

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 394 / 36. KW 2013

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 394. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 53 Einzelmeldungen):

1. [Neue Kampagne: Windenergie-Branche verschafft der Bundesregierung Rückenwind](#)
2. [Smarter fernsehen mit fischerAppelt](#)
3. [Kein Gerücht: Schillinger kandidiert als neuer BdP-Präsident, Nies will bei DPRG weitermachen](#)
4. [Struchholz leitet Unternehmenskommunikation bei Rhön-Kliniken](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(6\) \(36. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Unternehmen \(8\) \(36. KW-2013\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(8\) \(36. KW-2013\)](#)
8. [Etats compact \(11\) \(36. KW-2013\)](#)
9. [Bitte melden: Für Neubewertung im PR-WebsiteCheck des PR-Journals](#)
10. [Branchen-Gerüchte: Kretschmer raus aus GPRA - Zehrt weg bei ddp direct](#)
11. [achtung! bietet Mitarbeitern private Zusatz-Krankenversicherung](#)
12. [Branche compact \(7\) \(36. KW-2013\)](#)
13. [Aufsichtsratsvorsitzender des Deutschen Fachverlags wird 80](#)
14. [Materndienste: PR-Dinos mit langer Lebensdauer](#)
15. [Medien compact \(3\) \(36. KW-2013\)](#)
16. [Ovomaltine bedankt sich bei Bloggern für ihre Ausdauer](#)
17. [Social ROI Studie: Rechtfertigungsdruck von Social Media wächst in Unternehmen](#)
18. [Mobile Endgeräte sind der Treiber für steigenden Internetkonsum](#)
19. [Social Media compact \(2\) \(36. KW-2013\)](#)
20. [Ein öffentliches Konzept? Wir machen's einfach!](#)
21. [Die zehn peinlichsten Pressestellen Deutschlands](#)
22. [Bildung compact \(5\) \(36. KW-2013\)](#)
23. [1. Deutscher Kommunikations-Index „Com-X 2013“](#)

24. [Kreativität managen – Agenturprozesse gestalten](#)
25. [Young PR Talents Event](#)
26. [Termine compact \(1\) \(36. KW-2013\)](#)
27. [„Es wird hart. Es wird schmutzig“ – der Wahlspot der IG Metall](#)
28. [Neue Workshops für crossmediales Publizieren](#)
29. [Tipps compact \(2\) \(36. KW-2013\)](#)
30. [Digitales Storytelling in Journalismus und PR](#)
31. [Jobbörse](#)
32. [Impressum](#)

Mit den besten Wünschen für Sie und Ihre Arbeit und Grüßen von Site zu Site

Ihr Gerhard A. Pfeffer und das PRJ-Team

Seite 1

Neue Kampagne: Windenergie-Branche verschafft der Bundesregierung Rückenwind

Damit der Wind in die richtige Richtung bläst und damit vor der Bundestagswahl noch genügend Rückenwind für die Energiewende der Bundesregierung erzeugt wird, startet ein nicht näher benannter „Zusammenschluss von Unternehmen und Verbänden der Offshore-Windenergie-Branche“ eine Kampagne pro Windenergie. Die Aufgabe, die Leistungen der Offshore-Windenergie für die Energiewende herauszustellen fiel der Agentur fischerAppelt AG in Hamburg zu. Auf Nachfrage des „PR-Journal“ an fischerAppelt, wer denn der eigentliche Auftraggeber sei, wurde als ein Mitglied des auftraggebenden Konsortiums die Windenergieagentur WAB e.V. in Bremerhaven genannt.

fischerAppelt verkündet als Ziel der Kampagne, die unter dem Motto steht „Offshore. Deutschlands Windstärke.“, Journalisten, Politikern und Öffentlichkeit die zentrale Bedeutung von Offshore-Windenergie verdeutlichen zu wollen. Herausgestellt werden soll vor allem die Bedeutung der Windenergie für die Bereiche Klimaschutz, Ener-

gieversorgung und Arbeitsplätze. Frank und frei wird in der Pressemitteilung bekannt: „Der Beitrag der Windkraftwerke auf hoher See soll vor allem im Rahmen der anstehenden Bundestagswahl sowie der Reformierung des Erneuerbare Energien-Gesetzes in den Vordergrund gerückt werden.“ Deutlicher kann nicht gesagt werden, dass diese Kampagne keinem anderen Zweck dient als dem, der Bundesregierung für die verbleibenden zwei Wochen bis zum Wahlsonntag noch einmal richtig Rückenwind zu verschaffen.

Smarter fernsehen mit fischerAppelt



Was für eine logistische Leistung: Um Verbraucher über die Möglichkeiten „Smart-TVs“ zu informieren und sie für die Mehrwertfunktionen zu begeistern,

haben sich TV-Gerätehersteller, Fachhandelsorganisationen und weitere Partner gemeinsam mit den Branchenverbänden ZVEI – Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. und BVT – Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. zu der bundesweiten Brancheninitiative „Smarter Fernsehen“ zusammengeschlossen. Pünktlich zur Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin (6. bis 11. September) startet die Kampagne mit dem Ziel Verbrauchern Nutzen und Erlebnis der neuen TV-Geräte-Generation näher zu bringen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien

Kein Gerücht: Schillinger kandidiert als neuer BdP-Präsident, Nies will bei DPRG weitermachen

Die deutschen PR-Verbände stellen sich (zum Teil) neu auf. Am 26. April wählte bereits der PR-Wirtschaftsverband GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen, Berlin, mit Uwe A. Kohrs (56) einen neuen Präsidenten (der bisherige Amtsinhaber Alexander Güttler (52) durfte satzungsgemäß nicht weitermachen).

Und am Vorabend des 10. Kommunikationskongresses in Berlin will der BdP Bundesverband deutscher Pressesprecher (über 4.000 Mitglieder), Berlin, am 25. September seinen seit vier Jahre amtierenden Pressesprecher Jörg Schillinger (52) zum neuen Präsidenten wählen. Als Nachfolger von Uwe Dolderer (48), der nach vier Jahren nicht wieder kandidiert. Schillinger ist seit 2008 Leiter Hauptabteilung Öffentlichkeitsarbeit der Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG in Bielefeld.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Struchholz leitet Unternehmenskommunikation bei Rhön-Kliniken



Achim Struchholz (51) ist seit dem 1. September neuer Konzernbereichsleiter Unternehmenskommunikation der im M-Dax notierten Rhön-Klinikum AG, Bad Neustadt a. d. Saale. Struchholz kommt von

der Agentur Deekeling Arndt Advisors, wo er unter anderem Kunden aus der Agrar- und Energiebranche beraten hat. Zuvor war Struchholz sechs Jahre Kommunikationschef des Chemiekonzerns Altana AG, davor Leiter der Presseabteilung bei RWE Power sowie beim Grünen Punkt. In den Jahren vorher war er Senior-Berater KohtesKlewes, heute KetchumPleon. In seiner neuen Position berichtet er direkt an CEO Martin Siebert.

Die Rhön-Klinikum AG ist einer der größten Gesundheitsdienstleister in Deutschland. Aktuell gehören bundesweit 54 Kliniken an 43 Standorten zum Konzern, für den mehr als 43.000 Mitarbeiter tätig sind. In den Einrichtungen des Klinikverbands wurden im Geschäftsjahr 2012 über 2,5 Millionen Patienten behandelt.

Personalien compact - Sonstige (6) (36. KW-2013)

1. **Anne-Laure Esters** (39) ist seit dem 1. September als Leiterin Marketing und Kommunikation bei der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) in Frankfurt am Main angestellt. In dieser Position soll sie vornehmlich das aktive Themensetting, den Ausbau der GPRA-Medienpräsenz und die Zusammenarbeit mit anderen Brancheninstitutionen betreuen. Zuletzt arbeitete sie bei der All Service Unternehmensgruppe für Gebäudemanagement als Leiterin Marketing und Kommunikation.
2. **Tobias Rischer** (35) ist ab sofort Pressesprecher des Schleswig-Holsteinischen Landtags und des Landtagspräsidenten **Klaus Schlie** in Kiel. In Personalunion leitet

KOMM-PASSION

- er zusätzlich das Referat Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Seit 2012 war Rischer bereits in der Landtagsverwaltung als Leiter der Koordinierungsstelle und stellvertretender Pressesprecher angestellt. Zuvor war er Leiter der strategischen Kommunikationsarbeit bei Gesamtmetall.
3. **Wolfram Scharenberg** (53) arbeitet seit dem 1. September als Leiter Kommunikation und Pressesprecher der Ärztekammer Schleswig-Holsteins in Bad Segeberg. Scharenberg, der auf **Thomas Rottschäfer** folgt, berichtet direkt an den Präsidenten **Franz-Joseph Bartmann**. Zuvor war er seit 2010 als Leiter der Unternehmenskommunikation und Fundraising für die Kaiserswerther Diakonie tätig.
4. **Sabine Gebauer** (31) leitet seit dem 2. September die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit beim Haus der Technik in Essen. Die Stabsstelle wurde neu geschaffen. Gebauer arbeitete bereits von 2008 bis 2012 für das Haus der Technik. Dann machte sie an der Quadriga Hochschule in Berlin ihren MBA-Abschluss in Communication & Leadership und kehrte jetzt zurück. Sie berichtet in Essen an **Ulrich Brill**, der geschäftsführendes Vorstandsmitglied ist.
5. **Nico Fickinger** (49), seit 2009 Geschäftsführer Kommunikation und Grundsatzfragen bei Gesamtmetall in Berlin, verlässt zum Jahreswechsel den Arbeitgeberverband. Er wird ab dem 1. Januar Hauptgeschäftsführer des Arbeitgeberverbands Nordmetall in Hamburg. Dort wird er Nachfolger von **Thomas Klischan**, der dieses Amt 21 Jahre innehatte.
6. **Gabriela Sonnleitner** (46) arbeitet seit dem 2. September als Kommunikationsleiterin beim gemeinnützigen Verein Licht für die Welt in Wien. Ihr Vorgänger war **Rainer Stoiber**, der nicht mehr für den Verein tätig ist. Sonnleitner,

die zuletzt seit 2011 als Senior Consultant bei Ketchum Publico arbeitete, berichtet bei Licht für die Welt an Geschäftsführer **Rupert Roninger**.

Personalien compact - Unternehmen (8) (36. KW-2013)

1. **Andy Fuchs** (46) ist seit dem 1. September als Nachfolger von **Jürgen Stolze** (56) für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Toyota Deutschland verantwortlich. Pünktlich zum Beginn der IAA am 10. September ist es Toyota damit gelungen, die seit einigen Wochen vakante Stelle neu zu besetzen. Fuchs ist bereits seit 1999 bei Toyota. Er startete seine Karriere dort als Brand Communication Manager bei Lexus Europe. Seit 2011 ist er Leiter der Berliner Konzernrepräsentanz von Toyota. Zuvor leitete er als General Manager von 2004 bis 2011 Marketing, PR und Business Development von Toyota Motorsport in Köln. Anfang August war bekannt geworden, dass Stolze aufgrund seines schwierigen Verhältnisses zu Geschäftsführer **Ulrich Selzer** das Weite gesucht hat oder suchen musste. (*Wir berichteten.*)
2. **Alexander Bilgeri**, Leiter der Wirtschafts-, Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation der BMW Group in München, wechselt zum Jahreswechsel als Nachfolger von **Dirk Arnold** als Vice President Corporate Communications in die USA. Dort ist er künftig die Nordamerika-Kommunikation - neben den USA auch Mexiko und Kanada - des Automobilherstellers verantwortlich. Vorgänger Arnold kehrt als Leiter der weltweiten Produkt-, Technologie- und Sportkommunikation in die Konzernzentrale nach Deutschland zurück. Nachfolger Bilgeris wird Nikolai Glies, der derzeit noch für die Kommunikation des Produktionsnetzwerks des Unternehmens zuständig ist.
3. **Miriam Teige** (43) arbeitet neu als Leiterin der Pressestelle im Bereich Corporate Communications beim Filtrationsspezialisten Mann+Hummel in Ludwigsburg. Sie ist verantwortlich für die weltweiten Presseaktivitäten der Unternehmensgruppe. Sie ist Nachfolgerin von **Andrea Schlepper** und

**> 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



4. **Joachim Töpfer**. Teige ist direkt dem Leiter Unternehmenskommunikation, **Harald Kettenbach**, zugeordnet.
4. **Hanna Behrendt** (32) arbeitet seit dem 1. Juli als Referentin für Marketing und Kommunikation bei der EHA Energie-Handels-Gesellschaft in Hamburg. Sie ist zuständig für die interne und externe Kommunikation. Ihre Vorgängerin in dieser Position war **Eva Funhoff**, die das Unternehmen bereits verlassen hat. Behrendt, die an die beiden Geschäftsführer **Dirk Mithöfer** und **Jan-Oliver Heidrich** berichtet, arbeitete zuvor als Managerin Sponsoring und Marketing bei Vattenfall.
5. **Sebastian Oppermann** (45) ist ab sofort Senior Vice President Marketing beim Hosting-Anbieter Strato in Berlin. In dieser Funktion verantwortet er den Bereich Marketing und Kommunikation. Oppermann, der bei strato an den Vorstandsvorsitzenden **Christian Böing** berichtet, arbeitete zuvor seit dem vergangenen Jahr als freier Berater.
6. **Christian Brand** (34) ist Nachfolger von **Rob Fielitz** ab sofort Head of Communications beim Kölner Start-up 22Connect. Vorgänger Fielitz hat die Aufgabe übernommen, den Bereich Business Development für das Unternehmen aufzubauen. Brand kommt von Turtle

Entertainment, wo er seit 2011 als Senior Manager im internationalen Vertrieb tätig war.

7. **Christian Bischof** (34) ist seit dem 1. September als Nachfolger von **Elke Karnarski** neuer Leiter des Bereichs Marketing und Corporate Communications beim Technologiekonzern Linde Hydraulics in Aschaffenburg. In dieser Funktion ist er global für Marketing Communications und PR, Strategic Marketing sowie Product Marketing und Documentation des Unternehmens verantwortlich. Bischof berichtet an **Thorsten Van der Tuuk**, der Mitglied der Geschäftsführung ist. Bischof war zuvor Leiter der Abteilung Market Intelligence von Linde Hydraulics. Vorgängerin Karnarski wechselte zu Linde Material Handling.
8. **Tim Ende-Styra** (39), ist seit dem 1. September neuer Kommunikationschef des Mobilfunkanbieters simyo GmbH in Düsseldorf. Als Manager External Communications ist er für die Bereiche Unternehmenskommunikation und Social Media verantwortlich. Ende-Styra, der von ProSieben Sat.1 Games kommt und zuvor sechs Jahre bei Activision Blizzard tätig war, steht vor der Aufgabe, die gesamte Kommunikationsabteilung neu aufzustellen. Er berichtet direkt an CEO **Nicolas Biagosch**.

Personalien compact - Agenturen (8) (36. KW-2013)

1. **Karin Eilks** ist neue Mitarbeiterin im Team Online und Social Media der Münchner PR-Agentur w&p Wilde & Partner Public Relations. Seit Juli unterstützt Eilks als Junior PR-Consultant die Kommunikationsagentur. Den Weg in die Tourismusbranche schlug Eilks beim Kieler Reiseveranstalter Gebeco ein – dort war sie zuvor zwei Jahre lang für die Pressearbeit zuständig. Journalistische Erfahrungen sammelte die Diplom-Informationswirtin unter anderem bei der „Süddeutschen Zeitung“ und dem „Bayerischen Rundfunk“.
2. **Jonas Dienst** (31) ist seit Mitte August neuer Mitarbeiter der Hamburger Kommunikationsagentur Menyesch Public Relations. Als PR-Juniorberater wird er im Kompetenz-Team „Touristik, Lifestyle & Social Media“



- eingesetzt. Zuvor war Dienst Juniorberater bei serviceplan public relations in München. Der Politikwissenschaftler sammelte zudem Erfahrungen bei politischen Institutionen und Behörden in Berlin, Wiesbaden und Frankfurt sowie bei serviceplan brand pr in Hamburg.
3. **Dirk Bois** (45) ist neuer Bereichsleiter bei der Medienfabrik Gütersloh. Bois betreut das Geschäft für Fashion und Handel. Er kommt von der Prinovis Ltd. & Co. KG, die auch zum Bertelsmannkonzern gehört, wo er am Aufbau der Bereiche E-Commerce und Digital Solutions mitwirkte. Zuvor betreute Bois als Key Accounter große Mode- und Handelsunternehmen.
4. **Markus Eisenhut** (50), ehemaliger stellvertretender Chefredakteur des in Zürich erscheinenden „Tages-Anzeigers“, arbeitet seit Anfang September für die Kommunikationsagentur C-Matrix. Eisenhut soll für die Zürcher Agentur Mandate in den Bereichen Media Relations, Change und Reputation Management, Corporate und Crisis Communication betreuen. (Quelle: „[kleinreport.ch](#)“)
5. **Gesine Walsleben** (44) ist neues Mitglied der Geschäftsleitung der Kommunikationsagentur Straub & Linardatos GmbH in Hamburg. Als PR-Seniorberaterin unterstützt sie in der neu geschaffenen Position die Agenturinhaber **Rüdiger Straub** und **Ion Linardatos**. Walsleben ist seit zwei Jahren als Seniorberaterin und Teamleiterin PR bei der Agentur an Bord. Zuvor war sie 13 Jahre bei impact, Agentur für Kommunikation.
6. **Nicolas Ullrich** (39) übernimmt ab sofort das Business Development der Donner & Doria Agenturgruppe in Heidelberg. Zu seinen Aufgaben zählt, die Agenturstrategie weiter zu entwickeln, neue Geschäftsfelder zu kreieren

und den Kundenstamm auszubauen. Ullrich war bisher in leitenden Positionen im Druckerei- und Agentur-Geschäft tätig. Zuletzt arbeitete er drei Jahre als Geschäftsleiter Verkauf bei der Heidelberger Druckerei abdruck.

7. **Maria Scharnberg** und **Antje Philippsen** sind neue Mitarbeiterinnen von Technical Publicity Deutschland, einer PR-Agentur für technische Fachpresse mit Sitz Buchholz in der Nähe von Hamburg. Scharnberg, die als Account Managerin angestellt ist, verfügt über mehr als elfjährige Erfahrung auf dem Gebiet der BtC- und BtB-Kommunikation. Zuvor hat sie unter anderem bei Miele und Heidelberger Druckmaschinen gearbeitet. Philippsen unterstützt die Agentur als Administration Executive. Sie verfügt über umfassende Sprachkenntnisse in Englisch, Französisch, Italienisch und Niederländisch.
8. **Christoph Hartmann** (41), seit Januar 2013 Director Corporate Affairs & Public Strategies bei der Düsseldorfer Kommunikationsberatung Hering Schuppener, ist nach acht Monaten aus seinem Fulltime-Job bei der Agentur wieder ausgeschieden. Der frühere stellvertretende Ministerpräsident und Minister für Wirtschaft und Wissenschaft des Saarlandes (November 2009 bis Januar 2012) hat sich dazu entschlossen, sich selbständig zu machen. Der Kommunikationsberatung Hering-Schuppener steht er aber als Senior Advisor weiterhin beratend zur Seite.

Etats

Etats compact (11) (36. KW-2013)

1. IG Metall, Frankfurt am Main
was: Anzeigenkampagne zur Bundestagswahl unter dem Motto „Kurswechsel für ein gutes Leben“
an: **A&B One Kommunikationsagentur GmbH**, Berlin
2. Modemarke bonprix Handelsgesellschaft mbH, Hamburg
was: Digitale Positionierung im Social Web

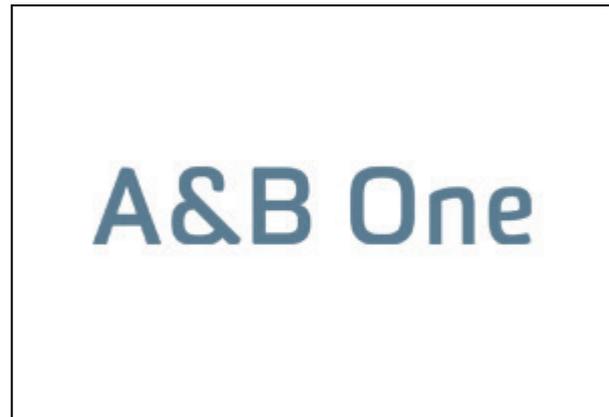


- an: **Torben, Lucie und die gelbe Gefahr GmbH**, Berlin
3. Hotelcard AG, Thun (Schweiz)
was: PR und Marketingkommunikation
an: **pr-kfs, Karl F. Schneider AG, Kommunikationsagentur**, Schlieren (Nähe Zürich)
4. Versicherungskammer Bayern (VKB), München
was: Magazin „Gesundheit aktuell“ für Kunden der Bayerischen Beamtenkrankenkasse AG und der Union Krankenversicherung AG
an: **Corporate Publishing-Verlags G+J Corporate Editors**, München
5. Medienbeobachter PMG Presse-Monitor, Berlin
was: Corporate Branding und Kommunikation
an: **Scholz & Friends Agenda**, Berlin
6. ThyssenKrupp, Essen
was: Change-Kommunikation
an: **Deekeling Arndt Advisors in Communications GmbH**, Düsseldorf
7. Sonnenbrillenhersteller Maui Jim Inc., Lahaina (Hawaii)
was: PR- und Öffentlichkeitsarbeit für den deutschen Markt
an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
8. Adito Software GmbH, Geisenhausen
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
an: **Schwartz Public Relations**, München
9. Mobilgerätehersteller ZTE Deutschland GmbH, Düsseldorf
was: Endkunden- und Corporate-PR in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Nordeuropa
an: **Hotwire Public Relations Germany GmbH**, Frankfurt am Main
10. Studio für Industrial Design „Design Tech“, Ammerbuch

was: Medienarbeit und Branchen-PR im Umfeld Maschinenbau-Industrie

an: **Storymaker Agentur für Public Relations GmbH**, Tübingen

11. Business Netzwerk Xing AG, Hamburg
 was: Entwicklung des Magazins „Spielraum“ (Print und ePaper-App)
 an: **BurdaCreative**, Hamburg



Branche

Bitte melden: Für Neubewertung im PR-WebsiteCheck des PR-Journals

Nach drei Jahren ist es Zeit, die **Bewertungen im WebsiteCheck des PR-Journals zu überprüfen**. Das Update soll jetzt im vierten Quartal 2013 starten und wird von einem Team von PR-Studentinnen und -Studenten aus Hannover durchgeführt - unter der Leitung von Nina Krake, Sprecherin des PRSH PR-Studierende Hannover. Den letzten Bewertungsdurchgang hatten Studenten der Hochschule Osnabrück/Standort Lingen und die Leipziger PR-Studenten vom LPRS übernommen. 1.338 Agenturen wurden seinerzeit bewertet. Inzwischen haben wir 1.649 Einträge in unserer PR-Agenturen-Datenbank. Auch deshalb ist ein **Update** nicht nur angemessen, sondern auch **notwendig**.

Wir werden aber aus Zeit-, Organisations- und Kostengründen nicht mehr alle eingetragenen Agenturen bewerten, sondern nur noch diejenigen, die sich jetzt bei uns melden und eine Neubewertung ihres alten Eintrages wünschen bzw. erstmals bewertet werden wollen. Bewertungskriterien sind unter anderen Usability, PR-Wirkung und Aktualität. Die weiteren Kriterien sowie den Ablauf der Bewertung sind unter dem oben genannten Link des WebsiteChecks zu finden.

Auf jeden Fall bewertet werden von uns die 159 Agenturen, die im *PR-Agenturen-Ranking* aufgeführt sind sowie die 20 Agenturen, die uns bereits

in den letzten Monaten um eine Neubewertung gebeten haben. **Alle anderen bitten wir, sich bis zum 30. September zu melden - eine Kurzmail an websitecheck@pr-journal.de genügt.**

Branchen-Gerüchte: Kretschmer raus aus GPRA - Zehrt weg bei ddp direct

In Branchenmedien kursieren derzeit zwei interessante Branchengerüchte. Das Monatsmedium "prmagazin" des Verlages Rommerskirchen, Remagen-Rolandseck meldet, dass die Kommunikationsagentur Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation (J+K) zum Jahresende 2013 ihren Austritt aus dem Agenturenverband GPRA Gesellschaft Public Relations Agenturen plane (dem dann nur noch 29 Agenturen angehören würden). Der Austritt würde eigentlich nicht überraschen: Agenturchef Heiko Kretschmer polarisierte schon als Verbandsvicepräsident und das Verhältnis wurde nicht besser, als im Vorfeld der Präsidentschaftswahlen in diesem Frühjahr seine Absicht, als Präsident zu kandidieren, scheiterte. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

achtung! bietet Mitarbeitern private Zusatz-Krankenversicherung

Privatversicherung für alle Mitarbeiter? Auch wenn die Pressemitteilung der Hamburger Agentur ach-

tung! auf den ersten Blick diesen Eindruck erweckt hat, so geht es stattdessen um eine private Zusatzversicherung für alle Mitarbeiter. Alles andere wäre auch sozialversicherungstechnisch unmöglich. Ein privater zusätzlicher Krankenversicherungsschutz ist natürlich nicht zu verachten. Mit dieser und anderen Maßnahmen tritt achtung! den Beweis an, Mitarbeiterbindung ernst zu nehmen. Darüber hinaus, so Agenturchef Mirko Kaminiski, zielt die Zusatzversicherung auch auf Mitarbeitergewinnung. Denn in Zukunft werde es in Agenturen weniger um fehlende Kunden als vielmehr um fehlende gute Köpfe gehen. Ein weitsichtiger Ansatz!

Branche compact (7) (36. KW-2013)

1. Zum elften Mal verleiht das **Magazin „politik&kommunikation“** am 25. November den **Politikaward**, eine Auszeichnung für Leistungen der politischen Kommunikation. Einreichungsschluss für Bewerbungen ist der **10. Oktober**. Die Gala zur Verleihung des Preises findet am 25. November in Berlin im Tipi am Kanzleramt statt. Der Politikaward wird in **acht Kategorien** vergeben. Prämiert werden Kampagnen von politischen, öffentlichen und gesellschaftlichen Institutionen, Projekte im Bereich Corporate Social Responsibility und echte Innovationen. Außerdem werden in drei Sonderkategorien der Politiker des Jahres, der Nachwuchspolitiker des Jahres und das Lebenswerk ausgezeichnet.
2. Die **Nürnberger Marketing-Agentur nuts communication ist umgezogen**. Die Full-Service Agentur für Werbung und Kommunikation residiert jetzt an ihrem Gründungsstandort in der Karl-Grillenberger-Str. 3a. Für den Umzug wurde eine alte Registratur innerhalb eines Gebäudekomplexes aus den 1920-er Jahren im Herzen Nürnbergs aus und –umgebaut. Die beiden Inhaber und Geschäftsführer Christian Greiner und Tobias Zepf gründeten nuts communication im Jahr 2007.
3. Bereits zum zweiten Mal verleiht das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie gemeinsam mit der Messe München im Rah-



- men der **Fachmesse Communication World** den **Smart Mobile Award**. Ausgezeichnet werden mobile Lösungen und Anwendungen in den Kategorien „Business“ und „Start-up“. Die Communication World findet am 6. und 7. November im MOC Veranstaltungszentrum München statt. In den kommenden vier Wochen können sich Unternehmen auf der Internetseite der **Communication World** für den **Smart Mobile Award 2013** bewerben.
4. Der **Public Relations Verband Austria (PRVA)** richtet zum 30. Mal den vom Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend ausgelobten **Staatspreis Public Relations** aus. Unternehmen aus allen Wirtschaftsbranchen, Institutionen, Organisationen und Verbänden sowie selbstständige Fachleute der Öffentlichkeitsarbeit sind eingeladen, bis 20. September ihre Kommunikationskonzepte einzureichen. Tipps zur Einreichung und einen Einblick in das Bewertungsverfahren finden sich auf **PRVA-Website**. Die Verleihung des Staatspreises findet im Rahmen der PR-Gala am 20. November in Wien statt.
5. Die **Robert Bosch Stiftung**, Stuttgart, und die **UFA GmbH**, Berlin, starten in der heißen Phase des Wahlkampfes die **Medieninitiative „Du hast die Macht“**. Das Ziel ist, **Erstwähler für politische Themen zu interessieren**. Bereits seit Ende August läuft die bundesweite Kampagne „#zugehoert. Ich trag, was ich denk!“, bei der Jugendliche T-Shirts mit ihrer persönli-

chen politischen Botschaft gestalten. 140 Zeichen stehen zur Verfügung, um die eigene Forderung auf den Punkt zu bringen. Die Initiatoren wollen mit ihrer Kampagne Jugendliche mit kreativen Online- und Social-Media-Formaten an politische Themen heranzuführen und sie am gesellschaftlichen Diskurs beteiligen. Einen Einblick in einzelne Kampagneninhalte gibt es auf der *entsprechenden Website*.

6. Die Hamburger **Agentur Laub & Partner** feierte am 6. September ihr **20-jähriges Bestehen**. In diesem Rahmen präsentierte Laub & Partner auch den diesjährigen Gewinner seiner Patenschaft: Mentor, der Verein der Leselernhelfer für Kinder in Hamburg, hat die Agentur am meisten überzeugt und erhält nun in diesem Jahr Beratung und Kommunikationsunterstützung durch die Agentur im Wert von rund 5.000 Euro. Laub & Partner versteht sich seit rund zehn als „Unternehmensberatung in Sachen Kommunikation“, begonnen hatte man vor 20 Jahren als reiner PR-Dienstleister.
7. **News Aktuell (Schweiz) AG**, ein Tochterunternehmen der Schweizerischen Depeschagentur AG (sda) in Bern, hat die bei den Eidgenossen als Herausgeberin des PR- und Medienverzeichnisses bekannte **Edition Renteria SA übernommen**. Das berichtet der schweizerische Mediendienst *„persoenlich.com“*. News Aktuell wolle damit seine Marktführerschaft unter den PR-Dienstleistern festigen und die Voraussetzungen für weiteres Wachstum schaffen, heißt es weiter.



lagsleiter der Lebensmittel Zeitung. 1976 wurde er zum Geschäftsführer der Verlagsgruppe berufen und war von 1981 bis 2003 deren Sprecher. Zahlreiche Meilensteine der Firmengeschichte fallen in diese Zeit, beispielsweise die Übernahme der Fachzeitung „Horizont“ im Jahr 1986 und der Start der ersten Internetangebote Mitte der 90er Jahre. 2003 übernahm Kottmeier den Vorsitz des neu gegründeten Aufsichtsrates des Deutschen Fachverlags. Auch für die Beteiligung an der Frankfurter Maleki Communications Group und den Erwerb der Hamburger FVW Mediengruppe hatte sich Kottmeier stark gemacht. Beide Unternehmen gehören seit dem ersten Quartal 2013 zur Verlagsgruppe: der Frankfurter Spezialist für Finanzmarktkommunikation als Mehrheitsbeteiligung, die FVW Mediengruppe als 100-prozentige Tochter.

Medien

Aufsichtsratsvorsitzender des Deutschen Fachverlags wird 80



Klaus Kottmeier, Aufsichtsratsvorsitzender des Deutschen Fachverlags (dfv), feiert am 16. September seinen 80. Geburtstag. Kottmeiers Karriere im dfv begann im Jahr 1969 als Ver-

Materndienste: PR-Dinos mit langer Lebensdauer



„Wir würden gerne einen Materndienst schalten“, heißt es regelmäßig am Telefon, wenn die jungen Consultants der großen PR-Agenturen anrufen. Im folgenden Beratungsgespräch stellt sich dann oft zweierlei heraus: Sie wollen eigentlich gar nichts „schalten“, weil sie ihrem Kunden keine verkappten Advertorials, sondern lupenreine Veröffentlichungen im redaktionellen Raum versprochen haben. Und

sie wissen meist nicht was eine „Mater“ ist, geschweige denn etwas über die spannende und wechselvolle *Geschichte der Materdienste*, die mehr als 100 Jahre lang lebendiger Teil der deutschen Presselandschaft waren und immer noch nicht ganz ausgestorben sind.

Unter einer Mater im klassischen Sinne versteht man eine Gießform aus Karton, die schon im Zeitungsdruck des späten 19. Jahrhunderts zum Einsatz kam. Eine in Blei gesetzte Zeitungsseite wurde mit einer feuchten Papiermasse bestrichen, in der sich die Konturen der Bleibuchstaben einpressten. War die Papiermasse trocken, ergab sich ein dünner und doch stabiler Abdruck aus Karton, die sogenannte Mater. Anders als das bleischwere Original der gesetzten Zeitungsseite konnte der wenige Millimeter starke Karton leicht per Bote oder Post auch an weit entfernte Zeitungsverlage verschickt werden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (3) (36. KW-2013)

1. Aus, Schluss und vorbei, der **Verlag Rommerskirchen** in Remagen-Rolandseck will für seine Beiträge über die PR-Branche Geld sehen. Wer die auf der Website des „**prmagazin**“ angebotenen Informationen vollständig lesen möchte, muss seit Anfang September dafür zahlen. Stolze **16 Euro** verlangt der Verlag monatlich für die Freischaltung des Fachtitels als **E-Paper**. Nun darf die Branche gespannt sein, ob das die zuletzt bei gut 1.200 stagnierende Abonnentenzahl für die Printausgabe in die Höhe treibt.
2. **Thomas Tuma** (48) wird stellvertretender Chefredakteur des Handelsblatts. Der Leiter des Wirtschafts- und Medienressorts des Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“ wechselt zum nächstmöglichen Zeitpunkt nach Düsseldorf. Er ersetzt den bisherigen stellvertretenden Chefredakteur **Michael Inacker**, der die Wirtschafts- und Finanzzeitung ursprünglich Richtung Siemens verlassen wollte. Doch aufgrund des Vorstandswechsels dort sind Inackers Dienste nicht mehr gefragt. (*Wir berichteten*.) Wel-



3. che Aufgabe Inacker übernimmt oder ob er eine längere Auszeit plant, ist nicht bekannt.
3. Der Road-Trip hat begonnen: Am 9. September startete das neue **Online-Magazin „Car.A.Mia.“**. Das Portal aus der Mediengruppe Auto, Computer und Sport bei **Axel Springer** ist ein **Lifestyle-Magazin für Frauen mit dem Themenschwerpunkt Auto**. „Car.A.Mia.“, was auf italienisch „mein Liebling“ bedeutet, verbindet klassische Auto-Themen, wie Modellberatung oder Service, mit Auto-Lifestyle-Themen wie Reise-Tipps, Accessoires-Specials, Porträts und Reportagen. Zum Start präsentiert die Redaktion beispielsweise einen Bericht über neueste Technik und Geräte für das „mobile Büro“ im Auto, den Test „Welches Auto passt zu mir?“ und Tipps für Picknick-Ausflüge.

Social Media

Ovomaltine bedankt sich bei Bloggern für ihre Ausdauer

Eine einfache Idee mit großer Wirkung: Für die Schweizer Marke Ovomaltine verschickte die Agentur achtung! Produktpakete an Blogger und reichweitenstarke Onliner. Sie erhielten ein personalisiertes Dankeschreiben, in dem sich Ovomaltine für die Ausdauer und Energie des Bloggers bedankte und mit den Produkten gleich neue Energie lieferte. Damit wurde Bezug auf den Claim „Mit Ovomaltine kannst Du es nicht besser. Aber länger“ genommen. Zusätzlich durfte der Blogger fünf weitere Kontakte vorschlagen, die ebenfalls ein Paket verdient hatten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social ROI Studie: Rechtfertigungsdruck von Social Media wächst in Unternehmen

Mehr als 90 Prozent der Unternehmen im deutschsprachigen Raum investieren heute schon einen großen Teil ihres Kommunikationsbudgets in Social Media, und die Bedeutung dieser Kanäle wird noch wachsen. Doch ob und wie sich die Investitionen monetär bewerten lassen, ist für die meisten noch unklar.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Mobile Endgeräte sind der Treiber für steigenden Internetkonsum

Die Nutzung des Internets nimmt weiter zu. Laut der ARD/ZDF-Onlinestudie 2013 sind Smartphones, Tablets und andere mobile Endgeräte die Treiber für den steigenden Online-Konsum. In Zahlen ausgedrückt: Die Nutzung des Internets von mobilen Endgeräten aus ist im vergangenen Jahr von 23 auf 41 gestiegen und hat sich damit beinahe verdoppelt. Das entspricht – unabhängig vom Endgerät – einer täglichen Online-Nutzungsdauer von durchschnittlich 169 Minuten. Auch der Konsum des Bewegtbild-Segments wächst weiter, 23 Millionen Internetbesucher schauen sich regelmäßig Videos und Filme im Netz an. Einzelergebnisse der Onlinestudie von ARD und ZDF 2013 finden sich direkt auf einer [Website der beiden öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten](#).

Social Media compact (2) (36. KW-2013)

1. **Veranstaltungstipp: Am 17. Oktober findet in Aachen erstmals die *New Media Night* statt.** Auf dem Treffpunkt für Kreative aus unterschiedlichsten Branchen wird der Nachwuchspreis Neue Medien 2013 vergeben.

2. **Facebook weitet die Profildetails weiter aus.** In einem neuen Test begibt sich Facebook damit auf das Terrain von LinkedIn und Xing, denn Nutzer können auf Facebook nun auch ihre Berufsqualifikationen ergänzen. Zum Artikel bei [allfacebook.de](#).

Autoren-Beiträge

Ein öffentliches Konzept? Wir machen`s einfach!

Dies ist ein öffentlicher Pitch-Beitrag für einen Versicherungskonzern. Anlass ist ein Artikel, den ich gerade in der Webausgabe der „Horizont“ gelesen habe, Titel: *„Pitchrunde steht: Vier Agenturen kämpfen um Ergo“*. Da steht, dass ein großer deutscher Versicherungskonzern wieder einmal einen millionenschweren Werbe-Etat ausschreibt. Wir sind dazu nicht eingeladen worden. Der Grund scheint klar. Wir sind keine Werbeagentur. Wir sind eine Agentur für Live-Kommunikation. Ich persönlich glaube, dass wir dennoch oder gerade deshalb ein wertvoller Player in diesem Pitch gewesen wären. Also machen wir einfach ungefragt und öffentlich mit.

Hier ist unser Konzept. Wir nennen es: Eine Anleitung zum Glücklichein! oder: „Wie können wir das verloren gegangene Vertrauen der Menschen zurück gewinnen?“

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Lesehinweise

Die zehn peinlichsten Pressestellen Deutschlands

Aus Fehlern lernt man bekanntlich ja am besten. Ob das auch auf die Pressearbeit der Unternehmen

zutrifft, die PR-Specialist Thomas Keup in seinem Gastbeitrag für „deutsche-startups.de“ untersucht hat, bleibt zunächst offen. Doch nach dem, was Keup dort im Umgang mit Journalisten erlebt hat, ist die Hoffnung auf Besserung gering. Keup hat die zehn peinlichsten Pressestellen gekürt, die „in ihrem unermüdlichen Kampf, Journalisten die Stirn zu bieten und mit ihrem aufopfernden Einsatz, möglichst keine Informationen nach draußen dringen zu lassen, ... auf echtem Welt-niveau“ agierten. Lesen Sie selbst, was es im Jahr 2013 offensichtlich immer noch gibt. Der Text Keups wurde veröffentlicht auf der Website „deutsche-startups.de“, die von der DS Media GmbH in Berlin betrieben wird.

Bildung

Bildung compact (5) (36. KW-2013)

1. Mit dem „[MBA Communication and Leadership](#)“ sowie dem „[M.A. Communication and Leadership](#)“ startet die **Berliner Quadriga Hochschule** am 24. April 2014 zwei neue Masterstudiengänge. Einen genauen Überblick über die Inhalte, die Präsenzzeiten in Berlin und die Kosten bietet eine umfangreiche [Informationsbroschüre](#), die die Quadriga-Hochschule zum Download anbietet. Ziel beider Studiengänge sei es, laut Präsident Peter Voß, den Studierenden die wesentlichen Kenntnisse mit den auf den Weg zu geben, die ein international agierender Kommunikationsmanager in Zukunft brauche. Bewerbungsschluss ist der 24. Januar 2014.
2. Die **Deutsche Akademie für Public Relations (DAPR)**, Düsseldorf, startet in Kooperation mit dem **EHI Retail Institute**, Köln, ein **neues Weiterbildungsprogramm für (angehende) Kommunikationsexperten im Handel oder handelsnahen Dienstleistungen**. In dem viertägigen Seminar lernen die Teilnehmer von erfahrenen Kommunikationsprofis aus dem Handel das Rüstzeug für ihren Berufsalltag. Fallbeispiele werden von Vente Privee und Metro Group beigesteuert. Das erste Seminar findet vom 21. bis 24. November in Düsseldorf in den Räumen der DAPR statt. Die Anmeldung ist ab sofort auf der [DAPR-Website](#) möglich. Die Seminargebühr beträgt 2.250 Euro, für DAPR-Alumni und EHI-Mitglieder beträgt sie 1.950 Euro, jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer.
3. Für das kommende Studienjahr 2013/2014 lobt die **Leipzig School of Media zwei Stipendien für das Masterprogramm ‚Mobile Marketing‘** in Höhe von je 4.500 Euro aus. Die Stipendien decken die Studiengebühren für jeweils ein Semester ab. Interessenten können sich bis zum 30. September direkt bei der [LSoM](#) bewerben. Sie sollten dazu ihre Unterlagen für das Studium um ein kurzes Begründungsschreiben ergänzen. Der Studiengang ‚Mobile Marketing‘ ist das erste Masterprogramm zu diesem Schwerpunkt in Deutschland. Studienstart ist am 24. Oktober 2013. Weitere Informationen zum Masterstudium Mobile Marketing und den Bewerbungsvoraussetzungen finden Sie online auf den Webseiten der [Leipzig School of Media](#).
4. Zwei interessante spannende **Seminarangebote der VDZ Akademie** GmbH in Berlin: „[Zwischen Print, Online und Social Media: Redaktionen in der Zeit der Digitalisierung erfolgreich organisieren](#)“, heißt es am 26. September in Hamburg. Von klar getrennten Aufgabenbereichen und spezialisierten Stellenprofilen bis hin zu Crossmedia-Redaktionen braucht es neue Organisationsformen. Deren Vor- und Nachteile sollen dargestellt und diskutiert werden. „[Social Media Strategien 2013](#)“ lautet der Titel eines weiteren Seminars, das am 15. Oktober in Düsseldorf stattfindet. Hier steht als Leitfrage im Mittelpunkt des Interesses, wie man eine Social Media Strategie für ein Verlagshaus entwickelt?
5. Die **Mannheimer Social Media Akademie (sma)** hat ihr **Online-Weiterbildungsangebot optisch und zum Teil inhaltlich überarbeitet**. Die Neuerungen: Durch den Umzug auf einen neuen Video-Player können nun alle Videos in Full HD angeschaut werden. Ebenfalls neu ist, dass nun sämtliche Lehrgangsinhalte auf allen Tablets und Smartphones optimal dargestellt werden und mit einem Klick browserbasiert starten. Die Online-Seminare „Social Media Professional“ und „Community Manager“ wurden zudem inhaltlich überarbeitet und um zwei Vorlesungen ergänzt, sodass sie nun

aus jeweils zehn Vorlesungen bestehen. Weitere Informationen direkt bei der [sma](#).

Studien

1. Deutscher Kommunikations-Index „Com-X 2013“

Wie denkt die Bevölkerung über die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen? Die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen steht vor großen Herausforderungen. Der mediale Wandel hat die Mediennutzung tiefgreifend verändert. Mediennutzer und Öffentlichkeit sind nicht länger passive Zielgruppen. Zahlreiche Studien beleuchten die Leistung der Kommunikation aus Sicht der Verantwortlichen in Unternehmen. Auch Agenturen und Medienvertreter werden regelmäßig befragt. Was nur selten berücksichtigt wird, ist die Wahrnehmung und Meinung der Bevölkerung. Wie also denken die Menschen in Deutschland über die Kommunikation von Unternehmen und Organisationen? Welche Kommunikationskanäle nutzen sie für Information und Austausch über Unternehmen? Wie zufrieden sind sie mit der Unternehmenskommunikation? Diesen Fragen hat sich die „Com-X“-Studie der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation unter wissenschaftlicher Leitung von Inhaber Michael Bürker gestellt. Dafür hat die GfK Marktforschung ca. 1.000 repräsentativ ausgewählte Personen in Deutschland befragt. Die Ergebnisse zeigen: Für die Bevölkerung ist das Bereitstellen von Information die wichtigste Funktion der Unternehmenskommunikation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Kreativität managen – Agenturprozesse gestalten

Die Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA) mit Sitz in Bochum unterstützt die Mitgliedsagenturen mit verschiedenen Serviceangeboten, die konkrete Hilfestellung für den Agenturalltag bieten sollen. Das neueste Seminarangebot in der Reihe „AIKA kompakt“ zielt darauf, Kreativität zu managen und sie mit effektiven Prozessen zu steuern. Das Halbtagesseminar am 25. September in Nürnberg liefert einen Überblick über neue Sichtweisen auf Prozesse in Agenturen. Zudem werden Software-Tools vorgestellt, die das Leben in Agenturen erleichtern und die ohne großen Kostenaufwand genutzt werden können. Als Referenten konnten Achim Litschko (litschko meichle CoEffizienz), Heike Mews (Agenturberatung hm43) und Thomas Dierberger (Troi GmbH) gewonnen werden. Für Nicht-Mitglieder kostet die halbtägige Veranstaltung 180 Euro. AIKA-Mitglieder zahlen 60 Euro. Detaillierte Informationen zum Programm und den Referenten sowie ein Anmeldeformular gibt es auf der [AIKA-Website](#).

Young PR Talents Event

In einer Gemeinschaftsaktion laden die internationale PR-Agentur Edelman und der in Hamburg erscheinende „PR-Report“ junge Leute zu einer Informationsveranstaltung über den PR-Beruf nach Berlin ein. Das „Young PR Talents Event“ findet am 25. September von 12 bis 14 Uhr in den Räumen der gosub communications GmbH auf der Grünberger Straße 44 statt. Die Einladung richtet sich an alle jungen Leute, die erwägen in der PR-Branche zu arbeiten. Bei einem Gespräch zwischen Thomas Mickeleit, Direktor Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Microsoft, und Susanne Marell, CEO Edelman Deutschland, werden die aktuelle Anforderungen in der PR-Branche diskutiert und Fragen geklärt. Die

Moderation übernimmt Nico Kunkel, Chefredakteur des „PR-Report“. Interessenten werden gebeten sich *per Mail bei Edlmann* anzumelden.

Termine compact (1) (36. KW-2013)

1. Hamburg, meine Perle! Vor welchen Aufgaben steht eigentlich der Pressesprecher der aus Sicht vieler Bewohner schönsten Stadt der Welt? Welche Herausforderungen sind hier im Alltag zu bewältigen? Auf diese und weitere Fragen gibt Sascha Albertsen, Leiter Unternehmenskommunikation der Hamburg Tourismus GmbH, am **24. September** Antwort. Der Abend mit Albertsen findet statt im Rahmen der **DPRG-Veranstaltungsreihe „Speaker's Corner - Der junge PR-Talk“**. Die Einladung zur Teilnahme richtet sich in erster Linie an Studenten, Volontäre, Junioren und PR-Einsteiger. Weitere Informationen und die Anmeldemöglichkeit finden sich auf der *Veranstaltungswebsite*.

Tipps

„Es wird hart. Es wird schmutzig“ – der Wahlsport der IG Metall



Kurz vor der kommenden Bundestagswahl präsentiert die IG Metall mit dem „Metallmix 2013“ einen Spot, der

die Bürger zum Wählen animieren soll – produziert vom Berliner Bewegbild-Experten MovingImage24 GmbH. Innerhalb kürzester Zeit verbreitete sich der Spot in sozialen Netzwerken, wird von Parteien, Medien und Usern gleichermaßen positiv aufgenommen und weitergeleitet. „Auf zur Bundestagswahl! Geh wählen!“ – So ruft die IG Metall dazu auf, sich an der Wahl zu beteiligen. Zusammen mit MovingImage24, Video-Cloud-Anbieter und Video-Produzent, wurde das Konzept entworfen, viele bekannte TV- und Beweg-

bild-Szenen so zusammensetzen, dass nur noch ein Gedanke bleibt: Seine Stimme bei der Bundestagswahl im September zu nutzen. *Sehen Sie selbst*.

Neue Workshops für crossmediales Publizieren

Die Mainzer Agentur mpm Corporate Communication Solutions veranstaltet auch in diesem Herbst wieder kostenlose Workshops den Themen „mpm System Geschäftsbericht“, „Interne Kommunikation 2.0“ und „Tablet Publishing Workshop“. Darin zeigt die Agentur aktuelle Kommunikationstrends auf und verdeutlicht, wie crossmediales Publizieren durch automatisierte Prozesse einfacher und effizienter gestaltet werden kann. Für alle Workshops werden konkrete Praxisbeispiele und „Best Cases“ aufbereitet, die in den Veranstaltungen direkt aufgegriffen werden. mpm verspricht einen hohen Informationsgewinn und einen intensiven Austausch zwischen allen Beteiligten. Von Interesse dürfte für die Teilnehmer sein, dass sie ihre Magazine, Berichte und Publikationen zum Workshop vorlegen können – und so individuelles Feedback und Denkanstöße erhalten.

mpm ist als inhabergeführte Kommunikationsagentur auf die integrierte Konzeption, Implementierung und Steuerung medienübergreifender Kommunikationsprojekte spezialisiert. Sämtliche Workshops finden am Agenturstandort in Mainz statt. Anmeldungen sind über die *Website von mpm* möglich.

Tipps compact (2) (36. KW-2013)

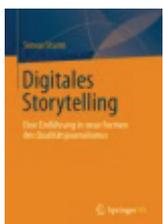
1. Mit der neuen **Content Marketing Suite von Cision**, Frankfurt am Main, können Organisationen ihren **Branded Content effizient erstellen**, unkompliziert im Social Newsroom veröffentlichen sowie in einem Netzwerk von Premium-Publisher-Webseiten neuen und größeren Zielgruppen vorstellen. Das an die Content Marketing Suite angeschlossene Netzwerk an Webseiten umfasst in Deutschland beispielsweise N24, Wall Street Journal,

MSN.de und Jolie. International sind unter anderem die Seiten der BBC, CNN, The Guardian, NBC News und Le Monde angeschlossen. Die Ergebnisse der Kampagnen können anschließend analysiert werden. Cisions Content Marketing Suite will neue Wege eröffnen, um mehr Traffic für Branded Content erzeugen und die Sichtbarkeit erhöhen zu können. Die Content Marketing Suite ist ab sofort als Teil der PR- und Marketing-Software CisionPoint erhältlich. Weitere Informationen erhalten Sie auf der [Cision-Website](#).

2. Werbungtreibende und Agenturen fordern immer stärker einen quantifizierbaren **Nachweis der Werbewirkung von Online-Branding-Kampagnen**. Die Unit Marktforschung des Online-Vermarkterkreis (OVK) im **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)** e. V., Düsseldorf, hat nun 193 Branding-Kampagnen von sieben Vermarktern auf ihre Werbewirkung hin untersucht. Das Ergebnis: Online-Branding-Kampagnen führen zu einer tieferen Verankerung der beworbenen Marke sowie zu einer gesteigerten Erinnerungsleistung gegenüber Werbung bei den Nutzern. Interessierte können die Ergebnisse in der Sonderpublikation des OVK *„Online-Branding-Kampagnen wirken!“* [einsehen und downloaden](#).

Literatur

Digitales Storytelling in Journalismus und PR



Der Journalismus steckt in einer tiefen Krise und reißt im Taumeln auch die ihm verbundene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit sich. Beiden droht schleichende Bedeutungslosigkeit. Der ganze Journalismus? Nein: Genau betrachtet nur der Teil, der im medialen Neuland grundsätzlich Qualitäts- und Jobverlust fürchtet. Wir können auch anders. Das erste große Verdienst von Simon Sturms „Digitales Storytelling“ ist, die Wurzeln

„guten“ Journalismus freizulegen. Sachlich und konzentriert, ohne große Gesten und visionäres Geplapper. Und siehe da: Bekannte und bewährte Kriterien wie u.a. originelle Recherche, Dramaturgie, Relevanz, Aktualität, Informationstiefe und Nutzerführung gelten im Digitalen ebenso wie im Gedruckten. Immer geht es um das gute Erzählen einer guten Geschichte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 7 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (55)

Volontariat/Trainee

Die 16 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 8 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *KOOB sucht PR-Consultant (m/w), Mülheim a.d.R.*
- *PR-Assistenten/-in, Düsseldorf*
- *International PR Consultant (m/w), Wiesbaden*
- *PR-Berater (m/w) Food & Beverage, Tourism, FMCG in Frankfurt a.M.*
- *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*

Medien

- *PR-Berater/in am Standort Stuttgart*

Unternehmen

- *Leiter (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden*
- *Communication Assistent (m/f) for Rostock or Copenhagen*
- *PR-Referent(in), Aachen*
- *Mitarbeiter (m/w) Vertrieb, Stuttgart und Berlin*
- *Communication Administrative Assistant (Part Time), Berlin*
- *Marketingassistenz (m/w), Berlin*

Verbände (Non-Profit)

- *Pressereferentin/Pressereferent für Wirtschaftsverband, Berlin*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 09. September 2013 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.198 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 (achelis[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 & 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 Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **438.497 Visits und 1.202.757 Page-Impressions**. 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](#)