville, Florida, und war zum Zeitpunkt seiner Ernennung Region Board Chair für Amerika und Chair-Elect des Worldcom Group Boards.
2. **Rita Pawelski**, noch Bundestagsabgeordnete für die CDU, wird Ende September aus dem Bundestag ausscheiden und sich dann dem Team von g+ germany anschließen, der Berliner Niederlassung von g+ europe, einer Beratungsfirma für Public-Affairs und Kommunikation. Pawelski unterstützt das Unternehmen als Associate. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit soll in der politischen Beratung der Kunden auf Bundes- und Länderebene lie-

- gen. Das Team des 2011 gegründeten Berliner Büros wird von **Daniel Florian** geleitet.
3. **Sabine Krüger**, zuletzt sieben Jahre Etat-Director bei der Finanzkommunikationsagentur Brunswick, hat sich als PR-Beraterin in Frankfurt am Main selbständig gemacht. Aufgrund der langjährigen Erfahrung mit Kunden aus dem Finanzdienstleistungssektor legt sie den Fokus ihres eigenen Beratungsangebots nun auf Unternehmenskommunikation im Kapitalmarktumfeld. Krüger verfügt über mehr als 20-jährige Erfahrung in der Kommunikationsbranche. Vor ihrer Agenturzeit arbeitete sie als Journalistin für die „Business Week“ und die Nachrichtenagentur „Reuters“.
 4. **Kirsten Haase**, bisher Etatdirektorin bei Orca Campaign, ist bei der Hamburger Agentur in die Geschäftsleitung aufgestiegen. Haase, die schon seit dem Jahr 2002 mit dem Orca-Gründer **Klaus Utermöhle** zusammenarbeitet, bekleidet damit neben Utermöhle und Kreativgeschäftsführer **Jan Ritter** den dritten Geschäftsführerposten. Ihr Schwerpunkt liegt auf Beratung und Strategie. Vor einem Jahr wurde Orca Campaign als Agentur für Marken und Kampagnen in der Orca-Familie gegründet.
 5. **Bea Hubschmid** und **Andy Maschek** sind neue Mitarbeiter der Züricher Kommunikationsagentur Viva AG. Hubschmid, die zuletzt als Leiterin Markenführung bei Pro Juventute Schweiz tätig war, wird Senior-Beraterin. Maschek stößt als neuer Leiter Publishing zum Redaktionsteam der Agentur. Er arbeitete zuvor als Sportjournalist bei Zeitungen und einer Agentur.



penbrock, Alois Wollnik, Walter Scheuer und Leon Syré umgestaltet und renoviert. Die Agentur verspricht sich vom neuen Standort ein Umfeld, das Wachstum befördert. So vermeldet die Agentur passend zum Umzug auch verschiedene neue Kunden: Fresenius Kabi, Vogel Verlag, Schott, Finance Risk, Ordat und Europa Park. Für Fresenius Kabi AG und den Bereich parenterale Ernährung entwickelt KWP eine globale Außendienst-App sowie eine Hybrid App und eine Browseranwendung zur gesundheitsökonomischen Berechnung. Für den Vogel Verlag entsteht ein neues Webportal für Mediadata und Anzeigenformate mit begleitender Vertriebsapplikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Etats compact (20) (35. KW-2013)

1. a) Hotelgruppe Dolomiti Class und Online-Portal "dolomiti.it", Belluno (Italien)
was: Tourismus-PR für die Region DACH
b) Dachorganisation Bauernhof- und Landurlaub Bayern e.V.,
was: Pressearbeit in der Region DACH, München
an: **NEO-Comm GmbH**, Aschaffenburg
2. Champagner-Haus Laurent-Perrier, Tours-sur-Marne (Frankreich)
was: Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland, Eventbetreuung
an: **KPRN-Gourmet Network GmbH**, Frankfurt am Main

Etats

KWP meldet eine neue Adresse und neue Kunden

KWP, Agentur für Interconnected Communications, hat neue Büroräume im Süden Frankfurts am Main bezogen. Seit Mai diesen Jahres wurden die neuen Räume in Neu-Isenburg nach den Vorstellungen der vier Gesellschafter Kai Kip-

3. a) Start-up Netzwerk für gesellschaftliches Engagement "Gooding.de", Frankfurt am Main
was: Positionierung, Begleitung beim Markteintritt, Medienarbeit
b) Beratungsunternehmen avantum consult AG, Düsseldorf
was: Internes Themenmanagement und Medienarbeit für die Fach- und Wirtschaftspresse
an: **Sturat Kommunikation**, Köln
4. Hamburger Sparkasse AG
Was: Online- und Printausgabe der Kundenzeitschrift „Haspa-Magazin“
An: **Corporate Publishing-Agentur Companions**, Hamburg
5. Getränkegroßhändler und Spirituosenhersteller Waldemar Behn GmbH, Eckernförde
was: Crossmediale Kampagne mit Printwerbung und Social Media-Kommunikation in der Schweiz für den Feigenlikör "Kleiner Feigling"
an: **Kommunikationsagentur Karl F. Schneider AG**, Zürich
6. Privater Tourismusverband Marketing Greece S.A., Athen
was: Tourismus-PR für die Region DACH
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
7. Brautmodenhersteller Lohrengel GmbH & Co. KG, Fuldabrück
was: Relaunch der Marke „Lohrengel“
an: **markenglühen - Agentur für Kommunikation**, Kassel
8. Markenplattform für den Parfümmarkt "will be a brand", Berlin
was: PR, Pressearbeit, Online- und Social Media-Kommunikation
an: **redroses communications**, Hamburg
9. Modelabel Didriksons 1913, Grundsund (Schweden)
was: Marken- und Produkt-PR in Deutschland
an: **Hoepfner Sport- und Markenkommunikation GmbH**, Hamburg
10. Bauunternehmen MEA AG, Aichach
was: Leadagentur für Unternehmens- und Produktkommunikation
an: **Prometheus Bau-Marketing.community**, Pforzheim
11. Schober Holding International GmbH, Ditzingen bei Stuttgart
was: Presse- und Medienarbeit sowie Kommunikationsarbeit für Tochterunternehmen

A&B One

- SIG (Schober Information Group) Deutschland und Schweiz, sowie für infas geodaten und SuperComm
an: **Element C GmbH, Agentur für PR+Design**, München
12. Industrieunternehmen GF AgieCharmilles, Genf
was: Marken- und Kommunikationsstrategie
an: **MetaDesign SA**, Genf
 13. Kabel Deutschland, Unterföhring
was: Crossmediales Kundenmagazin "Einfach Kabel"
an: **grasundsterne Werbeagentur und Corporate Publishing GmbH**, München
 14. Volkswagen Bank Direct, Braunschweig
was: Kommunikationsetat für innovative Bezahlmethoden
an: **Blumerry GmbH Agentur für Kommunikation**, Berlin
 15. Türkische Hotelgruppe Marti Hotels & Marinas, Istanbul
was: Tourismus-PR für die Region DACH
an: **LMG Management GmbH**, München
 16. Kreuzfahrtportal Dreamlines, Hamburg
was: PR- und Pressearbeit zur Steigerung der Markenbekanntheit
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
 17. Anbieter von IT-Infrastrukturlösungen Finanz Informatik Technologie Service (FI-TS), Haar bei München
was: Social Media- und PR-Kampagne zum neuen Mobile Device Secure Management (MDSM)-Angebot
an: **Maisberger – Gesellschaft für strategische Unternehmenskommunikation mbH**, München
 18. Modeplattform styleteil, Hamburg
was: PR und Social Media-Kommunikation zur

Steigerung der Bekanntheit

an: **Görs Communications**, Hamburg

19. Lösungsanbieter für IT-Sicherheit Brainloop AG, München

was: Strategische Öffentlichkeitsarbeit

an: **vibrio. Kommunikationsmanagement Dr. Kausch GmbH**, Unterschleißheim

20. AachenMünchener Versicherung, Aachen

was: Relaunch Internetauftritt

an: **Havas Worldwide**, Düsseldorf

Branche

wbpr_Kommunikation mit neuen Büros in Köln und Stuttgart

Die Agentur wbpr_Kommunikation mit Stammsitz in München expandiert und eröffnet zum 1. September in Köln und Stuttgart weitere Büros. Standortleiterin in Köln wird Rahel Huhn. Sie war in der Zeit zwischen 2005 bis 2009 bereits als Senior-Beraterin bei wbpr in München tätig und verfügt als ehemalige Kommunikationsleiterin einer führenden Klinikette über Expertise im Gesundheitssektor, in dem wbpr in Nordrhein-Westfalen verstärkt akquiriert. Geschäftsführer Andreas Bachmeier: „Wir betreuen in NRW bereits mehrere große Mandate und verfolgen das Ziel, unsere Präsenz dort künftig ausbauen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (5) (35. KW-2013)

1. Unter dem Motto „**Magazine zum selber machen**“ ist das Unternehmen **CP-Gate** gegründet worden. Das Düsseldorfer Unternehmen bietet ein innovatives **Online-Baukastensystem für Corporate Publishing**. Das Angebot richtet sich vor allem an kleinere und mittlere Unternehmen, Selbstständige oder Vereine, die mit dem neuen, innovativen Online-Baukasten ihr eigenes Magazin, ihren Newsletter oder ihre Flyer produzieren können. Einer der Gesellschaf-



- ter von CP-Gate ist corps. Corporate Services, Düsseldorf. Weitere Informationen auf der [Unternehmenswebsite](#) von CP-Gate.
2. Mehr Geld als die Liberalen gibt keine Bundestagsfraktion für Öffentlichkeitsarbeit aus: Laut einem Bericht der „Bild“-Zeitung hat die **FDP-Bundestagsfraktion 2012** mehr Geld für Werbung ausgegeben als die anderen Fraktionen. Die Aufwendungen der **Liberalen für Öffentlichkeitsarbeit betragen 5,1 Millionen Euro**. Das entspricht einem Drittel der Gesamtausgaben der FDP-Fraktion und übersteigt sogar die Werbeausgaben aller anderen Fraktionen zusammen. Laut dem Blatt hat die CDU/CSU-Bundestagsfraktion im vergangenen Jahr demnach rund eine Million Euro für Öffentlichkeitsarbeit bezahlt. SPD und Grüne haben jeweils 1,2 Millionen Euro ausgegeben. Die Linke-Fraktion hat 1,6 Millionen Euro für Öffentlichkeitsarbeit verbucht.
3. Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** in Düsseldorf **erweitert** seine **Geschäftsführung**. Seit dem 1. September 2013 soll **Harald Kratel** gemeinsam mit Tanja Feller das Wachstum des Verbandes vorantreiben. Feller und Kratel werden gleichberechtigt, aber mit unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten und Aufgaben die Geschäftsführung des Verbandes ausüben: Feller wird weiterhin vor allem das operative Geschäft des BVDW verantworten, Kratel das Business Development, insbesondere den Ausbau der

- Mitgliederbasis und des Dienstleistungsportfolios.
4. Die **Mannheimer Agentur Signum communication** arbeitet ab sofort mit der **HR Unternehmensberatung und Kommunikationsagentur Schelenz**, Großkarlbach, zusammen. Bernhard Schelenz, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Schelenz, ist Experte im Personalgeschäft und seit über 20 Jahren in der Kommunikationsbranche tätig. Signum und Schelenz wollen jetzt gemeinsam die HR-Kommunikation, Interne Kommunikation und Employer Branding weiter ausbauen.
 5. Die beiden deutschen Corporate Publishing Agenturen **KircherBurkhardt**, Berlin, und **PRH Hamburg** freuen sich über Auszeichnungen bei den **Content Marketing Awards 2013** (CMA) in Phoenix. Der Jury lagen mehr als 800 Einreichungen aus aller Welt zur Prüfung vor. KircherBurkhardt gewann einen „All Star Winner“-Gold für „Das Auto. Magazin“ (crossmedia), dem Kundenmagazin der Volkswagen AG, sowie für das „Christophorus Magazin“, dem Kundenmagazin der Porsche AG. Die Agentur PRH Hamburg erhielt Bronze für das Content-Angebot „Planet Trends“ von Lufthansa Cargo in der Rubrik „strategy“.



noch weiter vergrößert. Für RTL bedeuten die 10,4 Prozent im August den zweitschwächsten Wert beim Monatsanteil innerhalb der vergangenen 20 Jahre. Die TV-Marktanteile für August 2013 beim Gesamtpublikum - ab drei Jahren. 1. ZDF (12,5 %) 2. Das Erste (12,0), 3. RTL (10,4) 4. Sat.1 (8,3), 5. ProSieben (5,5). (Quelle: „medial.de“)

Chefredakteure von Condé Nast basteln gemeinsam an Edelmagazin

Ist das die Zukunft des Hochglanzjournalismus? Der Münchner Verlag Condé Nast Deutschland entwickelt derzeit eine Art Edelbeilage, die als Magazin unter der gemeinschaftlichen Leitung der Chefredakteure von „Vogue“, „Glamour“, „myself“, „GQ“ und „AD“ am 13. November erscheinen soll. Dabei wird nicht gekleckert, sondern geklotzt: Das neue Heft umfasst 200 Seiten und soll mit einer Auflage von 800.000 Exemplaren auf den Markt kommen. Schon der Arbeitstitel „Shokurin“ ist extravagant gewählt und der damit zum Ausdruck gebrachte Anspruch beinahe unerfüllbar. In der Pressemitteilung heißt es dazu: „Als ‚Shokunin‘ werden im Japanischen die ‚Meister einer Handwerkskunst‘ bezeichnet. Zum Selbstverständnis eines ‚Shokunin‘ gehört es, in seiner kreativen Arbeit nach Perfektion zu streben und mit großer Sorgfalt etwas Neues zu schaffen, das einen Wert für die Gesellschaft hat.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien

ZDF und Das Erste bauen Vorsprung auf die Privaten aus

An der Rangfolge hat sich im August nichts geändert: Erneut liegt das ZDF in der Gunst des TV-Gesamtpublikums vor der ARD, RTL, Sat.1 und ProSieben. Während die beiden öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten an der Spitze ihren Vormonatwert jeweils um 0,3 Prozentpunkte auf 12,5 (ZDF) und 12,0 (Das Erste) steigern konnten, verlor RTL 0,5 Prozent und liegt somit jetzt bei 10,4 Prozent. Sat.1 legte um 0,2 auf 8,3 Prozent zu, ProSieben büßte 0,4 Prozent ein und kam auf 5,5 Prozent Marktanteil. So hat sich der Abstand der Privaten auf ZDF und Das Erste

Hoffmann und Campe Corporate Publishing kooperiert mit der ProSiebenSat.1 Media AG

Hoffmann und Campe Corporate Publishing, Hamburg, und die ProSiebenSat.1 Media AG, München, gehen künftig gemeinsam auf Neukunden zu. Der Zusammenschluss aus Verlags- und Medienhaus vereint Corporate Publishing-Expertise mit langjähriger Erfahrung aus Film und Fernsehen und führt zwei Unternehmen zusammen, die aktuell ihr klassisches Geschäftsmodell in die digitale Welt überführen. Die Kooperation soll beiden Parteien eine Vielzahl neuer, komplementärer Möglichkeiten eröffnen. So profitiert Hoffmann und Campe Corporate Publishing von den Kernkompetenzen von ProSiebenSat.1 - Kenntnisse in den Bereichen TV, Bewegtbild, New Media sowie Produktions- und Studiologistik werden weiter ausgebaut und optimiert. ProSiebenSat.1 hingegen schärft sein Profil im Bereich Corporate Publishing – dabei steht neben der Ausweitung des Print-Bereichs besonders das digitale Storytelling in Form von Apps, Online-Magazinen sowie anderen Multi-Channel-Management-Angeboten im Fokus.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (35. KW-2013)

1. Die **Zeitungen** erreichen mit ihren **mobilen Angeboten** in Deutschland **sieben Millionen Nutzer** pro Monat. Das entspricht **27,1 Prozent der User des mobilen Internets**. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderauswertung der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main, auf Basis der aktuellen AGOF mobile facts 2013-I. Während die Online-Zeitung klar von den jungen Lesern präferiert wird, lassen sich bei der mobilen Zeitungsnutzung kaum Unterschiede zwischen den Altersgruppen nachweisen. Lediglich die 30 bis 49-Jährigen sind mit 28,3 Prozent Reichweite in der Zielgruppe etwas stärker vertreten. Entscheidend für die



Wahl des Zeitungskanals ist meist die Nutzungssituation, nicht das Alter des Lesers.

Social Media

Fallbeispiel: Didymos – Hidden Champion im sozialen Netz



Autoren: Gregor Regensberger (li.) und Uwe Baltner.

Nach den kurzen Jahren der Euphorie ist mittlerweile bei

vielen Unternehmen Ernüchterung eingetreten: Soziale Netzwerke sind kein Selbstläufer, ihre Bepfehlung ist zeitaufwendig und der Nutzen ausgedrückt in Konversion viel zu oft fragwürdig. Ein positives Gegenbeispiel ist Didymos, ein Hersteller von Babytragetüchern, der seit 40 Jahren auf dem Markt ist. Firmengründerin Erika Hoffmann importierte erst ein Tuch aus Mexiko und machte dann das Tragen in Europa bekannt. Heute bringt das in Ludwigsburg ansässige Unternehmen Woche für Woche neue Modelle auf den Markt. Alle aus zertifizierter Öko-Baumwolle, manche verfeinert mit Hanf, Seide oder Alpaka. Mutter Erika Hoffmann kümmert sich um die Dessins, Tochter Tina Hoffmann ums Geschäft. Und das läuft. Neue Tücher verkaufen sich häufig in wenigen Minuten – immer mehr auch über Facebook.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Rechtliches 1×1: Die neuen Regeln und gesetzlichen Vorgaben für Gewinnspiele auf Facebook

Facebook hat die Richtlinien für Promotions, also Gewinnspiele und Wettbewerbe aller Art radikal geändert. Die wichtigste Änderung besteht darin, dass Gewinnspiele nicht mehr zwingend in Gewinnspiel-Applikationen stattfinden müssen. Als Jurist sieht Thomas Schwenke dabei jedoch eine Gefahr wegen rechtswidriger Gewinnspiele von Mitbewerbern abgemahnt zu werden. Denn anders als in Gewinnspiel-Applikationen sind die gesetzlichen Vorgaben bei Gewinnspielen in Postings schwieriger einzuhalten. Dabei muss auch bedacht werden, dass ein Verstoß gegen gesetzliche Vorgaben zugleich auch ein Verstoß gegen die Facebook-Regeln ist. In diesem Artikel auf allfacebook.de erläutert er, welche Facebook- sowie Gesetzesvorgaben Sie beachten müssen und wie Sie sie umsetzen können.

Blogger Relations: Einmal retweeten, bitte!

Als Reise- und Foodbloggerin bei Travel on Toast wird Anja Beckmann oft zu Bloggertrips oder individuellen Recherchereisen eingeladen. Sie hat bereits mit zahlreichen Destinationen, Airlines oder Hotels gearbeitet. Über ihre Reisen berichtet sie in ihrem Blog, aber auch über ihre Social Media-Kanäle. Sie sagt: "Ich freue mich, wenn meine Kooperationspartner meine Posts retweeten, sharen oder meine Blogbeiträge über Website oder Newsletter teilen." In einem [Artikel auf dem Red Mod Blog](#) stellt sie Best Practice-Beispiele für die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern vor.

Social Media compact (4) (35. KW-2013)

1. BVDW-Studie: **Mobile Websites fallen bei jedem zweiten Smartphone-Nutzer durch.** Zum Beitrag auf der [Website](#)
2. **Neues Buch "Wir machen dieses Social Media - Erfahrungsberichte und Tipps und Tricks von Profis".** Zur [Verlagswebsite](#)
3. **Facebook: Neue Funktion "Shared Album"** - ausgewählte Freunde können Bilder zu Alben hinzufügen. Zum Artikel auf der [Website von Thomas Hutter](#)
4. Luftsprung-Fotos mit seinen Freunden zu teilen, ist beliebt bei den Nutzern von sozialen Netzwerken und Foto-Sharing-Apps. Deshalb ruft die internationale Sprachschule Kaplan International Colleges nun zu der **Instagram-Aktion #jumptokaplan** auf. Zum Artikel in der [W&V](#)

Reputation Management

Reputation in vier Worten

(cw) Reputation in vier Worten, die um die Welt gehen, die Menschen bewegen, aufrütteln, solidarisieren, mitten ins Herz treffen. "Ich bin ein Berliner" oder "I have a dream" - vier starke Worte von zwei Staatsmännern, die Hoffnung weckten und Massen begeisterten. Es sind aber mehr als die vier Worte, die diese Männer berühmt gemacht haben.

Ralph Waldo Emerson: "Ich brauche nur das zu tun, was ich will, und nicht, was die anderen von mir erwarten. In der Gemeinschaft ist es leicht, nach fremden Vorstellungen zu leben. In der Einsamkeit ist es leicht, nach eigenen Vorstellungen zu leben - aber bewundernswert ist nur der, der sich in der Gemeinschaft die Unabhängigkeit bewahrt."

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bayer genießt hohes Ansehen in den USA

Bayer gehört zu den Top Ten der am meisten geschätzten Marken in den USA. Das bestätigt das jüngste „BrandPower Ranking“, in dem Bayer Platz fünf hinter PepsiCo, Coca-Cola, Hershey's und Harley-Davidson belegt. In der Pharma- und Chemiebranche steht Bayer an der Spitze. Seit über 20 Jahren untersucht das Unternehmen CoreBrand mit Sitz in New York die Markenbekanntheit von rund 1.000 Unternehmen weltweit in 54 Branchen. Dazu werden jedes Jahr rund 10.000 Telefoninterviews mit Führungskräften amerikanischer Unternehmen geführt. Wichtige Kriterien sind Bekanntheit und Beliebtheit sowie der allgemeine Ruf und die Investitionskraft eines Unternehmens.

CSR Unternehmensverantwortung

McDonalds startet Nachhaltigkeits-App "McMission"

Ein komplexes Thema virtuell erlebbar machen: Mit der neuen Augmented-Reality-App „McMission“ setzt McDonald's Deutschland auf einen spielerischen Ansatz, um seinen Gästen das Nachhaltigkeitsengagement des Unternehmens näherzubringen.

Die App steht ab sofort – parallel zur Publikation des dritten Corporate Responsibility Reports – bei Google Play und im App Store zum Download bereit. In vier Spielen entdecken die Gäste darin exemplarisch, wie sich McDonald's und seine Franchise-Nehmer für Umwelt und Gesellschaft engagieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kommentare

Schebens PRJ-Kolumne Salz: Müssen Politik-Talks so fundiert sein?



Die persönliche Wahlentscheidung kann nun fallen, alles Wichtige wurde auf vier TV-Kanälen zeitgleich und weitgehend faktenfrei geklärt. Jeder am sogenannten „Duell“ interessierte Fernsehzuschauer konnte aber live und in Farbe feststellen, wer von den beiden Kanzlerkandidaten

- seine Mundwinkel am besten beherrscht,
- sich am wirkungsvollsten gegen plappernde Fragesteller durchsetzt,
- die gepflegteste Haut und das schickste Outfit hat,
- fast ohne jedes „Äh“ auskommt und verständliche Sätze spricht,
- am verbindlichsten wirkt und dabei doch durchsetzungsstark,
- besonders souverän stets die richtige Kamera erwischt,
- den stabilsten Stand hinterm Pult hat und
- wer dergleichen wahlentscheidenden Kriterien mehr am besten erfüllte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gerücht: Kandidaten-Duell – bitte nie wieder!



(nsb) Was hat das große TV-Duell zwischen Kanzlerin und Herausforderer gebracht? Den Satz: „Eine Autobahnmaut im Inland wird es mit mir als Kanzlerin nicht geben“, sagte Angela Merkel. Das wird Herrn Seehofer nicht gefallen; und das ist auch schon alles. Dafür 90 Minuten, vier Moderatoren, zwei Kontra-

henten und auf allen Seiten tagelange, intensive Vorbereitung? Dafür vorneweg und hintendran ausführliche Talkshows, Meinungsforschung und intensive Analysen? Haben Umfragewerte mit drei Prozent Fehlertoleranz irgendeinen Wert? Waren die drei Sätze von Alice Schwarzer in irgendeiner Weise erhellend? Hätte der ewige Besserwisser Hans-Ulrich Jörges nicht besser seinen Lieblingswhisky in seiner Lieblingsbar schlürfen sollen?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Die Pressemitteilung ist kein Allheilmittel

Seit Anfang August wird in den USA heiß diskutiert. Und auch die hiesige PR-Branche redet wieder mehr über die Pressemitteilung; ein vermeintlich nicht mehr ganz so hipbes PR-Tool. Der Grund: Änderungen in den Regeln fürs Google-Ranking und ein Kommentar auf der US-Seite von ZDnet, der vor kurzem mal eben schnell [den Tod aller PR-Agenturen verkündete](#). Warum? Weil Google entschiedener gegen massenhaft verbreiteten, optimierten Text und entsprechende Links vorgehen wird – und das im schlimmsten Fall mit einem Rauswurf aus dem Google-Index endet. Reaktionen innerhalb der englischsprachigen Szene waren zahlreich, [etwa hier](#) und [hier](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Realitäts- und Glaubwürdigkeitsverlust als Ursachen für das Kommunikations-Desaster des Limburger Bischofs

Es ist Lehrstück für Realitätsverlust und daraus entstehenden Kommunikationsproblemen: Der Limburger Bischof Franz-Peter Tebartz-van Elst hat in den vergangenen Wochen und Monaten sein zumindest in Kirchenkreisen einst gutes Ansehen vollständig verspielt. Die Ursache: nach und nach verlaubliche Halbwahrheiten zu Themen, die einem Mann des Glaubens nicht gut zu Gesicht stehen. Es geht um einen Streit mit dem „Spiegel“ um einen Erste-Klasse-Flug nach Indien und um den millio-nenschweren Neubau seiner Residenz in Limburg. Nach langem Schweigen begehren nun das Kirchenvolk und – in bisher nie dagewesener Offenheit – auch der Klerus gegen ihren Oberhirten auf. Für die „W&V“ hat der Kommunikationsberater Hasso Mansfeld die Situation analysiert und fünf Thesen zum Ausweg aus der bischöflichen Wagenburg skizziert. Lesen Sie selbst in der „W&V“.

Bildung

Bildung compact (1) (35. KW-2013)

1. Die **AFK Akademie Führung und Kommunikation** in Oberursel lädt im Herbst zu **zwei Seminaren** für kreative Schreiber und PR-Assistentinnen ein. Am 7. Oktober findet das **Training Kreativ Schreiben (S2)** statt. Hier erlernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wie sie plakative Überschriften, fesselnde Textestiege und spannende Teasertexte produzieren, die im Internet auf „mehr“ klicken lassen. Vom 14. bis zum 18. Oktober lernen dann Assistentinnen, Assistenten und Sekretärinnen in einem Intensivtraining, wie sie ihre Chefs im Bereich PR engagiert unterstützen können. Das **BA1 - PR für Assistenz und**

Sekretariat, 1. Teil, vermittelt fachliches PR-Hintergrundwissen. Trainingsinhalte sind u.a.: Kommunikationsbegriffe, Umgang mit Journalisten, Grundlagen zum Umgang mit Text, sowie PR-Maßnahmen, Maßnahmenplanung und was dahinter steckt. Weiterführende Informationen und Anmeldemöglichkeit direkt auf der [AFK-Website](#).

Studien

Fünf Mediengruppen dominieren die Meinungsbildung in Deutschland

ARD, Bertelsmann, Axel Springer, ProSiebenSat.1 sowie das ZDF verfügen über rund 60 Prozent der Meinungsmacht in Deutschland und prägen die Meinungsbildung durch Medien. Dies geht aus dem MedienVielfaltsMonitor für das 1. Halbjahr 2013 hervor, den die Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM), München, entwickelt hat. Die größte Meinungsmacht hat demnach die ARD, deren Angebote die Grundlage für insgesamt 22,6 Prozent der Meinungsbildung in Deutschland sind. Es folgen Bertelsmann mit 13,3 Prozent, Axel Springer mit 9,0 Prozent, ProSiebenSat.1 mit 7,8 Prozent sowie das ZDF mit 7,2 Prozent Anteil an der Meinungsbildung in Deutschland. Auf die Angebote der Öffentlich-Rechtlichen entfallen damit zusammen ein Anteil von rund 30 Prozent am Meinungsmarkt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Parallele Nutzung von TV und Internet hält sich in Grenzen

Die private Internetnutzung ist in den letzten Jahren von rund 50 Minuten pro Tag (2008) auf aktuell 80 Minuten deutlich gestiegen. Dennoch hat die zunehmende Internetnutzung auf die Fernsehnutzung keinen Einfluss: Die Fernseh-Sehdauer ist mit um die 160 Minuten pro Tag seit

längerem in allen Altersgruppen konstant hoch. Laut einer aktuellen Studie, dem TNS Convergence Monitor – durchgeführt von der TNS Convergence Group, München, – entwickelt sich damit die parallele Nutzung von TV und Internet weniger dynamisch als angenommen. Gefragt nach der Dauer der Parallelnutzung von TV und Internet geben die Befragten an, lediglich zwölf Minuten der TV-Nutzungszeit zeitgleich im Internet zu surfen. Das heißt, dass über 90 Prozent der TV-Nutzungszeit ohne Internetnutzung stattfindet.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Termine compact (3) (35. KW-2013)

1. Wie verändert sich die **Interne Kommunikation (IK)** – und was bedeutet das für das **Berufsbild des internen Kommunikationsmanagers**? Dieser Frage geht die School for Communication and Management (scm) gemeinsam mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), beide Berlin, bereits zum dritten Mal nach. Besonderer Fokus der Umfrage liegt auf den organisatorischen Rahmenbedingungen der IK, dem Arbeitsfeld und den Instrumenten sowie dem Profil der internen Kommunikationsmanager. Der aktuelle Stellenwert von Social Media für die IK soll ebenfalls untersucht werden. Der [Fragebogen](#) ist bis zum **30. September** freigeschaltet. Interessante Auszüge aus den Ergebnissen werden auf www.interne-kommunikation.net veröffentlicht.
2. New Storytelling auf der Reeperbahn: Am 13. September startet das „scoopcamp 2013“, die Innovationskonferenz für Onlinemedien. Internationale Experten präsentieren in Hamburg ihre Ansätze für journalistischen Erfolg in der digitalen Welt. Dazu gehören neben dem Briten Tomas Rawlings (Auroch Digital) auch die drei US-Amerikaner Charles Lewis („Offshore-Leaks“), Michael Maness (Knight Foundation) und Nicholas White von der Onlinezeitung „The Daily Dot“. Veranstalter des scoopcamp sind die Initiative [Hamburg@work](#) und die

Nachrichtenagentur dpa. Der Ticketverkauf läuft bereits. Weitere Informationen sowie die Anmeldemöglichkeit auf der [scoopcamp-Website](#).

3. Die am **23. und 24. Oktober in München** stattfindende **Marktforschungsmesse Research & Results** hat ihr **Workshop-Programm** veröffentlicht. In 91 Workshops referieren hochkarätige Experten zu den Top-Themen und Trends der Branche. In der Ausstellung präsentieren über 140 Unternehmen aus 14 Ländern ihre Produkte und Services. Fachbesucher können sich ab sofort anmelden und haben nach Online-Registrierung kostenfreien Eintritt. Das ausführliche Workshop-Programm findet sich auf der [Messe-Website](#).

Kompass“ vor. In der Veröffentlichung beleuchten insgesamt 20 Fachautoren auf rund 90 Seiten das Thema Realtime Advertising (RTA) aus den verschiedensten Blickwinkeln und verschaffen dem Leser einen umfangreichen Überblick über den aktuellen Stand sowie weitere Entwicklungen. Die BVDW-Fachpublikation richtet sich gleichermaßen an Werbungtreibende, Agenturen und Vermarkter und kann ab sofort über die [BVDW-Website](#) als Druckversion angefordert oder als PDF-Version heruntergeladen werden.

Tipps

Deutsche Börse gibt Hilfestellung für die Nachhaltigkeitsberichterstattung

Die Deutsche Börse hat heute in Frankfurt am Main einen Best Practice Guide mit Empfehlungen für eine ganzheitliche Kapitalmarktkommunikation im Bereich Nachhaltigkeit vorgestellt. Nichtfinanzielle Aspekte, das heißt ökologische und soziale Informationen sowie Aspekte der Unternehmensführung, machen einen beträchtlichen Teil des Unternehmenswertes aus. Der Best Practice Guide dient Emittenten als Orientierungshilfe in der Nachhaltigkeitsberichterstattung und ist ein freiwilliger Leitfaden. Er möchte Unternehmen ermutigen, Nachhaltigkeitsthemen in der Kapitalmarktkommunikation zu nutzen und zielgerichtet einzubinden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (35. KW-2013)

1. Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)** e.V., Düsseldorf, stellt die erste Ausgabe seines „**Realtime Advertising**

Internes - aus der Redaktion

PR-Journal: 30.761 Besucher im August 2013; seit Januar: 290.811 Visits und 353 Jobangebote

Die **IVW** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Berlin bilanzierte für das "PR-Journal" im August 2013 insgesamt 30.761 Besucher. Knapp 55 Prozent der Besucher starten ihre PR-Journal-Durchsicht auf den Seiten der PRJ-Jobbörse. IVW errechnete insgesamt einen **Tagesdurchschnitt von 992 Visits**. Jeder Besucher schaute sich 2,4 Seiten an - daraus errechnen sich 73.272 PageImpressions für das PR-Medium Nr. 1 im Internet.

Ergänzend wurde durch **GoogleAnalytics** im August eine Besuchszeit je Visit von 12:19 Minuten festgestellt. 58,7 Prozent waren neue Besucher – 49,9 Prozent kamen über Suchmaschinen auf die Homepage, 26,7 Prozent waren direkte Zugriffe und 12,2 Prozent erreichten das "PR-Journal" über Verweise in anderen Internetseiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 6 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (47)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

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

Agenturen

- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Berater\(in\) Beauty, Düsseldorf](#)
- [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](#)

Unternehmen

- [Mitarbeiter \(m/w\) Vertrieb, Stuttgart und Berlin](#)
- [Communication Administrative Assistant \(Part Time\), Berlin](#)
- [Marketingassistent \(m/w\), Berlin](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Pressereferentin/Pressereferent für Wirtschaftsverband, Berlin](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 2. September 2013 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.305 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, Stellvertreter 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 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 (fuers-
tenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommuni-
kation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** N.N..

Rezensionen: Thomas Mavridis, Unteruhldin-
gen/Bamberg (mavridis[at]pr-kanzlei.de); Ulrike

Mellenthin, Mönchengladbach (ulri-
ke.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 Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757**

PageImpressions. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.198 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,7 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:38 Minuten Besuchszeit ermittelt - sowie 49,2% neue Besucher.

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

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

Und schauen Sie doch auch mal auf unsere anderen Internetangebote:

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