

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 395 / 37. KW 2013

*Hinweis für PR-Agenturen: Für das neue **Social Media-Ranking** sind wir auf die Mithilfe aus den Agenturen angewiesen. Bitte übermitteln Sie uns die Links auf Ihre **Facebook- und/oder Twitter-Präsenz**. Das ist die Voraussetzung dafür, dass Ihre Agentur in das Ranking aufgenommen werden kann. Senden Sie Ihre Mail bitte an: datenbanken@pr-journal.de.*

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 395. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 53 Einzelmeldungen):

1. [PR-Journal startet Social Media-Ranking für PR-Agenturen](#)
2. [Internationaler PR-Kongress in München, Garmisch-Partenkirchen und Ettal](#)
3. [Hollmann-Peters Nachfolgerin von Jacobsen bei Beiersdorf](#)
4. [Personalien compact - Agenturen \(2\) \(37. KW-2013\)](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(9\) \(37. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(9\) \(37. KW-2013\)](#)
7. [Deutschland eröffnet neue Horizonte](#)
8. [Etats compact \(14\) \(37. KW-2013\)](#)
9. [Informationskampagne zur Europawahl gestartet](#)
10. [Grayling stellt sich international neu auf](#)
11. [Branche compact \(2\) \(37. KW-2013\)](#)
12. [DJV fordert gesetzliche Regelung des Auskunftsrechts](#)
13. [Vom Materndienst zum MehrwertContent](#)
14. [Huffington Post startet am 10. Oktober – Sebastian Matthes von der WiWo wird Chefredakteur](#)
15. [Verlagsumbau bei Gruner + Jahr](#)
16. [Welche Schule macht die beste Schülerzeitung?](#)
17. [Medien compact \(6\) \(37. KW-2013\)](#)
18. [Buchverlosung: Dreimal „Wir machen dieses Social Media“ zu gewinnen](#)
19. [Social Media compact \(5\) \(37. KW-2013\)](#)
20. [Wenn die Gallionsfiguren gehen](#)
21. [Lob für die Krisenkommunikation von Warsteiner](#)
22. [PR-Interview Nr. 99. Uta Rußmann und Peter Winkler: Social Media Präsenz allein schafft keine Partizipation oder Vernetzung](#)
23. [Mickeleit: Neues Geschäftsmodell für die PR](#)
24. [Content Marketing World: "Wir können uns nicht nur auf Werbung verlassen"](#)
25. ["Brand eins"-Verlegerin Gabriele Fischer im kress-Interview: Das Internet zwingt die Branche zu mehr Qualität](#)
26. [Neue berufsbegleitende Ausbildungsangebote der Initiative Kommunikation Heidelberg](#)
27. [Bildung compact \(3\) \(37. KW-2013\)](#)
28. [Bürger wollen klare Informationen von Unternehmen – Interaktion scheint nicht so wichtig](#)
29. [European Communications Convention mit internationalen Partnern](#)
30. [Kooperation der PR-Verbände: Treffen von DPRG Bayern, PRVA Vorarlberg und PROL Schweiz](#)
31. [Termine compact \(2\) \(37. KW-2013\)](#)
32. [Presseaussender im Vergleich](#)
33. [Mynewsdesk – neue PR-Plattform auf dem deutschen Markt](#)
34. [Lobbycontrol prüft Parteien in Sachen Transparenz](#)
35. [Tipps compact \(1\) \(37. KW-2013\)](#)
36. [„Change-Kommunikation“ neu in der PR-Bibliothek der Deutschen Presseakademie](#)
37. [Stamm Medien-Newsletter September 2013](#)
38. [Jobbörse](#)
39. [Impressum](#)

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

Seite 1

PR-Journal startet Social Media-Ranking für PR-Agenturen

Das „PR-Journal“ schaut genau hin. Jüngster Beleg: das neue Social Media-Ranking für PR-Agenturen, das im September startete. Nachdem im

Sommer geprüft wurde, welche Agenturen ihre Volontäre und Trainees nach den Vorgaben der Verträge der Journalistengewerkschaften DJV und dju bezahlen, fließen jetzt die Social Media-Aktivitäten in die Rankings im PR-Journal ein. Tagesaktuell können sich die Leserinnen und Leser des „PR-Journal“ einen Überblick verschaffen, welche Agenturen wieviele „Freunde“ bei Facebook und „Follower“ bei Twitter haben und wie sich die Zahlen verändern. Hinzu kommen bei Twitter die Zahlen, wem die Agenturen selbst folgen und wieviele eigene Tweets sie abgesetzt haben. Die Möglichkeit, in den Agenturdatenbanken des „PR-Journal“ auf die Social Media-Präsenz bei Facebook und Twitter zu verlinken, besteht für die Agenturen schon seit einiger Zeit. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Internationaler PR-Kongress in München, Garmisch-Partenkirchen und Ettal

Vom 19. bis 21. Juni 2014 treffen sich PR- und CSR-Experten aus ganz Europa zur ersten European Communications Convention (ECC). Partner sind PR-Berufsverbände und Organisationen aus dem In- und Ausland. Thematisch im Mittelpunkt stehen Sport-PR, CSR, Kommunikationsmanagement, Ethik in der PR sowie die mögliche Olympiabewerbung von München, Garmisch-Partenkirchen und Ruhpolding. Erster Medienpartner der Convention ist das „PR-Journal“. Die Tagung beginnt am Vormittag des 19. Juni in München mit ersten Meetings von Partnerorganisationen. Anschließend geht es nach Garmisch-Partenkirchen, wo auf Einladung des Bürgermeisters ein großes Get-Together mit den internationalen Gästen stattfindet. Der 20. Juni steht ganz im Zeichen der Kongressthemen, wobei auch PR-Verantwortliche der olympischen Winterspiele in Sotchi (7. bis 23. Februar 2014) und der olympischen Sommerspiele 2012 in London über ihre Erfahrung berichten werden. Am Nachmittag gibt es verschiedene Workshops, un-



ter anderem zu den Themen Kommunikationsmanagement intern und extern sowie zu den Möglichkeiten von CSR zur Förderung von Projekten im Nachwuchssport.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Hollmann-Peters Nachfolgerin von Jacobsen bei Beiersdorf

Die Hamburger Beiersdorf AG restrukturiert die Unternehmenskommunikation und stellt zum 1. Oktober ihre weltweite Kommunikation neu auf. Dazu führt das Unternehmen die Bereiche Corporate Communications und Corporate Sustainability zusammen. Die Leitung des Bereiches übernimmt Inken Hollmann-Peters (53). Sie tritt die Nachfolge von Sven Jacobsen an, der zum 1. Dezember die Position des Vice President Corporate Communications bei der Benteler International AG, Salzburg, übernehmen wird. Hollmann-Peters wird in ihrer neuen Funktion an Stefan F. Heidenreich, Vorsitzender des Vorstandes der Beiersdorf AG, berichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (2) (37. KW-2013)

1. **Patrick Messerschmidt** (44) besetzt bei der Agentur Brandzeichen – Markenberatung und Kommunikation GmbH, Düsseldorf, die neu geschaffene Position des Head of Controlling. Er bringt langjährige Controller-Erfahrung aus der Dienstleistungsbranche mit. Unterstützt wird er durch Junior-Controllerin **Sanna Apelgren** (29), die zuletzt im Controlling eines internationalen Konzerns in London tätig war. Am Münchner Standort der Agentur ist **Anna Mayer** (27) neu im Team. Als Account Director soll sie internationale Projekte betreuen. Sie bringt mehrjährige Agenturerfahrung in Marketing und PR mit.
2. **Benoît Surin** (30) und **Meike Bentivoglio** (33) sind neu an Bord bei der Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos. Surin wird als Seniorberater die Leitung des Kompetenzteams Touristik übernehmen. Er verfügt bereits über siebenjährige Erfahrung in der Touristik-PR. Bentivoglio unterstützt als Beraterin das Team IT/Telekommunikation. Sie war bereits vor einigen Jahren projektweise bei Straub & Linardatos tätig. Nun verstärkt sie die Agentur dauerhaft. Zuletzt war sie als freie Beraterin unter anderem für Edelman und Molthan van Loon tätig.

Personalien compact - Unternehmen (9) (37. KW-2013)

1. **Jochen Gutzy** (43) ist seit Juli Leiter Unternehmenskommunikation und Marketing beim Schuhhersteller Birkenstock in Vettelschoß in der Nähe Bonn. Erstmals in der rund 240 Jahre zurückreichenden Firmengeschichte hat Birkenstock diese Position eingerichtet. Gutzy ist für die gesamte Kommunikation zuständig und gleichzeitig Pressesprecher. Er berichtet an die beiden CEOs **Oliver Reichert** und **Markus Bensberg**. Der neue Kommunikationsmanager bei Birkenstock war zuletzt zehn Jahre Geschäftsführender Gesellschafter der MärzheuserGutzy Kommunikationsberatung.



- Zuvor war er unter anderem Mitarbeiter der PR-Agentur MPC, heute Weber Shandwick.
2. **Jens Krüger** (41) ist seit dem 1. September neuer Leiter Kommunikation und Political Affairs bei der Premium Aerotec GmbH in Augsburg. Das Unternehmen hat seine Kommunikationsstrukturen neu geordnet. Krüger verantwortet mit seinem Team den Unternehmensauftritt gegenüber der eigenen Belegschaft, den Medien, der Politik und der Gesellschaft. Krüger arbeitete zuvor seit 2010 bei Atlas Elektronik in Bremen, dort war Leiter Politische Beziehungen und Unternehmenskommunikation. Sein Nachfolger bei Atlas Elektronik ist seit dem 1. August **Steffen Leuthold** (36), der zuvor seit 2008 Leiter Unternehmenskommunikation bei der OHB System AG in Bremen war.
3. **Jan Herrmann** (36) ist seit dem 1. September Pressesprecher beim Unternehmen für Einzelhandelsimmobilien Lührmann Deutschland in Osnabrück. Er folgt auf **Judith Beckering-Proffe**. Herrmann verantwortet die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und berichtet an insgesamt vier geschäftsführende Gesellschafter. Herrmann arbeitete zuvor als Redakteur für das in Bielefeld erscheinende „Westfalen-Blatt“.
4. **Bernhard Fuckert** (43) arbeitet seit dem 1. September als Manager External Communications bei Nokia Solutions and Networks (NSN) in München. Diese Kommunikationsstelle für Deutschland war zuletzt unbesetzt. Fuckert berichtet an **Victoria Main**, die Head of Media Relations ist. Der neue Kommunikationsmanager arbeitete zuvor in verschiedenen Agenturen, die auf technologische Themen spezialisiert waren.

5. **Thorsten Simon** (36) ist seit dem 1. September Senior PR-Manager bei Books on Demand in Norderstedt. Er folgt auf **Deborah Klein**, die das Unternehmen verlässt. Simon ist in seiner neuen Position verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Self-Publishing-Plattform. Zuvor war er seit 2008 als Senior Account Manager für die PR-Agentur Schönknecht tätig.
6. **Mario Döbeler** leitet seit August den neu zusammengeführten Bereich PR & Marketing/ Business Development bei digivod in Meerbusch. Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist der Ausbau der operativen PR- & Marketingarbeit und die Erschließung neuer Geschäftsbereiche. Döbeler, der vor seinem Wechsel selbständig war, berichtet bei digivod direkt an die Geschäftsführung.
7. **Stephan Butz** (22) ist als Nachfolger von **Sandra Schmid** neuer Pressesprecher der Weißbierbrauerei Weisses Bräuhaus G. Schneider & Sohn in München. Butz arbeitete vor seinem Wechsel auf die Pressesprecherstelle bereits in der Marketingabteilung der Brauerei.
8. **Laurent Schüller** (29) leitet seit dem 4. September die Öffentlichkeitsarbeit bei Kreditech in Hamburg. Er wurde Nachfolger von **Sarah Koch**, die bisher die Bereiche Marke und Kommunikation verantwortete. Schüller war zuletzt selbständig, davor arbeitete er für die Kölner Agentur Plus PR als Berater.
9. **Anne Dallmeyer** (29) ist seit dem 12. August Referentin für Unternehmenskommunikation beim Essener Warenhaus Karstadt. In der neu geschaffenen Position liegt der Schwerpunkt ihrer Arbeit auf der externen Kommunikation. Dallmeyer, die als PR-Referentin von der Nürnberger Messe kam, berichtet bei Karstadt an den Leiter Unternehmenskommunikation **Stefan Hartwig**.

Personalien compact - Sonstige (9) (37. KW-2013)

1. **Marion Linnenbrink** (40) heißt die neue Leiterin der Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei der Stadtverwaltung Bergisch Gladbach. Die Juristin und ausgebildete Journalistin wird damit Nachfolgerin von **Stefan Kunze**, der im April tödlich verunglückte. Zuletzt arbeitete sie frei für den

 **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



2. **Philipp Metzger** (49), wird zum 1. Januar 2014 neuer Direktor des Bundesamts für Kommunikation (Bakom) in Biel in der Schweiz. Metzger, der erst seit April dieses Jahres stellvertretender Direktor des Entwicklungsbüros der Internationalen Fernmeldeunion ITU ist, tritt an die Stelle von **Martin Dumermuth**, der Anfang November die Leitung des Bundesamts für Justiz übernimmt. Im Bakom war Metzger bereits als Vizedirektor und Leiter der Abteilung Telekomdienste sowie ab 2012 als Stellvertretender Direktor tätig. (Quelle: kleinreport.ch)
3. **Stefan Mayer** (44) ist seit dem 1. August Pressesprecher beim Bundesamt für Verfassungsschutz (BfV) in Köln. Er wurde Nachfolger von **Bodo Becker**, dessen Stellvertreter er war. Becker wechselte in die Fachabteilung „Ausländerextremismus und Linksextremismus/-terrorismus“ derselben Behörde. Nachrücker als stellvertretender Pressesprecher beim BfV wurde ebenfalls zum 1. August **Markus Beyer-Pollok** (42), der am Dienstsitz in Berlin tätig ist. Er kam vom Bundesinnenministerium, wo er auch stellvertretender Pressesprecher war.

4. **Bettina Knappe** ist seit dem 1. September neue Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Bundesverbands Druck und Medien (bvdm) in Berlin. Sie berichtet an Hauptgeschäftsführer **Paul Albert Deimel**. Knappe wurde Nachfolgerin von **Gabi Schermuly-Wunderlich**, die als Geschäftsführerin zur Arbeitsgemeinschaft Medienwerbung im Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke nach Frankfurt am Main ging. Knappe war zuvor für die Agentur Scholz & Friends Leiterin des European Office in Brüssel.
5. **Sabine Grüngreif** verlässt nach nur wenigen Wochen die Hamburger Bauer Media Group und kehrt zu Gruner + Jahr (G+J) zurück. Dort soll Grüngreif die zentrale Markenkommunikation leiten. Das berichtet „W&V Online“. Damit folgt die „Rückholaktion“ bereits der neuen Verlagsstruktur, die G+J in acht "Communities of Interest" aufteilt (siehe dazu die PR-Journal Rubrik Medien). Bisher wurden die jeweiligen Verlagsgruppen von einzelnen PR-Units betreut. Vor ihrem Wechsel zu Bauer war Grüngreif verantwortlich für die PR und Kommunikation der Frauen- und People-Magazine. Bei G+J wird die Unternehmenskommunikation weiterhin von Claus-Peter Schrack geleitet, Christian Merl ist unverändert Pressesprecher.
6. **Gerd Fleischer** (48) leitet seit dem 15. August die Kommunikation für den Bereich Nahrungsmittel und Getränke bei der Messe Stuttgart. Vorgängerin **Stephanie Josst** wechselte als Kommunikationsmanagerin zur Koelnmesse. Fleischer ist bereits seit 2005 bei der Messe Stuttgart, wo er bisher verschiedene Kommunikationsaufgaben betreute.
7. **Thomas Jauch** ist als Nachfolger von **Marianne Binder-Keller** vom Parteipräsidium der Christlichdemokratischen Volkspartei in der Schweiz (CVP) zum neuen Kommunikationschef gewählt worden. Jauch, der seine Stelle zum 1. Januar 2014 antritt, arbeitet seit 2010 beim Bundesamt für Gesundheit, wo er die Kommunikation im Bereich übertragbare Krankheiten leitet. Jauch war bis 2005 Stadtpolizist in Luzern, ehe er als Mediensprecher bei der Stadt- und der Kantonspolizei Bern in die Kommunikation wechselte.



8. **Christian-Henner Hentsch** (34) leitet seit dem 1. September die politische Kommunikation VG Media, der Verwertungsgesellschaft der privaten Fernseh- und Hörfunksender in Berlin. Die Stelle wurde neu geschaffen. Zuletzt war Hentsch seit 2009 Mitarbeiter des stellvertretenden Vorsitzenden der CDU/CSU-Bundestagsfraktion **Günter Krings**, Mitglied des deutschen Bundestages (MdB). Parallel war er seit 2012 Leiter des Schwerpunktbereichs Urheberrecht der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht.
9. **Norman Schirmer** (31) unterstützt ab dem 1. Oktober den Kommunikations- und Politikbereich des Bundesverbandes Öffentlicher Banken Deutschlands (VÖB) in Berlin. Als Referent berichtet Schirmer an **Stephan Rabe**, den Bereichsleiter Kommunikation und Politik. Schirmer war zuvor seit 2009 Mitarbeiter im Büro von **Andreas Lämmel** (CDU), MdB, zuletzt hatte er die Position des Büroleiters inne.

Etats

Deutschland eröffnet neue Horizonte

Gelungene Imagearbeit für Deutschland: Im Auftrag des Deutschen Akademischen Austauschdienstes e.V. (DAAD), Bonn, hat die Berliner Kommunikationsagentur WE DO communication einen neuen Imagefilm produziert. Der rund sieben Minuten lan-

ge Film präsentiert Deutschland als hervorragenden Studienstandort und soll Studierende aus dem Ausland für ein Studium an deutschen Hochschulen motivieren. Der Film stellt sechs junge Studierende aus den USA, Saudi-Arabien, Indien, Russland, Kolumbien und Großbritannien stellvertretend für viele andere vor. Sie studieren an verschiedenen Hochschulen in Deutschland und werden in ihrem Alltag gefilmt. Sie erzählen den Zuschauern von ihrer neuen Heimat Deutschland, von ihrer Stadt, vom Leben und den Studienbedingungen in Deutschland. „Germany – new horizons“ wird weltweit auf Hochschulmessen eingesetzt und kann auf dem [YouTube-Kanal des DAAD](#) angesehen werden. Der Deutsche Akademische Austauschdienst e.V. ist die weltweit größte Förderorganisation für den internationalen Austausch von Studierenden und Wissenschaftlern. Seit seiner Gründung im Jahr 1925 hat der DAAD über 1,5 Millionen Akademiker/innen im In- und Ausland unterstützt.

Etats compact (14) (37. KW-2013)

1. FarmSaat AG, Everswinkel (Westfalen)
was: Produktion Imagefilm
an: **Agentur Sputnik**, Münster
2. B&B Hotels GmbH, Wiesbaden
was: Positionierungskampagne mit dem Titel „Hotel für Clevere“
an: **Römer Wildberger GmbH**, Berlin, und **Markenritter GmbH**, Wiesbaden
3. Onlineanbieter für Digitalfotos, Fotobücher und Fotoprodukte Ifolor AG, Kreuzlingen (Schweiz)
was: PR-Strategie und -umsetzung in der Region DACH
an: **Jung von Matt/Public Relations**, Zürich
4. Energiedienstleister AVA-CO2 Schweiz AG, Zug
was: Presse- und Medienarbeit
an: **ursula reimers consulting & communications**, Hamburg
5. WALA Heilmittel, Bad Boll
was: Kundenzeitschrift „viaWALA“
an: **Corporate Publishing-Agentur Kresse & Discher**, Offenburg



6. Wäschelabel Hanro International GmbH, Götzis (Österreich)
was: BtC- und BtB-PR in der Region DACH
an: **häberlein & mauerer**, München
7. Onlinespiele-Hersteller Nexon Europe, Luxembourg
was: Lead-Agentur für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Europa
an: **Marchsreiter Communications GmbH**, München
8. ImmobilienScout24, Berlin
was: Kundenmagazin „Freiraum“ - Umsetzung als Printausgabe und App
an: **Profilwerkstatt GmbH**, Darmstadt
9. PL Gutscheinsysteme GmbH, München
was: PR- und Medienarbeit für den Geschenkgutschein-Anbieter BonaYou
an: **Element C, Agentur für PR und Design**, München
10. Arbeitsmarktservice Österreich, Wien
was: Berufsinformations-Kampagne „Picture your job“
an: **Unique Werbe GmbH und Grayling Austria GmbH**, beide Wien
11. pcvisit Software AG, Dresden
was: Presse- und Medienarbeit
an: **Wordfinder Ltd. & Co. KG**, Schenefeld
12. Internationales Medienunternehmen DWPub, London
was: Einführung der Online-Plattform ResponseSource (journalistischer Recherchedienst) in der Region (DACH)
an: **Kommunikationsberatung Venture Pursuit PR**, München
13. Fußballbundesligist VfB Stuttgart
was: Vereinschronik in drei Bänden
an: **Agentur KircherBurkhardt GmbH**, Berlin

14. Pharmaunternehmen Berlin-Chemie AG, Berlin
was: Fortbildungskonzept für Arzt-Männer-Kommunikation, Zielgruppe Urologen
an: **face to face GmbH**, Köln

Branche

Informationskampagne zur Europawahl gestartet

Landtagswahl, Bundestagswahl, Europawahl – die Bürger müssen eben was tun für ihre Demokratie. Damit das niemand vergisst, startete bereits am 10. September die Informationskampagne des Europäischen Parlaments für die Europawahl 2014 am 25. Mai. Die Kampagne ist in vier Phasen gegliedert und endet, nachdem das neuformierte EU-Parlament den nächsten Präsidenten der Europäischen Kommission gewählt hat. Der Slogan lautet „Handeln. Mitmachen. Bewegen“. Er soll unterstreichen, dass die Wählerinnen und Wähler durch die Europawahl entscheiden, in welche Richtung sich Europa entwickelt. Ein Spot ist auch schon gedreht – [sehen Sie selbst](#).

Grayling stellt sich international neu auf

Die globale Kommunikationsagentur Grayling stellt sich neu auf: Nach den am 28. August bekannt gegebenen personellen Veränderungen für Europa ([wir berichteten](#)) folgen jetzt Neuerungen zur Marke, zum Kernangebot und zur Wachstumsstrategie. Nach außen deutlich wird dies in einem neuen Webauftritt.

Während das Unternehmen weiterhin in allen weltweit 53 Büros die gesamte Bandbreite an Kommunikationsdienstleistungen anbietet, wird das Angebot verbessert durch datenbasierte



A&B One

Strategie, schnelle Umsetzung und technologisch unterstützte Lösungen. „Das Kommunikationsgeschäft hat sich zu einem Technologiegeschäft entwickelt“, so Graylings Global CEO Pete Pedersen. „Erfolgreiche Firmen der Zukunft werden das hohe Datenaufkommen meistern und die zentralen Erkenntnisse herausfiltern, auf denen sich erfolgreiche Strategien für Kunden aufbauen lassen. Heute errichten wir dieses Unternehmen.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (37. KW-2013)

1. Ihren **15. Geburtstag** feiert in diesem Jahr die inhaber(innen)geführte **PR-Agentur k.u.k. kommunikation** in Stuttgart. Die auf Lifestyle-Themen spezialisierte Agentur betreut Kunden aus Frankreich, der Schweiz und Deutschland und sorgt mit bilinguaem Ansatz und einem fünfköpfigen Team für erfolgreiche PR und Presse in deutschen, österreichischen und Schweizer Medien – auch denen der französischen Schweiz. k.u.k. steht für die Gründerinnen Claudia Kübler und Claudia Kundigraber. Gestartet mit einem Schwerpunkt im Non-Profit und Kulturbereich hat sich die Agentur heute auf die Bereiche Beauty, Food und Lifestyle spezialisiert.
2. Die Münchner **Plan.Net Gruppe** stellt die Weichen für kommende Herausforderungen im Digitalmarkt und legt erstmals zwei bislang eigenständig agierende Agenturen zu einer größeren Unit zusammen: Die auf **Onlinekommunikation** spezialisierte **Agentur Plan.Net Campaign** München zählt fortan 75 Mitarbei-

ter. Geführt wird sie von den beiden Kreativgeschäftsführern Axel Thomsen und Markus Maczey sowie dem Beratungsgeschäftsführer Reinhard Schneider. Weiterer Geschäftsführer für den Bereich Beratung wurde Rolf Lange.

Medien

DJV fordert gesetzliche Regelung des Auskunftsrechts

Ein Bundesgesetz über das Auskunftsrecht der Medien muss aus Sicht des Deutschen Journalisten-Verbands ganz oben auf der Agenda des neuen Bundestags stehen. Das sei die zwingende Konsequenz aus dem Urteil des Berliner Oberverwaltungsgerichts vom 12. September (Az. OVG 6 S 46.12), erklärte DJV-Bundesvorsitzender Michael Konken. Das Gericht hatte gegen einen Journalisten der „Bild“-Zeitung entschieden, der von der Bundestagsverwaltung wissen wollte, welche Bundestagsabgeordneten mehr als fünf Tablet Computer sowie ein Smartphone im Rahmen ihrer Sachleistungspauschale geordert hätten. Das OVG sah keinen Auskunftsanspruch des Journalisten, weil sich aus Artikel 5 des Grundgesetzes nur ein Minimalstandard der Auskunft ableiten lasse. Auch das Informationsfreiheitsgesetz könne nicht herangezogen werden. Dass Journalistinnen und Journalisten grundsätzlich ein Anrecht auf Auskünfte nach Minimalstandard haben, hatte im Frühjahr das Bundesverwaltungsgericht entschieden.

Vom Materndienst zum MehrwertContent

Warum Pressemitteilungen in aller Regel kein Erfolg in den Redaktionen und erst recht nicht bei Web-Usern beschieden ist, liegt auf der Hand: Die wenigsten Meldungen aus den Unternehmen



bieten Themen, die Redakteure oder User interessieren. Statt Nachrichten- oder Nutzwert verkünden sie Marketingbotschaften. Sie thematisieren lieber das eigene Anliegen (Kauf mich!) anstatt auf die (vielleicht auch nur mutmaßlichen) Bedürfnisse ihres Publikums einzugehen. Dabei gab es noch nie so viele Kanäle und Möglichkeiten für PR-Verantwortliche wie jetzt, die Welt da draußen über ihre Produkte, Dienstleistungen oder Angebote zu informieren. Noch nie bestand die Chance für Unternehmen, mit beinahe beliebig vielen Menschen gleichzeitig und direkt zu kommunizieren – ein gutes Thema vorausgesetzt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Huffington Post startet am 10. Oktober – Sebastian Matthes von der WiWo wird Chefredakteur

Am 10. Oktober ist es soweit, an diesem Tag erscheint die deutsche Ausgabe des amerikanischen Internetportals „Huffington Post“ erstmals in deutscher Sprache. Unter der Leitung von Chefredakteur Sebastian Matthes, der von der „WirtschaftsWoche“ kommt, beginnen 15 Redakteure, die in

München in unmittelbarer Nachbarschaft der „Focus-online“-Redaktion ihren Sitz haben, „ihren Angriff auf das deutsche digitale Nachrichtengeschäft“. So schreibt jedenfalls der „F.A.Z.“-Redakteur Jan Hauser im Blog Medienwirtschaft der „Frankfurter Allgemeinen“. In einem ausführlichen Beitrag nimmt er eine Einordnung vor und beschreibt, welche ehrgeizigen Ziele die „Huffington Post“ verfolgt. In fünf Jahren wolle sie unter den Top-5 der deutschen Newsportale sein. Lesen Sie selbst im *Blog Medienwirtschaft der „Frankfurter Allgemeinen“*.

Verlagsumbau bei Gruner + Jahr

Strategiewechsel beim Verlag Gruner + Jahr in Hamburg: Das Kerngeschäft soll gestärkt werden, zusätzlich wird die digitale Transformation angestrebt. Das berichtet der Medienfachdienst *„meedia.de“*. Autor Stefan Winterbauer liefert auch gleich die Analyse mit und verweist darauf, dass „nicht ausgesprochen aber unübersehbar ist, dass die neue Strategie eine radikale Abkehr der alten Strategie des früheren Vorstandschefs Bernd Buchholz ist. Der wollte mit Professional Publishing eine neue Erlös-Säule neben den Publikumsmedien aufbauen.“ Lesen Sie auf *„meedia.de“* die weiteren Hintergründe und was es mit dem „Haus der Inhalte“ und den „Communities of Interest“ bei Gruner + Jahr auf sich hat.

Welche Schule macht die beste Schülerzeitung?

Auch 2013 ruft die Bundesagentur für Arbeit in Nürnberg Nachwuchsredakteurinnen und -redakteure dazu auf, sich am „abi>> Wettbewerb“ um die beste Schülerzeitung Deutschlands zu beteiligen. Auf die Gewinner warten wieder attraktive Preise zur professionellen Unterstützung ihrer redaktionellen Arbeit. Welcher Schülerzeitungs-



redaktion gelingt es am besten, Ereignisse in und außerhalb der Schule in starke Texte und anschauliche Bilder zu packen? So lautet auch in diesem Jahr die Frage, die die Jury der Bundesagentur für Arbeit beantworten muss. Teilnehmen können alle an bundesdeutschen Gymnasien oder vergleichbaren Einrichtungen der Sekundarstufe II angesiedelten Redaktionen. Die Zeitung muss mindestens einmal im Jahr publiziert und ausschließlich von Schülerinnen und Schülern herausgegeben werden. Der Erscheinungstermin der eingereichten Print-Ausgabe sollte zwischen September 2012 und Oktober 2013 liegen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (6) (37. KW-2013)

1. **Georg Altrogge** (52), der erst vor einem knappen halben Jahr bei der Gruner + Jahr Tochter Corporate Editors als Chefredakteur für die Lufthansa-Medien anheuerte, wechselt zur Düsseldorfer **Verlagsgruppe Handelsblatt**. Dort hat übernimmt er eine Doppelfunktion. Zum einen wird er als Nachfolger von **Christoph Berdi** Chefredakteur der „Absatzwirtschaft“, zum anderen verantwortet er als Geschäftsführer den Online-Mediendienst „Meedia.de“. Letzteres dürfte ihm besonders am Herzen liegen, gehörte Altrogge doch 2007 zu den Gründern von „Meedia.de“. Erst vor wenigen Monaten hat die Handelsblatt-Gruppe „Meedia.de“ gekauft.

2. **Marion Horn** (47) wird als Nachfolgerin von **Walter Mayer** (54) neue Chefredakteurin der „Bild am Sonntag“ (BamS). Mit dem Abschied von Mayer zum 30. September tritt Horn ihre neue Aufgabe an. Derzeit ist sie noch stellvertretende Chefredakteurin bei „Bild“. Bereits von 2007 bis 2008 arbeitete sie ein gutes Jahr bei der „Bild am Sonntag“, wo sie künftig von **Nicolaus Fest** (51) unterstützt wird. Er, der aktuell auch Mitglied der Chefredaktion der „Bild“-Zeitung ist, wird ihr Stellvertreter. Weitere stellvertretende Chefredakteure der „BamS“ sind **Michael Backhaus** und **Tom Drechsler**.
3. Der „**Journalistenpreise Guide 2014**“ ist erschienen. Er erfasst auf 32 Seiten rund 300 Preise gegliedert nach Ressorts. Bei jedem Preis ist angegeben, wer diesen ausschreibt, wo man sich bewerben kann und wie viel Geld ausgeschüttet wird. Aufgelistet sind auch rund 60 Stipendien für Journalisten. Eine eigene Rubrik stellt 30 Fotopreise vor. Der „Journalistenpreise Guide 2014“ ist im 3. Jahrgang im **Medienfachverlag Oberauer** erschienen und dem aktuellen „medium magazin für Journalisten“ und dem „Wirtschaftsjournalist“ beigelegt. Als E-Book ist der Guide kostenlos auf der [Newsroom-Seite](#) erhältlich.
4. **Sven Oliver Clausen** (40), derzeit noch Redaktionsleiter des Investigativressorts bei der „Welt“, wird stellvertretender Chefredakteur des „manager magazins“. Er wird Nachfolger von **Henrik Müller** (47), der das Wirtschaftsmagazin Ende dieses Monats verlässt. *Ende Juli berichteten wir bereits* darüber, dass **Steffen Klusmann** (47) als Nachfolger von **Arno Balzer** (55) neuer Chefredakteur des „manager magazins“ wird. Mit **Martin Noé** (52), der beim Hamburger Magazin verbleibt, ist die Chefredaktion vollständig besetzt.
5. **Carsten Fiedler** (43), aktuell noch leitender Redakteur bei der „Rheinischen Post“ in Düsseldorf, wird ab dem 1. Januar 2014 neuer Chefredakteur bei der Kölner Boulevardzeitung „Express“, die im Verlag M. DuMont Schauberg erscheint. Fiedler tritt die Nachfolge von **Rudolf Kreitz** an, für den im Verlag noch eine andere Position gesucht wird. Fiedler kennt die Arbeit beim „Express“, er war dort früher in der Kölner Lokalredaktion tätig. Zudem hat er bereits



- für die „Welt“ und die „Berliner Morgenpost“ gearbeitet.
6. **Nicolas Bogs**, Geschäftsführer des Medienunternehmens Haymarket, Hamburg, verlässt die Gruppe auf eigenen Wunsch, um Neues im Medienbereich anzugehen. Unter seiner Führung wurde Haymarket Deutschland seit dem Jahr 2000 auf- und ausgebaut. Die britische Gruppe im Familienbesitz ist in Deutschland unter anderem mit Fachinformationen für Medien und Kommunikation („kress“, „PR Report“), Druckwirtschaft („Druck&Medien“), Gartenbau sowie dem Einzelhandelsbereich aktiv. Die Verantwortung für Haymarket in Deutschland übernimmt kurzfristig ein Management Board unter der Leitung von **Brian Freeman**, Chief Operating Officer der Haymarket-Gruppe in London.

Social Media

Buchverlosung: Dreimal „Wir machen dieses Social Media“ zu gewinnen



Social Media nehmen heute in der Kommunikation der meisten Unternehmen und Organisationen einen festen Platz ein. Mit den sozialen Medien ist auch das Angebot an Beratungsliteratur rasant gewachsen: Es gibt viel über den Unternehmensauftritt auf

Facebook, den YouTube-Kanal oder Recruiting im Social Web zu lesen. Aber was funktioniert wirklich und was nicht, und wie finden Sie heraus, was zur Ihrer Organisation am besten passt? Antworten auf diese Fragen geben in „Wir machen dieses Social Media“ die Praktiker selbst: Verantwortliche aus großen Unternehmen, Startups und Non-Profit-Organisationen berichten ehrlich und ungeschminkt, wie es ihnen beim Einsatz von Social Media ergeht. Außerdem stellen Social Media-Profis ihre spezifischen Arbeitsfelder vor, vom Markenbotschafter über den Personaler bis hin zur freiberuflichen Social Media-Beraterin.

Zum vollständigen Artikel auf der Homepage

Social Media compact (5) (37. KW-2013)

1. Der Düsseldorfer **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** veröffentlicht sechs neue Fachpublikationen mit aktuellen Marktzahlen und digitalem Fachwissen. Ein Beispiel ist der „**Social Media Kompass**“, der bereits in der fünften Auflage erscheint. Er richtet sich gleichermaßen an Werbungtreibende, Agenturen, Vermarkter, Portalbetreiber und Dienstleister. Neben dieser und den fünf weiteren Publikationen, die alle auf der [BVDW-Website](#) zu finden sind, hat der Verband auch eine kostenlose App veröffentlicht, mit der die BVDW-Fachliteratur auch mobil gelesen werden kann.
2. Entchen Else und ihre Freundinnen, die **Stadtwerke Aachen** (STAWAG) und die Aachener Bürger soll die **Guerilla-Aktion der Kölner Werbeagentur Counterpart** glücklich gemacht haben. Unter dem Motto „Aktion Else“ haben die Kommunikationsexperten tausende, orangefarbene Spielzeugentchen in die berühmten Aachener Brunnen entlassen. Das Ziel: die Bürger sollten auf die ausgezeichnete Wasserqualität in ihrer Stadt aufmerksam gemacht werden. Wohl mit Erfolg: Die Kampagne erzielte über eine Million Ad-Impressions und rund 2.000 Shares und Likes bei Facebook. Else und ihre Artgenossinnen konnten zudem in nur 23 Tagen fast 200 neue Fans gewinnen.



3. **LinkedIn**, das nach eigenen Angaben mit weltweit 238 Millionen Mitgliedern größte professionelle Netzwerk, hat in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) einen Meilenstein erreicht und zählt nun **vier Millionen Mitglieder**. Seit Ende November 2012 konnte LinkedIn eine Millionen neue Nutzer gewinnen und wuchs so innerhalb von zehn Monaten um 35 Prozent. Das Karrierenetzwerk **Xing** hat 13 Millionen Mitglieder weltweit, davon mehr als **6,5 Millionen im deutschsprachigen Raum**. Die Zahl der Premiummitglieder beläuft sich bei Xing derzeit weltweit auf über 800.000.
4. **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.
5. **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](#).

Reputation Management

Wenn die Gallionsfiguren gehen

(cw) Volkswagen ohne Ferdinand Piech, Apple ohne Steve Jobs. Während die Folgen des Ausscheidens bei Volkswagen noch abzuwarten sind, zeigen sich bei Apple erste Anzeichen dafür, dass ohne den Pioniergeist, das Charisma und die Leidenschaft des ehemaligen Gründers die Marke erstmals unter Druck gerät.

Sind die Zeiten vorbei, in denen die iPhone-Nutzer schon eine Nacht vor Auslieferung eines neuen iPhones ihr Nachtquartier vor den Shops aufschlu-

gen, um eines der begehrten Kult-Handys zu ergattern? Wohl nicht und es ist sicherlich auch zu früh, um eine Prognose hierfür abzugeben. Dennoch eine ungewohnte Situation, dass mit der Auslieferung des neuen iPhone 5 trotz gewohnten PR-Rummels die Euphorie bei den Käufern sich in Grenzen hielt. Wenig prickelnd Neues, dafür vieles, das die Konkurrenz auch an neuartigen Features bietet. Eine Tageszeitung orakelte bereits, dass Apple das gleiche Schicksal erfahren könnte wie der einstige Marktführer Nokia. Sicher ist, so ist auf Twitter zu lesen, entstanden die im iPhone 5 enthaltenen Neuerungen nicht alle aus dem Entwicklungsschweiß der Apple-Labs. Die Konkurrenz nimmt es auf Twitter gelassen: „Imitation ist die beste Art des Schmeichelns“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lob für die Krisenkommunikation von Warsteiner

„Nur eins scheint klar: das Bier ist sauber.“ Der letzte Satz des Filmbeitrags für „WDR aktuell“ über eine mögliche Verbindung der Warsteiner Brauerei mit der Legionellen-Infektion am Ort bleibt haften. Das entspannt die Situation für das Unternehmen ein wenig. Doch die Krise ist da. Nach Kräften versucht die Öffentlichkeitsarbeit der Brauerei die Lage zu beruhigen und auf allen Kanälen zu informieren. Auf seiner Website widmet sich der „WDR“ der Krisenkommunikation von Warsteiner. In einem Interview mit dem Kommunikationsexperten Christian Scherg wird analysiert wie gut sie funktioniert. Der Geschäftsführer der Agentur Revolvermänner GmbH in Düsseldorf und Reputationsexperte lobt Warsteiner und erläutert, wie vorsichtig die Absender von Informationen in einem solchen Fall sein müssen. Das Gespräch für den WDR führte Maïke Jansen. Lesen Sie das Interview auf der [Website der Rundfunkanstalt](#).

Das PR-Interview

PR-Interview Nr. 99. Uta Rußmann und Peter Winkler: Social Media Präsenz allein schafft keine Partizipation oder Vernetzung

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



Interview mit Uta Rußmann (li.) und Peter Winkler (re.) vom Institut für Kommunikation, Marketing & Sales der FH Wien über einen möglichen

Richtungswechsel einer „PR 2.0“.

PR-Journal: *In Ihrer Studie haben Sie festgestellt: Das Vernetzungs- und Partizipationsverständnis vieler Großunternehmen ist oftmals reine Rhetorik. So, wie viele der (österreichischen) Großunternehmen die Sozialen Medien derzeit nutzen, tragen sie nicht zur gewünschten Vernetzung mit den Stakeholdern bei. Worin besteht das Problem?*

Uta Rußmann: Unsere Studie zeigt, dass sich in den umsatzstärksten 500 Unternehmen Österreichs (Stand 2012) zwar in den Jahren 2009 bis 2011 ein starker Anstieg der Nutzung unterschiedlicher Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter und YouTube zeigt. Die Nutzung beschränkt sich jedoch auf einzelne Kanäle. Ein strategisch kombinierter Einsatz findet sich hingegen selten. Am kritischsten stellt sich die kaum vorhandene Aktivität auf den diversen Kanälen heraus, die wir über einen Untersuchungszeitraum von einem Monat gemonitort haben. In allen untersuchten Kanälen zeigt mindestens ein Drittel der Unternehmen gar keine Aktivität, veröffentlicht also keinerlei Information. Ebenso problematisch ist, dass auf Beiträge der User auch nur sehr selten reagiert wird. Damit wird faktisch

kein Raum für Partizipation und Vernetzung geschaffen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Mickeleit: Neues Geschäftsmodell für die PR

PR hat eine Zukunft, aber eine deutlich andere, als viele annehmen. Diese These vertritt Thomas Mickeleit, seit 2006 Director of Communications und Mitglied der Geschäftsleitung bei Microsoft Deutschland, Unterschleißheim. In einem Beitrag für den „Pressesprecher“, das Mitgliederorgan des Bundesverbands deutscher Pressesprecher, sagt er, dass Content Marketing der Sache nach PR sei. Daher werde die Bedeutung eigener Plattformen zunehmen, auf denen redaktionelle Inhalte publiziert werden. Das neue Geschäftsmodell bestehe vor allem darin, Storytelling auszubauen und die Themenhoheit für die Kommunikation auszuüben. Lesen Sie selbst [Beitrag von Mickeleit auf „pressesprecher.com“](#).

Content Marketing World: "Wir können uns nicht nur auf Werbung verlassen"

Content Marketing hat sich in den USA und Großbritannien zu DEM Trendthema für Marketingentscheider entwickelt und gilt als künftiger Milliarden-Markt. Deshalb ist die dritte weltweite Konferenz Content Marketing World in Cleveland auch richtig gut besucht. Content-Marketing-Experten von Kunden- Agentur- und Verlagsseite tauschen sich dort über die neuesten Trends und Entwicklungen aus. Mit dabei aus Deutschland sind auch Lukas Kircher und Rainer Burkhardt, Geschäftsführer der Agentur KircherBurkhardt.

Exklusiv für W&V Online berichten sie von der Konferenz. Weiteres Material gibt es in ihrem Agentur-Blog "Narrative" und im Live-Ticker.

Im ersten Teil berichtet Lukas Kircher von der Content Marketing World und spricht mit dem "Godfather" of Content-Marketing, Joe Pulizzi über Werbung, internationale Trends und die Bedeutung von Content Marketing für den Journalismus. Pulizzi ist Gründer des US-amerikanischen Content Marketing Institute (CMI), das sich als Zentralorgan der weltweiten Content-Marketing-Revolution versteht. Er schreibt einen der einflussreichsten Blogs zu dem Thema und hält weltweit Reden über die neuesten strategischen Kniffe für Marketers.

[Den Gastbeitrag von Frauke Schobelt am 11. September in "wuv.de" hier online weiterlesen.](#)

"Brand eins"-Verlegerin Gabriele Fischer im kress-Interview: Das Internet zwingt die Branche zu mehr Qualität

Print ist tot? Für "Brand eins" kann man diese Frage getrost verneinen: Die Auflage des monatlichen Wirtschaftsmagazins liegt schon seit Jahren stabil bei knapp 100.000 verkauften Exemplaren. Im Interview mit kress erklärt Gründerin, Verlegerin und Chefredakteurin Gabriele Fischer, warum Pauschalurteile über das Ende gedruckter Medien falsch sind, das Internet für "Brand eins" dennoch unverzichtbar ist - und Journalisten sich nicht so wichtig nehmen sollten.

kress: „Brand eins“ wird wie „Neon“ oder „LandLust“ gerne als Beleg dafür angeführt, dass Printmedien immer noch sehr lebendig sind. Fühlen Sie sich in der Gesellschaft dieser Titel gut aufgehoben?

Gabriele Fischer: Die drei Magazine sind sehr unterschiedlich, haben aber Gemeinsamkeiten: Zum Beispiel sind "Neon" und "LandLust" wie "Brand eins" für eine bestimmte Leserschaft gemacht und entwickeln sich gut. In dieser Hinsicht fühle ich mich in ihrer Gesellschaft wohl.

[Das vollständige Interview mit Gabriele Fischer vom 11. September in "kress.de" hier online weiterlesen.](#)

Bildung

Neue berufsbegleitende Ausbildungsangebote der Initiative Kommunikation Heidelberg

Die Initiative Kommunikation (IK) Heidelberg veranstaltet am 27. September ab 16.00 Uhr einen Informationsnachmittag zum berufsbegleitenden Ausbildungsangebot mit den Abschlüssen akademischer PR-Berater und Communication Master of Science. Zu Gast ist Lisa Schreiber, Absolventin des Fernstudiums PR plus und Junior Consultant bei der Cortent Communication AG in Frankfurt. Sie wird mit einem Kurzvortrag Einblick in die Abläufe und Tätigkeiten einer PR-Agentur geben. Daneben erhalten Studieninteressierte oder Personalentscheider im Seminarzentrum der IK Heidelberg von den jeweiligen Lehrgangsführerinnen einen umfassenden Überblick über das PR-Fernstudium zum akademischen PR-Berater mit Start am 17. Oktober sowie die berufsbegleitenden Master-Lehrgänge „PR und Integrierte Kommunikation“ mit Start am 28. Oktober und „Kommunikation und Management“ mit Start am 04. November. Das komplette Programm für den 27. September findet sich auch auf der [IK-Website](#).

Bildung compact (3) (37. KW-2013)

1. Am **13. und 14. November** veranstaltet die Berliner **school for communication and management (scm)** die 12. **Fachtagung Interne Kommunikation** in Düsseldorf. Kommunikationsexperten geben Einblicke, wie sich interne Kommunikatoren im Spannungsfeld zwischen Transparenz, Medienwandel und Change-Prozessen bewegen und es schaffen, sich als strategische Kommunikationsmanager mit einem wirksamen internen Stakeholdermanagement zu etablieren. Referenten der Tagung sind u.a. Josef Arweck (Porsche), Mareike Buckmann (E-Plus), Roland Großmann (GIZ), Rüdiger

2. Seit der Love-Parade-Katastrophe von Duisburg spielen Sicherheitsfragen bei Veranstaltungen eine immer größere Rolle. Speziell für Agenturen, die Events durchführen, ist die **Sicherheit von Gästen und Akteuren** oberstes Gebot. Das **Studieninstitut für Kommunikation** in Düsseldorf bietet daher am **7. und 8. November** eine Weiterbildung an. Vermittelt werden die gesetzlichen Anforderungen und Vorgaben, Wissen zur sicheren Durchführung von Veranstaltungen sowie praktische Hilfestellung bei der Bewertung von Risiken und rechtzeitigen Erkennen von Gefahren im Zusammenhang mit der eingesetzten Technik. Weitere Informationen gibt es über die [Website des Studieninstituts](#).
3. **FIRO – Fixed Income Investor Relations Officer** – heißt das neu aufgelegte Seminar des **Deutschen Investor Relations Verbands (DIRK)** und der **Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA)**, beide Frankfurt am Main. Beide Verbände intensivieren damit ihre Zusammenarbeit und nehmen das Thema Unternehmensanleihen in den Blick. Das Seminar findet am **7. und 8. Oktober** in Frankfurt am Main statt. Anhand von praxisnahen und anschaulichen Beispielen soll es einen umfassenden Einstieg in die Best Practice der Fixed Income Kommunikation liefern. Weitere Informationen gibt es auf der [DVFA-Website](#).

Studien

Bürger wollen klare Informationen von Unternehmen – Interaktion scheint nicht so wichtig

Wie wichtig ist der Bevölkerung, dass ihre Meinung bei relevanten Themen von Unternehmen und Organisationen gehört wird? Der Wert für den Wunsch nach Interaktion fällt im 1. Deutschen Kommunikations-Index überraschend niedrig aus: 28 Prozent. Information, eine anregende Ansprache und Orien-

tierungshilfen werden spürbar häufiger erwartet. Die ist eines der zentralen Ergebnisse der repräsentativen Com-X-Studie der ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation unter wissenschaftlicher Federführung von MHMK-Professor Michael Bürker. Mehr über die Studie erfahren Sie auf der [ComMenDo-Website](#).

Termine

European Communications Convention mit internationalen Partnern

Ein außerordentlich positives Echo in der internationalen PR-Welt findet die erste European Communications Convention (ECC), die vom 19. bis 21. Juni 2014 in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal stattfinden wird. Neben der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) haben PR-Berufsverbände und Organisationen aus Rumänien, Russland, Slowenien und der Ukraine zugesagt, Partner der ECC zu sein. Mit weiteren Verbänden vor allem aus Belgien, Italien, Österreich, der Schweiz und Serbien laufen bereits intensive Gespräche. Ziel der Convention ist es, die internationale Zusammenarbeit von PR-Experten zu fördern, im übertragenen Sinne Brücken zu bauen, sich untereinander auszutauschen und von Kollegen zu lernen. Angesichts einer möglichen deutschen Bewerbung um die Olympischen Winterspiele 2022 (München, Garmisch-Partenkirchen, Ruhpolding) stehen Sport-PR, Corporate Social Responsibility und Kommunikationsmanagement thematisch im Mittelpunkt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Kooperation der PR-Verbände: Treffen von DPRG Bayern, PRVA Vorarlberg und PROL Schweiz

Einen erneuten und vielversprechenden Anlauf zu einer grenzüberschreitenden Zusammenarbeit unternahm Vertreter der deutschsprachigen PR-Verbände am 30. August 2013 im österreichischen Dornbirn. Dabei vereinbarten die Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein PROL, der Public Relations Verband Austria/ Vorarlberg und die DPRG-Landesgruppe Bayern einen kontinuierlichen Informationsaustausch, gegenseitige Einladungen und eine enge Zusammenarbeit bei Planung und Durchführung von Veranstaltungen. Auch das Thema Werbung neuer Mitglieder sowie deren Wünsche und Erwartungen an ihren jeweiligen Verband wurden diskutiert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (37. KW-2013)

1. Allorten wird die **Zukunft des Journalismus** diskutiert. So auch bei den **Medientagen der Evangelischen Akademie Bad Boll vom 18. bis zum 20. Oktober**. Sie werden dort in Kooperation mit dem Südwestrundfunk, dem Saarländische Rundfunk und dem DJV Baden-Württemberg veranstaltet. Die Eingangsthese: Die Zukunft des Journalismus hängt wesentlich davon ab, ob es gelingt, das Interesse der Jüngeren zu gewinnen. Die Fragen: Mit welchen Inhalten, Formaten und Medien erreicht man sie? Wie müssen Informationen aufbereitet sein, damit Jüngere sie nutzen und auch dafür bezahlen? Auf der [Website der Medienakademie](#) finden Sie das genaue Programm und eine Anmeldeöglichkeit. Auch ein [Blog](#) wurde schon gestartet.
2. Am **10. Oktober** lädt die Wiesbadener Agentur **Fink & Fuchs Public Relations** gemeinsam mit Kunden und Agenturpartnern aus Frankreich, Großbritannien, Osteuropa und den USA zum **PR-Workshop „Let's Go International“** nach Frankfurt am Main ein. Länderspezifische Besonderheiten, Strategien und Anwenderbeispiele im Rahmen der internationalen PR stehen auf der Agenda des kostenlosen Halb-

tages-Workshops. Neun Referenten berichten aus ihrer Praxis und diskutieren, wie der optimale Einstieg in die internationale Kommunikation aussehen kann. Weitere Details und die Möglichkeit zur Anmeldung finden Sie auf [dieser Website](#).

Tipps

Presseausseher im Vergleich

Der gute alte Presseverteiler ist immer noch das A und O guter und erfolgreicher Presse- und PR-Arbeit. Jeder PR-Schaffende weiß um die Wichtigkeit kontinuierlicher Pflege. Eine ganze Reihe von Dienstleistern bieten daher an, diese teils lästigen Aufgaben für Unternehmen zu übernehmen und dafür zu sorgen, dass die Pressemitteilungen auch beim richtigen Adressaten landen. Im Unternehmensblog der Goldmedia GmbH Strategy Consulting, Berlin, hat sich Autor Oliver Numrich die Mühe gemacht, die acht wichtigsten Anbieter miteinander zu vergleichen. Zu ihnen gehören Business Wire, Cision, ddp direct*, Meltwater, news aktuell, Preetext, STAMM und Zimpel. Die wichtigsten Fakten und Unterscheidungsmerkmale der Presseversender wurden übersichtlich miteinander verglichen. Schauen Sie sich die Charts auf dem [Goldmedia-Blog selbst an](#).

*Ergänzender Hinweis: ddp direct heißt inzwischen Mynewsdesk ddp GmbH. Wir haben am [13. September über den neuen Auftritt berichtet](#).

Mynewsdesk – neue PR-Plattform auf dem deutschen Markt

Das schwedische Unternehmen Mynewsdesk AB geht mit einer neuen Newsroom-Plattform für Unternehmensnachrichten, Branded Content und Content Marketing auf den deutschen Markt. Verbunden mit dem Start der deutschsprachigen

Plattform ist auch der offizielle Geschäftsstart der deutschen Niederlassung Mynewsdesk ddp GmbH. Mynewsdesk ddp entstand aus der Zusammenführung von Mynewsdesk, dem Marktführer für Newsroom-Lösungen in den nordischen Ländern, und der ddp direct aus Leipzig. Letztere wurde im vergangenen Jahr von dem Norwegischen Medienunternehmen NHST Media Group, dem Eigner von Mynewsdesk, akquiriert.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lobbycontrol prüft Parteien in Sachen Transparenz

Wahlprüfsteine ganz eigener Art hat die Kölner Initiative für Transparenz und Demokratie e.V., Lobbycontrol“ zusammengestellt. Sie hat alle Parteien im Bundestag gefragt, wie sie Lobbyismus transparent machen und kontrollieren wollen. Darüber hinaus hat sie für einige kleinere Parteien die Wahlprogramme ausgewertet. Im Ergebnis zeigt die Auswertung große Unterschiede zwischen den Regierungs- und den Oppositionsparteien. Die ablehnendste Antwort zu mehr Transparenz und Lobbyregulierung kommt von CDU/ CSU, gefolgt von der FDP, die an einzelnen Stellen offener ist. Die drei Oppositionsparteien teilen die meisten LobbyControl- Forderungen. Bei den kleinen Parteien haben die Piraten neben der ÖDP das ausgefeilteste Programm zur Lobbyregulierung. Eine tabellarische Auswertung der Wahlprüfsteine und die ausführlichen Antworten der Parteien finden Sie direkt im [Blog von Lobbycontrol](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps compact (1) (37. KW-2013)

1. Die eindrucksvollste Bewerbung ist eine eigene Präsenz im Internet – egal, ob man sich um einen neuen Job oder als Freiberufler um ein Projekt bewirbt. Diese Erkenntnis greift das **Berliner Start-Up Unternehmen Wundersite Force M UG** auf und bietet Freelancern und Kandidaten die Möglichkeit, schnell eine **eige-**

ne Webseite an den Start zu bringen. Wundersite heißt das Konzept. Bewerber oder Freelancer bestimmen nach der Online-Buchung, welche Inhalte sie ins Internet stellen möchten, Kostenpunkt fürs erste Jahr: 195 Euro. Das reicht von der Einbindung eines Fotos über die Auflistung von Referenzen und beruflichen Stationen bis hin zur Integration von Social Media Buttons und Kontaktformularen. Mehr über diese Geschäftsidee erfahren Sie auf der „Wundersite“.

Literatur

„Change-Kommunikation“ neu in der PR-Bibliothek der Deutschen Presseakademie



Der siebte Band der PR-Bibliothek bündelt die Erkenntnisse der Autoren Egbert Deekeling, Susanne Arndt und Dirk Barghop zum Thema „Change-Kommunikation“. Er fasst die Erfahrungen zusammen,

die die Autoren als Geschäftsführer der Kommunikationsberatung Deekeling Arndt Advisors seit den 90-er Jahren in der Begleitung von Change-Prozessen sammeln konnten. Das Handbuch bietet einen Überblick und eine Anleitung für die Gestaltung von Veränderungs-Kommunikation. In der PR-Bibliothek der Deutschen Presseakademie erscheinen Fachbücher zu den wichtigsten Themenfeldern der Public Relations und verbindet in verständlicher Sprache den aktuellen Stand der PR-Praxis mit wissenschaftlichen Erkenntnissen und praktischen Beispielen. Das Buch „Change-Kommunikation“ erscheint am 26. September. Vorbestellungen sind ab jetzt im [Depak-Shop](#) möglich.

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter September 2013

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print/Zeitungen+Zeitschriften, Rundfunk/Radio+Fernsehen, Online (seit 2003)). Im Juli 2013 wurden 10.014 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 16.423 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen/Meldungen: [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 8 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (54)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 9 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- *Redakteur/in im Bereich Nachhaltigkeitskommunikation, Hamburg*
- *Consultant (m/w) im Bereich Nachhaltigkeitskommunikation, Hamburg*
- *Erfahrene KonzeptionerIn und ProjektmanagerIn, Köln*
- *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*

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*

Verbände (Non-Profit)

- *Pressereferentin/Pressereferent für Wirtschaftsverband, Berlin*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 04. Februar 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.000 Empfänger** versandt.

Impressum



Copyright 2004 ff: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
 Herausgeber: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg
 Verlag: Epikeros PR-Portal Ltd., Siegburg (USt-IdNr.: DE265637185)
 (Handelsregister Siegburg: HRB 10771)

Redaktion: Gerhard A. Pfeffer (-fff-), Siegburg, Chefredakteur (V.i.S.d.P. + Verantwortlicher gemäß § 5 TMG + § 55 RfStV) (pfeffer[at]pr-journal.de); Thomas Dillmann (TDI), Bad Honnef, Stellvertretender Chefredakteur (dillmann[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Anja Beckmann (ab), Köln (beckmann[at]pr-journal.de) - Ressort: "SocialMedia"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "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 Kartte und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": N.N.

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

Korrespondenten: Internationales: Thomas Achelis, München, Achelis & Partner (achelis[at]pr-journal.de); **München/Oberbayern:** Frederic Sturm, München, (muenchen[at]pr-journal.de); **Düsseldorf/Rhein-Ruhr:** Juliane von Fürstenberg, Düsseldorf, BPN Concept (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 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](#)