

Pfeffers PR-Newsletter

Nr. 398 / 40. KW 2013

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 399. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 56 Einzelmeldungen):

1. [Umfrage: Reputation für Unternehmen wichtigster strategischer Risikobereich](#)
2. [UdL Digital: So viel Social Media steckt im neuen Bundestag](#)
3. [Lüssenhop: Hamburger Universität weist jede Verantwortung zurück](#)
4. [Personalien compact - Sonstige \(5\) \(41. KW-2013\)](#)
5. [Personalien compact - Unternehmen \(13\) \(41. KW-2013\)](#)
6. [Personalien compact - Agenturen \(8\) \(41. KW-2013\)](#)
7. [Agentur IRA Wülfig Kommunikation gewinnt drei neue Kunden](#)
8. [Neue Website für Ärzte ohne Grenzen](#)
9. [Etats compact \(13\) \(41. KW-2013\)](#)
10. [Bayer-04-Chef will mit neuer Imagekampagne den Ruf des Werksclubs verbessern](#)
11. [RWE startet bundesweite Werbekampagne](#)
12. [Mynewsdesk GmbH übernimmt Großteil der insolventen ddp direct GmbH](#)
13. [Hering Schuppener gewinnt erneut Sabre Award](#)
14. [Wikipedia stimmt über Verhältnis zur PR-Branche ab](#)
15. [Branche compact \(4\) \(41. KW-2013\)](#)
16. [Start der „Huffington Post“ in Deutschland – Cherno Jobatey als Aushängeschild](#)
17. [Medien compact \(3\) \(41. KW-2013\)](#)
18. [Agentur richtet „Labor“ für Social Media ein](#)
19. [Einblicke ins Online- und Social-Media-Marketing deutscher KMUs](#)
20. [Social Media compact \(3\) \(41. KW-2013\)](#)
21. [Bundesministerium für Arbeit und Soziales veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht](#)
22. [CSR compact \(2\) \(41. KW 2013\)](#)
23. [Schebens PRJ-Kolumne "Salz": Das Gleichnis vom Baum](#)
24. [Gericht: Tiroler Spinatknödel. Da staunen die Flachlandtiroler](#)

25. [Ethische Leitlinie für die PR oder zahnloser Tiger? – der neue deutsche Kommunikationskodex](#)
26. [Über die Muskelschwäche des Journalismus](#)
27. [Bildung compact \(3\) \(41. KW-2013\)](#)
28. [Berufsplanung: Frauen wollen anders Karriere machen als Männer](#)
29. [Studien compact \(1\) \(41. KW-2013\)](#)
30. [Politikkongress unter dem Motto Neustart](#)
31. [Termine compact \(1\) \(41. KW-2013\)](#)
32. [Kunst oder Krempel – was beim Fotografieren von Kunstwerken zu beachten ist](#)
33. [Jobbörse](#)
34. [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

Umfrage: Reputation für Unternehmen wichtigster strategischer Risikobereich

Wettbewerbsfähigkeit sichern durch aktives Management der Reputation: Eine neue Studie von Deloitte und Forbes Insights belegt den steigenden Rang, den das Unternehmensimage im Risikomanagement der Global Player einnimmt.

Gefährdungen der Reputation gelten aus Sicht vieler branchenführender Unternehmen mittlerweile als das wichtigste strategische Risiko überhaupt. Dies belegt der aktuelle Strategic Risk Report von Deloitte/Forbes Insights, für den die Marktforscher rund 300 Führungskräfte und Risikomanager aus umsatzstarken Industrie- und Dienstleistungsunternehmen nach aktuellen Trends und Marktentwicklungen befragten.

UdL Digital: So viel Social Media steckt im neuen Bundestag

95 Prozent aller Bundestagsabgeordneten verfügen mittlerweile über ein Social Media-Profil. Zu diesem Ergebnis kommt Martin Fuchs, der im Auftrag von UdL Digital untersucht hat, wie Social Media im neuen Bundestag genutzt wird. Präsenz der Bundestagsabgeordneten in Sozialen Netzwerken. Von den 630 neuen Bundestagsabgeordneten haben 599 mindestens ein Social-Media-Profil. Das sind mit 95,1 Prozent der Parlamentarier 5,1 Prozent mehr, als noch im alten Bundestag (Stand Juli 2013) – dort waren es 90 Prozent.

Den Artikel am 10. Oktober in "UdL Digital - Das Digital Public Affairs Blog der E-Plus Gruppe" [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Lüssenhop: Hamburger Universität weist jede Verantwortung zurück

Im Fall des möglichen Promotionsbetrugs an der Universität Hamburg weist die Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Hochschule, Christiane Kuhrt, jede Verantwortung der Universität zurück. Auf die Frage des „PR-Journal“ wie es sein könne, dass ein als Rigorosum dargestelltes Treffen in den Räumlichkeiten der Universität zum wiederholten Male unentdeckt mit einem „unechten“ Prof. Timmermann habe stattfinden können, antwortet sie: „Grundsätzlich ist es nicht auszuschließen, dass solche Treffen in den Räumen der Universität Hamburg stattgefunden haben, da die Universität eine öffentlich zugängliche Einrichtung ist.“ Auch sei die Wiederholung eines solchen Sachverhaltes grundsätzlich nicht ausschließbar, da es nicht im Einflussbereich der Universität Hamburg liege, wer sich in betrügerischer Absicht als eine fremde Person ausbebe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Personalien compact - Sonstige (5) (41. KW-2013)

1. **Holger Eichele**, seit 2009 Pressesprecher und Referatsleiter Presse im Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) in Berlin, wird ab dem 1. November als Nachfolger von **Peter Hahn** neuer Hauptgeschäftsführer des Deutschen Brauer-Bunds (DBB). Vorgänger Hahn scheidet aus Altersgründen aus. Vor seiner Tätigkeit als Ministeriumssprecher war Eichele seit 2004 Büroleiter der Mediengruppe Ippen in Berlin.
2. **Andreas Stump** (37) ist seit dem 1. Oktober neuer Pressereferent für den Bundesverband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau (BGL) in Bad Honnef. Er zeichnet verantwortlich für die externe und interne Kommunikation des BGL und berichtet direkt an Hauptgeschäftsführer **Hermann J. Kurth**. Stump wurde Nachfolger von **Bettina Hollczek**, die das Pressereferat des Verbands fast zehn Jahre leitete. Stump kommt vom VdW Versorgungsverband, wo er seit 2012 Pressereferent war.
3. **Thomas Rauh** (41) ist seit dem 1. Oktober neuer Leiter der Öffentlichkeitsarbeit an der German Graduate School of Management and Law (GGS) in Heilbronn. Er wurde Nachfolger von **Markus Schwarzer**, der seit dem 1. Oktober Professor für den Studiengang BWL-Dienstleistungsmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg ist. Rauh berichtet direkt an den Präsidenten **Dirk Zupancic**. Zuvor war er seit dem Jahr

2000 als Leiter Neue Medien und Direktmarketing sowie als Leiter der Produktkommunikation bei Hyundai Motor Deutschland.

4. **Walter Hanzmann** (50) ist seit dem 1. Oktober neuer Pressesprecher des Stifts Klosterneuburg. Diese Tätigkeit umfasst die Betreuung des Konvents und der Wirtschaftsbetriebe. Er folgt auf **Peter Schubert**, der in Pension gegangen ist. Im Konventbereich berichtet Hanzmann an den Probst des Stifts, Abtprimas **Bernhard Backovsky**, im Wirtschaftsbereich an die Wirtschaftsdirektoren **Andreas Gahleitner** und **Walter Simek**. Vor seinem Wechsel ins Stift Klosterneuburg im vergangenen Jahr war Hanzmann mit einer eigenen Werbeagentur selbständig.
5. **Hermann-Josef Borjans** (54) ist neuer Pressesprecher des Bundes Deutscher Kriminalbeamter geworden. Auf dem Bundesdelegiertentag am 24. September übertrug ihm der Bundesvorstand die Medienarbeit des Verbandes. Die Funktion wurde neu geschaffen. Borjans ist im Polizeipräsidium Bonn seit 2011 Dezernent für Technik, zuvor war er dort Leiter des Kommissariats Vorbeugung.

Personalien compact - Unternehmen(13) (41. KW-2013)

1. **Michaela Unger** (29) wurde bei paysafe-card.com Wertkarten AG, Wien/Düsseldorf neue Public Relations & Communication Managerin mit der Verantwortung für sämtliche Kommunikationsaktivitäten. Sie war zuvor Marketing and Corporate Communication Managerin bei der KPMG Austria AG. Sie hat an der Universität Wien als Publizistik- und Kommunikationswissenschaftlerin promoviert.
2. **Synthia Demetriou** (38) verantwortet ab sofort die Marketing- und Sales-Aktivitäten der MGM Networks (Deutschland) GmbH in München. Sie leitet alle Marketingaktivitäten des MGM HD Channels und die Pressearbeit.
3. **Markus Georgi** folgt beim Pharmagroßhändler Celesio in Stuttgart auf **Sabine Göttgens** als Leiter Investor Relations. Er war zuvor im Hause Grophead Investor Relations.



4. **Lisa-Marie Bille** (29) ist neue Mitarbeiterin der Kommunikationsabteilung der Lindner Hotels AG. Als Junior Managerin Public Relations ist sie ab sofort für die Bereiche Redaktion und Pressearbeit zuständig. Sie berichtet an **Catherine Bouchon**, Director Public Relations. Bille absolvierte nach ihrem Studium der Medienökonomie ein journalistisches Volontariat und war danach als Reise-Reisedirektorin beim Lifestyle-Magazin „Wanderlust“ tätig. Zuvor arbeitete sie als Assistentin bei verschiedenen TV-Produktionen.
5. **Cassandra Ellerbe-Dück** ist seit Oktober 2013 als Referentin der Geschäftsleitung für die Nachhaltigkeits- und CSR-Strategie der m:con – mannheim:congress GmbH verantwortlich. Die gebürtige New Yorkerin ist Fachfrau für Interkulturalität und Diversity Management. Von November 2010 bis September 2013 arbeitete Ellerbe-Dück als Diversity Managerin bei der Stadtmarketing Mannheim GmbH. Bei m:con unterstützt sie das Team um **Johann W. Wagner**. Eine ihrer Hauptaufgaben: die Konzeption und Umsetzung der Nachhaltigkeits- und CSR-Strategie.
6. **Marie-Blanche Stössinger** ist neue Kommunikationsleiterin bei Wooga, einem Produzenten von Social und Mobile Games mit Sitz in Berlin. Stössinger zeichnet verantwortlich für alle PR-Projekte und Events von Wooga. Sie berichtet direkt an CEO **Jens Begemann**. Die PR-Fachfrau war zuletzt Kommunikationschefin der MTV-Mutter Viacom und zuvor in gleicher Position beim Musiksender MTV.

7. **Hansjörg Kunze** arbeitet seit dem 1. Oktober als Vice President Communication and Sustainability bei Costa Crociere in Genua, Italien. Zu Costa Crociere gehören die Marken Costa Crociere, Aida und Iberocruceros. Er folgt auf Mina Piccinini, die das Unternehmen verlassen hat. Kunze berichtet direkt an Geschäftsführer **Michael Thamm**. Er bleibt weiterhin Vice President PR & Communication von Aida Cruises in Deutschland, wo er seit 2004 verschiedene Positionen im Bereich Unternehmenskommunikation innehatte.
8. **Patrick Matthey** (41) leitet als Nachfolger von **Sylvia Wuersten** die Kommunikation bei der Mediengruppe Tamedia Publications romandes in Lausanne. Vorgängerin Wuersten hat das Unternehmen verlassen, um eine neue berufliche Herausforderung anzunehmen. In seiner neuen Funktion berichtet Matthey direkt an den Leiter Unternehmenskommunikation **Christoph Zimmer**. Zuvor war Matthey seit 1997 als Chefredakteur und Leiter Kommunikation bei der Groupe Rouge.
9. **Stefanie Hauck** (38), zuletzt seit 2012 Referentin für PR und Kommunikation bei Gruner + Jahr in München, hat das Verlagshaus verlassen und wechselt zum 1. November als PR- und Marketing-Managerin zur Münchener Managementberatung Oliver Wyman. Hauck verantwortete die Kommunikation aller Marken- und Medienangebote, die G+J in München herausbringt. Der Münchener G+J-Standort wird zu großen Teilen an den Hamburger Hauptsitz verlagert. Vor ihrer Tätigkeit für G+J war sie seit 2004 bei A.T. Kearney als Marketing & Communications Specialist.
10. **Dirk Kartes** verzeichnet bei FriendScout24 in München einen erheblichen Aufgabenzuwachs. Künftig wird er als Vice President für den Gesamtbereich Brand, PR und Digital Marketing verantwortlich sein und alle Kommunikationskanäle unter einem gemeinsamen Strategiedach zusammenführen. Kartes kam am 1. März dieses Jahres zu FriendScout24 und verantwortete die Bereiche Marke, Mitgliederkommunikation und PR. Zuvor war er Mitglied der Geschäftsleitung der Heye Group und Gründungsmitglied der Digitalagentur Red Urban.
11. **Anthony Liow** (39) ist ab sofort als Senior Vice President für alle Marketingaktivitäten von Sky Deutschland in Unterföhring verantwortlich. Zu seinen Aufgaben gehören die



12. **Marisa Doppler** wird zum 1. Januar 2014 neue Managing Direktorin und Leiterin der Governmental Affairs bei der Aareal Bank. Sie wird mit Sitz in Berlin die politischen Beziehungen auf nationaler und europäischer Ebene verantworten. In der im Bereich Corporate Communications neu geschaffenen Position wird Doppler die entsprechenden Gesetzgebungsverfahren im Finanzmarkt aus Sicht der Aareal Bank begleiten. Doppler kommt von der Deutschen Bank, wo sie seit Frühjahr 2012 als Director und Head of Government & Regulatory Affairs Germany in Berlin die entsprechenden Themen betreut hat.
13. **Melinda Dósa** verantwortet seit dem 1. Oktober die Bereiche Social Media und PR bei der HQ Life AG in Zossen bei Berlin. Zu ihren neuen Aufgaben gehört die Unterstützung der externen Unternehmenskommunikation in Form der PR-Arbeit, Pflege der Social Media-Kanäle sowie der Mitarbeit bei internationalen SEO-Projekten. Erste Erfahrungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit sammelte sie während ihrer Tätigkeit für die Auslandsgesellschaft NRW e.V. in Dortmund.

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

1. **André Nacke** (39) ist ab sofort neuer Gesellschafter des Hamburger Corporate Publishing-Dienstleisters Schmitz WG Corporate Communication. Gleichzeitig wurde ihm die Leitung des Projektmanagements übertragen. Nacke arbeitete bereits nach seinem Studium zum Kommunikationswirt bei der Schmitz WG und verantwortete von 1999 bis 2002 sowie von 2005 bis 2009 als Projektmanager verschiedene Kundenetats. Weitere Erfahrungen sammelte er in den Jahren 2003 und 2004 bei Konzeptwerk in München und von 2010 bis 2013 bei Tempus Corporate.
2. **Franziska Erdle** und **Sabrina Hamberger** unterstützen als Grafikdesignerinnen das Team der Münchner Agentur für PR und Design Element C. Erdle arbeitet für die Agentur als freier Art Director, die Zusammenarbeit soll weiter ausgebaut werden. Neu an Bord ist als Junior Art Director auch Hamberger. Ihre bisherigen beruflichen Stationen waren u.a. das Designbüro suess design sowie Redblue Marketing in München.
3. **Patrick Milo** und **Adrian Huwyler** sind neue Mitglieder der Geschäftsleitung der Zürcher Agentur PRfact. Die Agentur baut damit ihr Service-Angebot in den Bereichen Corporate Communications und Digital Marketing aus. Milo ist nach einem zweijährigen Aufenthalt in China als neuer Managing Partner zu PRfact gestoßen. Neben der Betreuung von Key-Accounts fungiert er als Schnittstelle zum Ketchum-Netzwerk. Huwyler hat als Head of Digital Marketing den Auftrag, die Kompetenz im Bereich Digital mit neuen Mitarbeitern und externem Netzwerk aufzubauen.
4. **Marion Krimmer** ist als neue Prokuristin zum 1. Oktober in die Geschäftsleitung der Münchner Kommunikationsagentur w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH berufen worden. Sie gehört der international tätigen PR-Agentur bereits seit über 15 Jahren an und leitet als Senior-Beraterin das Team Travel & Lifestyle. Weitere Mitglieder der Geschäftsleitung sind die Prokuristinnen **Ute Hopfengärtner** und **Nicola Vogt** sowie die Geschäftsführenden Gesellschafter **Yvonne Molek** und **Thomas C. Wilde**.



5. **Johannes Meissner** und **Josefine Wank** sind neue Mitarbeiter der Schulmarketingagentur DAS youngstar in Hamburg. Meissner unterstützt die Agentur ab sofort als Kundenbetreuer. Zuvor war er im Bereich Kooperationsmarketing tätig. Wank besetzt ab sofort die Position des Project Manager Marketing und zeichnet verantwortlich für das Marketing und die interne und externe Kommunikation.
6. **Anna Schwan** (35) ist bei der Hamburger Kommunikationsberatung UMPR GmbH am 1. September in die Geschäftsführung aufgerückt. Neben Agenturgründerin **Ute Middelman** und Finanzgeschäftsführerin **Silke Carstens** ist die promovierte Historikerin damit die dritte Geschäftsführerin. Gemeinsam mit Middelman ist Schwan für die Bereiche Strategie und Business Development verantwortlich. Die neue Geschäftsführerin ist seit einem Jahr für UMPR tätig, zuvor war sie von 2008 bis 2012 als Leiterin Presse und Kommunikation beim Hamburg Ballett - John Neumeier tätig.
7. **Rüdiger Jürgensen** ist neuer Public Affairs Manager bei Stroomer PR, einer Kommunikationsagentur mit Standorten in Hamburg und Berlin. Jürgensen studierte Politikwissenschaften in den USA und arbeitete neun Jahre als Leiter der Abteilung für öffentliche Angelegenheiten beim Midpeninsula Regional Open Space District (MROSD) in Los Altos, Kalifornien. Seine Karriere begann in Deutschland. In Hamburg arbeitete er als Account Executive für die Industrie-Contact AG.
8. **Iris Maibaum** (27) verstärkt als Consultant das Team von **Roland Wunderlich** beim On-

line CRM Anbieter artec AG in Bonn. Sie wird vor allem im Bereich Kundenberatung eingesetzt. Die Medien- und Kommunikationsmanagerin hat Erfahrungen und Kenntnisse im Bereich Online Marketing, Kommunikation und Projektmanagement. Zuvor arbeitete sie unter anderem für die Internationale Hochschule Bad Honnef und die RTL Interactive GmbH.

Etats

Agentur IRA Wülfing Kommunikation gewinnt drei neue Kunden

Die Münchner Kommunikationsagentur IRA Wülfing Kommunikation GmbH (IWK) hat mit der M&A- und Corporate Finance-Beratung Proventis Partners, dem Regensburger Diagnostikunternehmen numares sowie der Regierung des Fürstentums Liechtenstein drei neue Kunden gewonnen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Neue Website für Ärzte ohne Grenzen

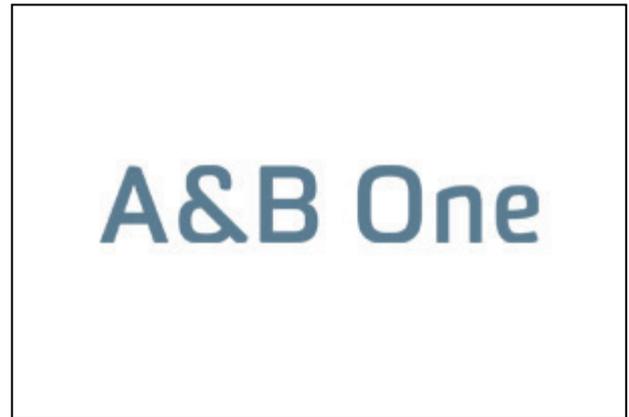
Seit Anfang des Monats hat *Ärzte ohne Grenzen Deutschland eine neue Webpräsenz*. Für Konzeption und Neugestaltung des Internet-Auftritts zeichnet Studio GOOD verantwortlich. Die technische Umsetzung betreut wegwerk mit Unterstützung von werk21. Die Berliner Agenturen setzten sich im Frühjahr 2013 in einem mehrstufigen Pitch gegen zahlreiche Mitbewerber durch und überzeugten mit ihrem Konzept und ihren Gestaltungsideen. Mit der neuen Website sollen vermehrt Spenden generiert werden, gleichzeitig dient die Seite auch als wichtiges Recruiting-Tool für Projektmitarbeiter. Zusätzlich soll der neue Auftritt über das weltweite Engagement der Organisation umfassend informieren.



Etats compact (13) (41. KW-2013)

1. a) Seccua Medical GmbH, Steingarden/Obb. was: Kommunikation mit unterschiedlichen Zielgruppen aus dem Dentalbereich
b) Hygienepreüflabor Hücker & Hücker GmbH, Kelkheim
was: Presse- und PR-Arbeit
an: **Grüne Welle Kommunikation**, München
2. Universitätsspital Basel
was: Imagekampagne
an: **BSSM Werbeagentur AG**, Basel
3. Sana Kliniken AG, Ismaning
was: Konzept und Produktion der Mitarbeiterzeitung "360°"
an: **Corporate Publishing-Verlag Journal International**, München
4. Arbeiter-Samariter-Bundesverband (ASB), Köln
was: PR- und Öffentlichkeitsarbeit in Sachsen, Sachsen Anhalt, Thüringen und Bayern für das Hochwasser-Wiederaufbauprogramm
an: **Daylight PR International**, Radebeul bei Dresden
5. a) KMU-Magazin, Horn (Schweiz)
was: Redaktion der Beilage "KMU Life"
b) teNeues Verlag GmbH + Co. KG, Kempen,
was: Texte für die App "Cool Zürich"
an: **Kommunikationsagentur concept communication**, Zürich
6. Condé Nast Verlag GmbH, München
was: Image-Kampagne für das Männer-Stil-Magazin "GQ Gentlemen's Quarterly"
an: **Jung von Matt/Alster**, Hamburg

7. Reiseveranstalter ZEIT Reisen, Hamburg
was: Pressearbeit
an: **Angelika Hermann-Meier PR**, Diessen am Ammersee
8. Bundesverband Factoring für den Mittelstand (BFM), Berlin
was: Erstellung des Kurzfilms „Factoring – Unternehmensfinanzierung für den Mittelstand“
an: **Sander Public Relations** und Produktionsgesellschaft **The Shack GmbH**, beide Hamburg
9. Renault Österreich GmbH, Wien
was: PR-Strategie und Umsetzung für Modelle der Oberklasse
an: **PR-Agentur Publico**, Wien
10. Sport- und Kurhotel Sonnenalp GmbH, Osterschwang
was: PR-Arbeit zur Steigerung der Bekanntheit in Deutschland und der Schweiz
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations**, München
11. Bahlsen GmbH & Co. KG, Hannover
was: On- und Offline-Kampagne "Leibniz-Familie des Jahres"
an: **webguerillas GmbH**, München
12. Linde AG, München
was: Monatliche Newsletter für Führungskräfte „RCN Management News“ und Mitarbeiter „RCN Highlights“
an: **Hoffmann und Campe Corporate Publishing GmbH**, Hamburg
13. Hotel Thessoni classic, Zürich-Regensdorf
was: PR Strategie und Umsetzung zur Bekanntheit in der Region DACH
an: **TN hotel.media.consulting**, Hamburg



"Bayer 04 ist kein Sanierungsfall", scherzte Schade auf der Bühne in der BayArena und lobte seinen Vorgänger: "Wolfgang Holzhäuser hat den Verein konsolidiert und auf eine finanziell gute Basis gestellt." Schade sei sich mit Holzhäuser aber einig gewesen, dass "wir im Bereich Marketing, Kommunikation und PR etwas tun müssen und außerdem im Bereich der Organisation".

"Man hat gar nicht wirklich gemerkt, was Bayer 04 in der vergangenen Saison mit dem dritten Platz erreicht hat. Wir sind nicht richtig wahrgenommen worden. Aber wehklagen hilft nichts", machte Schade deutlich und spielt unter anderem auf die BayArena an, die seiner Meinung nach "nicht häufig genug ausverkauft ist". Dies führe dazu, dass "weder die Mannschaft den nötigen Respekt noch wir die finanziellen Mittel dafür bekommen".

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche

Bayer-04-Chef will mit neuer Imagekampagne den Ruf des Werksclubs verbessern

Michael Schade will im kommenden Jahr eine neue Imagekampagne ins Leben rufen. Der neue Sprecher der Geschäftsführung bei Bayer 04 Leverkusen will damit den Ruf des Werksclubs verbessern und seine Heimspielstätte besser auslasten.

RWE startet bundesweite Werbekampagne

In der neuen Werbekampagne stellt der Essener Energiekonzern RWE die Menschen in den Mittelpunkt, die schon heute die Energiewelt von morgen gestalten. Die Kampagne zeigt, dass viele Vorweggeher überall in Deutschland gemeinsam aktiv sind. Das im Film transportierte Wir-Gefühl wirkt mitreißend und entlastend zugleich: Keiner muss die Energiezukunft alleine stemmen, jeder einzelne

kann aber daran mitwirken. Mit Leistungsstärke, der von uns gebotenen Versorgungssicherheit und mit innovativen Angeboten will RWE zum Gelingen beitragen.

Studien zeigen, dass die Deutschen die Energiewende insgesamt zwar befürworten, 75 Prozent aber inhaltlich nichts damit anfangen können. „Wir wollen das Thema greifbarer machen, uns mehr zurücknehmen und die Menschen, die sich heute für die Energiezukunft engagieren, in den Mittelpunkt stellen“, betont Bernd Widera, Vorstand der RWE Deutschland AG für Vertrieb und Regionalgesellschaften.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Mynewsdesk GmbH übernimmt Großteil der insolventen ddp direct GmbH

Die Mynewsdesk GmbH mit Sitz in Berlin, die deutsche Tochter der schwedischen Mynewsdesk AB, erwirbt mit sofortiger Wirkung zentrale Geschäftsbestandteile der insolventen ddp direct GmbH. Wie in einer Pressemitteilung bekannt gegeben wurde, sei mit der Übertragung an die Mynewsdesk GmbH die Weiterführung des Geschäftsbetriebs in vollem Umfang sichergestellt. Alle Mitarbeiter der ddp direct, so heißt es weiter, würden von der Mynewsdesk GmbH übernommen, die bestehenden Verträge mit Kunden würden fortgeführt. Die Angebote der ddp direct GmbH, unter anderem der Multimediamanager und das Themenportal, sollen zukünftig in das Newsroom-Leistungsspektrum der Mynewsdesk GmbH integriert werden. Das Zusammenspiel der traditionellen Nachrichtenverbreitung kombiniert mit Branded- und Content-Marketing ermögliche es Unternehmen, ihre Markenbotschaften an alle marktrelevanten Zielgruppen zu verbreiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Hering Schuppener gewinnt erneut Sabre Award

Die Blogger Kommunikation zum Kobold VR100 Saugroboter von Vorwerk zählt zu einer der 50 weltweit besten Public Relations Kampagnen des vergangenen Jahres. Das jedenfalls erklärte „The Holmes Report“ und wählte die Kampagne unter mehr als 4.000 Bewerbungen dieses Jahres aus, um sie mit einem Sabre Awards auszuzeichnen. Verantwortlich für die Kampagne ist bei der Hering Schuppener Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH Marlies Peine. Als Senior Director hatte sie das Kommunikationskonzept gemeinsam mit Benjamin Pauwels entwickelt. Mit dem Sieg setzt die Agentur ihre Serie an Auszeichnungen der Holmes Gruppe fort: Sie hatte erst im Mai den „Best of the Best“ Gold Sabre Award 2013 in der Kategorie „Technology: Hardware“ gewonnen. Voraus gingen zwei Silver Sabre Awards 2012 für eine Kampagne im Auftrag des portugiesischen Korkverbands.

Wikipedia stimmt über Verhältnis zur PR-Branche ab

Wikipedia hat ein Problem: Der Umgang mit der PR-Branche fällt der Enzyklopädie traditionell schwer, und umgekehrt gilt das sicher genauso. Auch wenn es mittlerweile fast 2.000 verifizierte Benutzerkonten gibt, die von Unternehmen oder anderen Organisationen geführt werden, tragen nicht alle ernsthaft und sinnvoll zur Verbesserung der Enzyklopädie bei – und Skandale wie Daimler, Bell Pottinger und Co. haben in den letzten Jahren auch nicht gerade geholfen, mehr Vertrauen zwischen beiden Seiten aufzubauen.

Bislang sind die Regeln, was Unternehmen in Wikipedia tun dürfen, relativ vage. Um beiden Seiten etwas mehr Sicherheit zu geben, beginnt heute eine Abstimmung über die Frage, ob PR und bezahltes Schreiben allgemein eingeschränkt werden sollen. Das sogenannte Meinungsbild läuft bis einschließlich 21. Oktober 2013 und ist aus einem Community-Projekt zur Untersuchung der Grenzen der Bezahlung in Wikipedia entstanden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (4) (41. KW-2013)

1. **Platz 1 behauptet:** Die mit Hauptsitz in Düsseldorf ansässige Kommunikationsagentur **Hering Schuppener Consulting** belegt auch im dritten Quartal den ersten Platz im **M&A-Ranking von „mergermarket“** und führt somit weiterhin die Liste der Kommunikationsberater bei deutschen M&A-Transaktionen an. Das gilt sowohl nach Anzahl als auch nach Wert der Transaktionen. Insgesamt begleitete Hering Schuppener in den ersten neun Monaten des Jahres 18 Fusionen und Übernahmen mit Beteiligung deutscher Unternehmen. Das Gesamtvolumen der Transaktionen lag bei 36,3 Milliarden Euro. Seit 2004 begleitete die Kommunikationsberatung insgesamt 276 Transaktionen mit einem Gesamtvolumen von rund 274 Milliarden Euro und steht seither an der Spitze des „mergermarket“ M&A-Rankings.



2. **Pitchberatung** gewinnt in Deutschland an Bedeutung. Während die Allianz der inhabergeführten Agenturen, AIKA, in diesem Jahr bereits zwei Veranstaltungen für ihre Mitglieder angeboten hat, bei denen sich Pitchberater wie Aller Best!, NB-Advice und asc agenturscouts consulting vorstellten, gibt es in Hamburg eine **Neugründung**. Die beiden früheren Cherrypicker-Mitarbeiter **Christian Niemeyer (50) und Jörg Lüsebrink (39) haben das Beratungsunternehmen „Francis Drake“** aus der Taufe gehoben. Die Zielgruppe ist klar definiert: Niemeyer und Lüsebrink richten sich an kleine und mittlere Unternehmen und wollen sie in allen Fragen, die mit der Auswahl und Betreuung von Agenturen zusammenhängen, umfassend beraten und begleiten.
3. Die **Leipziger Agentur für Kommunikation 4iMedia** startet in das 14. Jahr ihres Bestehens. Seit der Gründung 2000 hat sich aus dem regional ausgerichteten Journalistenbüro eine **Full-Service-Agentur für Content Marketing** entwickelt. Das Leistungsspektrum reicht von klassischer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Corporate Publishing und Eventkommunikation bis hin zu strategischer Online-Kommunikation und Produktion multimedialer Inhalte für Web und Social Media. Aktuell werden die Weichen für einen weiteren Ausbau in der Zukunft gestellt: Noch im Oktober nimmt das Unternehmen mit dem juristischen Wandel zu einer GmbH eine neue Rechtsform an. Ende

4. des Jahres steht ein Umzug von der Villa Schröder in die Gohliser Villa Trufanow an.
- Econ Awards würdigen Exzellenz in der Unternehmenskommunikation von Borussia Dortmund:** Mit der Preisverleihung an Borussia Dortmund geht der Econ Award erstmals nicht an eine Person, sondern an ein Unternehmen. Die Jury zeichnet den BVB auf der Preisverleihung der Econ Awards 2013 am 24. Oktober in Berlin als „Persönlichkeit des Jahres“ aus. Die Juroren zeigten sich beeindruckt von der Entwicklung, die der börsennotierte Fußballverein damit in den vergangenen Jahren genommen hat. Anerkannt wurde, dass das „Echte Liebe“-Versprechen von Borussia Dortmund keine Phrase sei, sondern wirklich gelebt werde und sich somit in einer klaren Strategie und der Nähe des Vereins zu seinen Fans widerspiegele.

Medien

Start der „Huffington Post“ in Deutschland - Chernob Jobatey als Aushängeschild

Chernob Jobatey soll als Editorial Director zum Aushängeschild für die deutsche Ausgabe der „Huffington Post“ werden, die am 10. Oktober erstmals online gegangen ist. Als künftiger Chefredakteur ist Jobatey allerdings nicht vorgesehen. Diese Rolle wird Sebastian Matthes übernehmen, sobald er aus seinem Vertrag bei der in Düsseldorf erscheinenden „WirtschaftsWoche“ entlassen wird (*wir berichteten*). Bis er seine Stelle bei der „Huffington Post“ antreten kann, leitet „Focus Online“-Chefredakteur Daniel Steil das Team. Jobatey war mehrere Jahre Moderator des „ZDF Morgenmagazins“. In seiner neuen Rolle soll er die deutsche „HuffPo“ nach außen repräsentieren, das Autorennetzwerk erweitern und auch selbst Artikel schreiben. Die Reaktionen auf den Start der „Huffington Post“ in Deutschland und die Berufung Jobateys fallen in der Medienszene unterschiedlich



aus. Der Mediendienst „meedia.de“ hat einige Reaktionen in dem Beitrag „Die Debatte um den Start der Huffington Post - Konnte sich nicht mal die Titanic ausdenken“ zusammengefasst. Lesen Sie selbst auf „meedia.de“.

Medien compact (3) (41. KW-2013)

1. **Bettina Bäumlisberger** (53) wird ab dem 1. Januar 2014 das Amt der Chefredakteurin beim „Münchner Merkur“ bekleiden. Bis zuletzt war sie Sprecherin des bayerischen Wirtschaftsministers **Martin Zeil** (FDP). Ihre journalistische Karriere hatte sie beim „Merkur“ begonnen, anschließend wechselte sie zur „Welt“. Bevor sie seit 2011 als Sprecherin für das Wirtschaftsministerium arbeitete, war sie für das Nachrichtenmagazin „Focus“ tätig.
2. Die Krise der Printmedien macht auch vor den internationalen Flaggschiffen der Branche keinen Halt. Wie der Mediendienst „turi2.de“ berichtet, wird es künftig nur eine **Globalausgabe der „Financial Times“** aus London geben. **Alle gedruckten Regionalausgaben werden ab 2014 geschlossen.** Nicht mehr erscheinen werden also die Ausgaben für Kontinentaleuropa, die USA, Asien und den Mittleren Osten. Die deutsche, zusammen mit Gruner + Jahr verlegte Ausgabe, erschien bereits im Dezember 2012 zum letzten Mal. Regionale Themen wandern auf die Website der Wirtschaftszeitung, der Fokus soll ohnehin auf digitale Inhalte gerichtet werden.
3. **Das „Hamburger Abendblatt“ feiert seinen 65. Geburtstag.** Für die Geburtstagsausgabe, die am 14. Oktober erscheint, holt die Axel Springer AG frühere Mitarbeiter aus dem Ruhestand. Rund 40 ehemalige Redakteure treffen sich am 13. Oktober in der Redaktion, um gemeinsam die komplette Zei-

tung zu gestalten. Mit dabei sind auch die einstigen Chefredakteure Menso Heyl (2001 bis 2008) und Peter Kruse (1989 bis 2001). Nach Redaktionsschluss findet ein großes „Ehemaligentreffen“ statt. Bereits am 12. Oktober veröffentlicht das „Hamburger Abendblatt“ eine Geburtstagsausgabe. Auf 48 Seiten wird verraten, was die Hamburger schon immer über die Zeitung wissen wollten.

Social Media

Agentur richtet „Labor“ für Social Media ein

Mit dem ad publica Social Lab, einem Entwicklungslabor für den erfolgreichen Umgang mit Social Media, hat die PR-Agentur ad publica Public Relations GmbH in Hamburg intern die Möglichkeit geschaffen, umfassende Social-Media-Expertise aufzubauen und weiterzuentwickeln. Erste Arbeitsergebnisse liegen bereits vor: So präsentierte die Agentur Anfang des Jahres die Ergebnisse einer Studie über Social Media in der Tourismusbranche und entwickelte ein eigenes Instrument zur Erfolgsmessung von Facebook Posts. Ziel der Arbeit im Social Lab ist es, künftige und bestehende Kunden im Hinblick auf ihre Marken-PR und Unternehmenskommunikation in den sozialen Medien professionell und umfassend bei Planung und Umsetzung zu beraten. Wer einen tieferen Einblick in die Laborarbeit nehmen möchte und Kontakt mit ad publica aufnehmen möchte, auf der [Agenturwebsite](#) steht alles.

Einblicke ins Online- und Social-Media-Marketing deutscher KMUs

Online- und Social-Media-Marketing ist nichts, das nur Unternehmen vorbehalten ist, die ihr Geld im und um das Internet verdienen. Auch lokale kleine

und mittlere Unternehmen haben inzwischen das Digital-Marketing für sich entdeckt. Die aktuelle Studie, die phaydon research + consulting mittels Angaben von 200 Unternehmen durchgeführt hat, ergibt: Die drei wichtigsten Beweggründe für Online-Marketing sind Akquise (58 Prozent), Vermarktung (54 Prozent) und Imagetransfer (53 Prozent). In Sachen Social-Media-Marketing verschieben sich die Top-3-Beweggründe hin zu Vermarktung (69 Prozent), Imagetransfer (65 Prozent) und Akquise (63 Prozent). [Zum Artikel bei t3n](#)

Social Media compact (3) (41. KW-2013)

1. Das Markenunternehmen **Kühne reichert seinen Social Media- und Online-Auftritt nun mit bewegten Bildern an.** In der „Kühne Kochkiste“ präsentiert das Hamburger Unternehmen mit dem Koch Freddy Grun ab sofort Rezeptideen zum Nachkochen. Das neue Angebot ist auf der Corporate Website bei facebook sowie YouTube und Google+ zu finden. Als ersten Erfolg vermeldet Kühne, dass das erste Video auf YouTube nach 14 Tagen 40.000 Klicks verbuchte.
2. **Nachrichtenquellen der Jugend im Netz:** 64 Prozent der Befragten zwischen 14 und 29 Jahren nennen „Facebook“, auf Rang 2 folgt schon Video. [Zum Artikel von Holger Schmidt](#)
3. **16 Facebook-Ideen, die Unternehmen von Breaking Bad lernen können.** [Zum Beitrag von Felix Beilharz](#)

CSR Unternehmensverantwortung

Bundesministerium für Arbeit + Soziales veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht

Als eines der ersten Ministerien in Deutschland und Europa hat das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht erarbeitet. Als federführendes Ressort für Corporate Social Responsibility (CSR) legt das

BMAS großen Wert auf eine nachhaltige und zukunftsgerechte Arbeits- und Sozialpolitik. Der Bericht „Sozialer Fortschritt als Verantwortung“ soll einerseits zeigen, was das Ministerium unter „nachhaltiger Politikgestaltung“ versteht und andererseits darstellen, wie der Gedanke gesellschaftlicher Verantwortung im BMAS selbst mit Leben erfüllt wird. So informiert der Bericht nicht nur über Themen wie Arbeitsmarkt, Fachkräftesicherung oder modernen Gesundheits- und Arbeitsschutz, sondern er zeigt auch, welche Themen das Ministerium als Arbeitgeber bewegt, wie etwa die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, die Beschäftigung von Menschen mit Behinderungen oder Frauen in Führungspositionen.

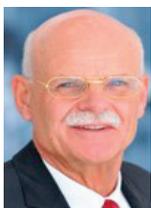
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

CSR compact (2) (41. KW 2013)

1. **Bewerbungsfrist für den Deutschen CSR Preis 2014 läuft.** Damit alle Teilnehmer aus ihrer Bewerbung das Maximale herausholen haben die Veranstalter in einem PDF Tipps und Vorschläge zur optimalen Nutzung des CSR Preises 2014 herausgegeben. Die Infos finden Sie [hier](#).
2. **Was ist CSR?** Nicht jeder kann diese Frage wirklich sicher beantworten und zusätzlich auch noch entscheiden, ob CSR für das eigenen Unternehmen interessant ist. Die CSR Initiative Rheinland der IHK Bonn/Rhein-Sieg bietet deshalb für alle Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen aus dem Rheinland kostenlose Infoseminare und Sprechstunden an. Mehr Infos [hier](#).

Kommentare

Schebens PRJ-Kolumne "Salz": Das Gleichnis vom Baum



In einer Zeit, in der sich die Öffentlichkeit aus besonderem Anlass in-

tensiv mit den traditionellen Werten der katholischen Kirche befasst, mag das Gleichnis vom Baum gelten.

Alles, was in unserer Welt unnatürlich groß und allzu prächtig wird, was die Bodenhaftung verliert und so der Windlast öffentlicher Kritik und Gegenwehr nicht mehr standhält, knickt irgendwann ein oder fällt um, hat fertig. Wie ein zu groß gewachsener Baum, dessen Krone im stürmischen Wind die Wurzeln überfordert, dessen Stamm die Äste nicht mehr trägt.

Das gilt für den Limburger Bischofskäse ebenso wie für die Fifa, für Finanzrisiken und Gewinne ebenso wie für über die Maßen expandierende Firmen und für Regierende mit übertriebenen Machtanmaßungen. Es gilt für gigantisch dimensionierte Hoch- und Tiefbauten wie hoffentlich irgendwann auch für höllenerlärmende Laubbläser. Die Liste fortzusetzen, würde Seiten füllen. Wer sich an die ersten Aufrufe zum Maßhalten erinnert, mag beim Club of Rome und seinen „Grenzen des Wachstums“ (1972/1992) ernsthafte Anregungen finden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Tiroler Spinatknödel. Da stauen die Flachlandtiroler



(nsb (Foto)) Es ist Herbst geworden, in der Küche kommen jetzt wieder die etwas deftigeren Genüsse zum Zuge – Kohl, Hülsenfrüchte, Geräuchertes. Deshalb muss es aber nicht schwer verdaulich zugehen. Und auch das fette Fleisch ist nicht unbedingt das richtige – viele Wildrezepte beweisen es. Wir kommen heute sogar völlig ohne Leichenteile von ermordeten Tieren aus.

In Deutschland und den Ländern der ehemaligen Donaumonarchie haben sich Speisen erhalten, die ihre Herkunft aus den langen Zeiten der Not wäh-

rend und zwischen den endlosen Kriegen nicht verleugnen. Aber immer schon haben die Menschen verstanden, dennoch etwas wohlschmeckendes auf den Tisch zu bringen. Ein Beispiel sind die zahlreichen Varianten von Knödeln – heute meist als Beilage zu üppigen Braten geschätzt, früher aber das einzige, was die Menschen hatten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Vorgestellt wurde der Kodex und die Bedeutung ethisch-moralischer Leitlinien für die PR von Prof. Dr. Günter Bentele von der Uni Leipzig. Dr. Ingrid Vogl vom österreichischen PRVA ergänzte die "Theorie" und die von Bentele genannten Kommunikationskandale um weitere Beispiele aus unserem Nachbarland.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Ethische Leitlinie für die PR oder zahnloser Tiger? – der neue deutsche Kommunikationskodex

Ein Autorenbeitrag von Annegret Haffa, München

Die Veranstaltung über den neuen Deutschen Kommunikationskodex, zu der die DPRG und die BAW eingeladen hatten, warf mehr Fragen auf als Antworten gegeben werden konnten.

- Braucht die PR einen Kommunikationskodex?
- Wie wichtig sind moralische und ethische Selbstverpflichtungen für Kommunikationsarbeiter?
- Geht es darum, aus den Kodizes verbindliche, unter Umständen auch strafrechtlich relevante Gesetze zu entwickeln?
- Sind die Kodizes die Basis für eine notwendige "Verrechtlichung" der PR?
- Brauchen wir statt wirkungsloser moralischer Selbstverpflichtungen und einer Ethik der PR nicht schärfere Gesetze und Strafen, um Missbrauch, Korruption, verdecktes Lobbying und Bestechung zu verhindern?
- Wie viele PR-Schaffende, Pressesprecher, Kommunikationsverantwortliche, Journalisten, Politiker, Medien und Verbände kennen überhaupt diese Richtlinien?
- Gehören PR-Kodizes in die Compliance-Regelungen von Unternehmen integriert?
- Sollen PR-Kodizes Bestandteil von Arbeitsverträgen für Kommunikationsschaffende werden?

Lesehinweise

Über die Muskelschwäche des Journalismus

Der Journalismus ist auf dem absteigenden Ast, PR gewinnt an Bedeutung und Deutungshoheit in den Medien. Diese These vertritt Hans-Udo Sattler in seinem Onlinemagazin „politropolis“. Unter der Überschrift „Die Wahrheit? – PR übernimmt den Journalismus“ führt er u.a. am Beispiel der Berichterstattung über die havarierte Ölplattform „Deepwater Horizon“ aus, wie sehr es PR-Schaffenden gelänge, „Meinung zu designen“. Er zitiert Quellen, die belegen, dass es seinerzeit vor Ort mehr PR-Leute gegeben habe, die für ihre Firmen aussagten, als Reporter anwesend gewesen wären. Darüber hinaus führt er aus, wie sich in den USA rein zahlenmäßig das Verhältnis von Journalisten zu PR-Leuten verschoben habe. Während es 1980 etwa 0,45 PR-Arbeitnehmer pro 100.000 Einwohner im Vergleich zu 0,36 Journalisten gegeben habe, seien es im Jahr 2008 rund 0,9 PR-Leute im Vergleich zu 0,25 Journalisten. Lesen Sie selbst auf [„politropolis“](#).

Bildung

Bildung compact (3) (41. KW-2013)

1. **Storytelling-Seminar bei Laub & Partner.** Laub & Partner in Hamburg erweitert sein Seminarangebot um eine 1,5-Tages-Veranstaltung zum Thema Storytelling. Die ersten Termine, die gemeinsam mit dem langjährigen Netzwerkpartner System + Kommunikation durchgeführt werden, finden noch in diesem Jahr im November und Dezember statt. „Der Begriff Storytelling ist derzeit in aller Munde. Je mehr ‚Storytelling‘ zum ‚buzzword‘ wird, desto unklarer wird leider auch, was eigentlich damit gemeint ist und worauf es wirklich ankommt. Wir wollen Klarheit schaffen und Grundlagen vermitteln, die jeder Anwender von ‚Storytelling‘-Tools kennen sollte“, erläutert Geschäftsführer Jan Fockele den Anspruch des Seminars. Weitere Informationen und Anmeldung unter: www.laub-pr.com/akademie/storytelling/
2. Ein fünftägiges **Grundlagentraining zum journalistischen Schreiben führt die AFK Akademie Führung und Kommunikation** vom 11. bis 15. November durch. Im Seminar S1 - Journalistisches Schreibtraining in Oberursel bei Frankfurt/Main lernen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Grundregeln und Techniken des journalistischen Schreibens kennen und vor allem richtig anzuwenden. Auf dem Programm stehen: Bedarfe und Textanforderungen interner und externer Medien, Nachrichtensprache, Umgang mit Nachrichtenwert, journalistische Darstellungsformen, insbesondere Meldungen, Berichte, Interviews sowie eine Einführung in Feature und Reportage, dazu Übungen – individuelles Feedback – Übungen. → afk-online.com.
3. Facebook & Co. – Zeitkiller oder unentbehrliche Wissens- und Dialog-Plattformen? Journalisten brauchen eine Strategie fürs Social Web. Im Seminar von Uwe Baltner, Geschäftsführer von **SMO14 – Agentur für Content und Kommunikation**, gibt es konkrete **Anleitungen zur strukturierten Recherche im Social Web**. Die Teilnehmer lernen im Rahmen von praktischen Übungen die wichtigsten sozialen Netzwerke und Tools kennen – von Facebook bis zu HootSuite und Evernote. Veranstalter ist die VDZ Akademie GmbH, Berlin. Das **Seminar findet statt am 13. November in Frankfurt am Main**. Zu

weiteren Informationen zur Anmeldung geht es hier auf die [Website der VDZ-Akademie](#).

Studien

Berufsplanung: Frauen wollen anders Karriere machen als Männer

Karriere machen, das gehen Männer und Frauen sehr unterschiedlich an. Eine neue Studie zeigt: Frauen planen und entscheiden anders. Hier erklären die Autoren Andreas Boes und Anja Bultemeier, wie Firmen sich darauf einstellen müssen.

KarriereSPIEGEL: Herr Boes, Frau Bultemeier, wollen Frauen jetzt Karriere machen oder nicht?

Boes: Sie sollten das Frauen so nicht fragen, denn sie werden auf diese Frage anders antworten als Männer. Männer sagen: Ich will in zehn Jahren Vorstand sein. Frauen planen Schritt für Schritt und überlegen dann immer wieder von Neuem, ob sie noch weiter gehen können und wollen.

KarriereSPIEGEL: Sprich: Sie wollen keine Karriere machen.

Bultemeier: Doch, doch. Denn wenn Sie Männer und Frauen nach ihren Entwicklungswünschen fragen, dann gibt es eigentlich keine Unterschiede, ja, eigentlich wollen beide Geschlechter dann das Gleiche. Mehr Gehalt, mehr Macht, mehr Einfluss.

Den Artikel vom 11. Oktober von Helene Endres im "Karriere.Spiegel" hier online weiterlesen.

Studien compact (1) (41. KW-2013)

1. **Com-X-Studie 2013:** Wie relevant ist Unternehmenskommunikation für die Bevölkerung? Das hängt sicher vom Unternehmen und dessen Dienstleistungen oder Produkten ab. Dennoch ist das Ergebnis die „Com-X“-Studie in diesem Punkt interessant. **Nicht einmal jeder Zehnte der repräsentativ befragten Personen in Deutschland sucht aktiv nach Kommunikationsangeboten von Unternehmen (9 Prozent).** Das jeden-

falls ist eines der Ergebnisse der „Com-X“-Studie, die von der GfK Marktforschung im Auftrag der Münchner ComMenDo Agentur für Unternehmenskommunikation durchgeführt wurde. Mehr über die Studie direkt bei [ComMenDo](#).

Termine

Politikkongress unter dem Motto „Neustart“

Unter dem Motto „Neustart“ steht am 25. November der elfte Politikkongress in Berlin statt. Der Veranstalter, die Helios Media GmbH, hat vier Leitfragen für den Kongresstag formuliert. Sie lauten: „Wer sind die Akteure?“ „Was sind die Themen?“ „Was fordert die Wirtschaft?“ und „Wie erreiche ich die Politik?“ – Ob sie alle schon beantwortet werden können, ist offen, denn die Koalitionsverhandlungen in Berlin scheinen langwierig zu werden. Doch trotz oder gerade wegen der vermutlich noch fehlenden Antworten, dürfte die Veranstaltung von besonderem Interesse sein. Der Politikkongress findet in diesem Jahr zum elften Mal statt und versammelt führende Akteure der politischen Kommunikation zu einem interessanten Austausch über Trends, Themen und Techniken der politischen Kommunikation und der Interessenvertretung.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (1) (41. KW-2013)

1. Am 24. Oktober heißt das Thema der nächsten **Veranstaltung des PR Club Hamburg: "Fluch und Segen - Der eigene Ruf in der Online-Welt"**. Referenten sind: Harald Ehren (fischerAppelt PR Agentur), Prof. Lewandowski (HAW Hamburg), Bruno Schmidt (Schmidt & Schulz SEO Agentur) und Patrick Schulz (Schmidt & Schulz SEO Agentur). Anmeldungen zur Veranstaltung im Amerikazentrum Hamburg am Sandtorkai über www.otseinladung.de/event/60e31f6883.

Tipps

Kunst oder Krempel – was beim Fotografieren von Kunstwerken zu beachten ist

Der Bundesverband der Pressebild-Agenturen und Bildarchive e.V. BVPA., Frankfurt am Main, lädt ein zur „PICnight“. Unter der Überschrift „Kunst oder Krempel? - Fotografieren und Veröffentlichen von Kunstgegenständen wie Gemälden, Skulpturen und Installationen“ geht es dabei um rechtlich heikle Themen wie Urheberrecht, Nutzungsrecht, Schutzfrist, Gemeinfreiheit, Recht an Reprofotos und Werke im öffentlichen Raum. Klarheit in vielen dieser Fragen soll Rechtsanwalt Götz Schneider-Rothhaar von der Kanzlei Fuhrmann Wallenfels schaffen. Bei der „PICnight Frankfurt“ am 31. Oktober stellt der Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht an verschiedenen Beispiele dar, was erlaubt ist und was nicht. Die „PICnight“ findet in Frankfurt am Main in der Melobar, Bachmannstraße 2-4, statt, der Beginn ist um 19.00 Uhr.

[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 (51)

Volontariat/Trainee

Die 12 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

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

Agenturen

- [Teamleiter/-in für Public Relations, Berlin oder Leipzig](#)
- [PR-Berater/-in, Hamburg](#)
- [PR-Berater\(in\) für Fashion, Beauty & Lifestyle, Düsseldorf](#)
- [Junior PR-Berater für Mode- & Lifestylekunden, München](#)
- [Consultant \(m/w\), Frankfurt a.M.](#)
- [\(Senior\) PR-Consultant für Mode- und Lifestylekunden, Hamburg](#)
- [Berater für Marken-PR \(m/w\), Düsseldorf und Hamburg](#)
- [Account Manager Healthcare-PR \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR Seniorberater/innen bei Cohn&Wolfe, Frankfurt a.M.](#)
- [Senior PR-Consultant \(m/w\) Telekommunikation, München](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Frankfurt](#)
- [Consultant / Senior Consultant \(m/w\) für Public Relations im Bereich Healthcare, Frankfurt oder München](#)
- [CLY Communication mit Sitz in Berlin sucht einen \(Senior\) PR Berater/in](#)
- [PR Junior-Berater \(m/w\) Food- und Konsumgüterbranche, Frankfurt](#)
- [PR-Berater/in bei Publik, Ludwigshafen am Rhein](#)
- [Senior-PR-Berater/-in, Hamburg](#)
- [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.](#)

Medien

- [PR-Berater/in am Standort Stuttgart](#)

Unternehmen

- [Referent \(w/m\) Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Neckarwestheim](#)
- [Leiter \(m/w\) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Wiesbaden](#)
- [Communication Assistant \(m/f\) for Rostock or Copenhagen](#)
- [PR-Referent\(in\), Aachen](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Referent/in Öffentlichkeitsarbeit, Bonn](#)
- [Campaigner/in bei Campact, Verden](#)
- [Referent \(m/w\) Öffentlichkeitsarbeit, Frankfurt](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 14. Oktober 2013 um 21:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **11.195 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 (fuerstenberg[at]pr-journal.de); **Berlin/Potsdam:** Birgit Grigoriou, Berlin (grigoriou[at]pr-journal.de); **Hamburg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** N.N..

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

Die Gesichter zu den Namen der "Mitmacher" in der Redaktionsarbeit des PR-Journals haben wir auf unserer neuen [Serviceseite](#) dokumentiert.

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzeigen[at]pr-journal.de.

Anschrift:

Lendersbergstrasse 86, 53721 Siegburg
 Telefon: 02241 2013060
 Telefax: 02241 2013061
 Mobilfon: 0160 94635777

E-Mail: redaktion[at]pr-journal.de

URL: <http://www.pr-journal.de>; <http://www.pr-journal.at>;
<http://www.pr-journal.ch>; <http://www.pr-journal.com>;
<http://www.pr-journal.info>; <http://www.pr-journal.net>;
<http://www.agenturcafe.de>; <http://www.neues-prportal.de>;
<http://www.pr-journal.de/newsletter/archiv.html> .



Die Auflage des PR-Journals wird kontrolliert durch die Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Berlin. Für 2012 wurden von InfOnline, Bonn für die 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](#)