

PR-Journal Newsletter

Nr. 410 / 02. KW 2014

Und hier das Inhaltsverzeichnis des 410. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 47 Einzelmeldungen):

1. [PR-Experten: Die Top-Themen in 2014](#)
2. [PR-Interview Nr. 109. Andreas Stiene: „Die Unbefangenheit ist weg“ \(zum Outing von Thomas Hitzlsberger\)](#)
3. [Timo Lommatzsch im "pressesprecher": Die PR verschläft ihren Sieg!](#)
4. [Coca-Cola Deutschland richtet Kommunikationsbereich neu aus](#)
5. [Ansgar Zerfaß leitet europäische PR-Wissenschaftsorganisation](#)
6. [Personalien compact - Sonstige \(8\) \(02. KW-2014\)](#)
7. [Personalien compact - Agenturen \(7\) \(02. KW-2014\)](#)
8. [Personalien compact - Unternehmen \(10\) \(02. KW-2014\)](#)
9. [Weltbild: komm.passion übernimmt Kommunikation im Auftrag des Insolvenzverwalters](#)
10. [Etats compact \(15\) \(02. KW-2014\)](#)
11. [Dederichs Reinecke & Partner übernimmt Vitamin B Public Relations](#)
12. [Schweizerischer PR-Agenturverband mit neuem Vorstand](#)
13. [PR 2014: Wir brauchen einen radikalen Schnitt! Ein Weckruf für die Unternehmenskommunikation zum Jahresbeginn](#)
14. [Branche compact \(3\) \(02. KW-2014\)](#)
15. [Gedankensplitter zum Tod deutscher Medien](#)
16. [Social Media und soziale Netzwerke - Nutzerzahlen in Deutschland 2014](#)
17. [Hitzlsperger: Wer hat an Reputation gewonnen?](#)
18. [Trend 2014: Durchbruch strategisches Reputation Management](#)
19. [Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR \(2\)](#)
20. [Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR](#)
21. [Zehn Thesen zur Zukunft der Arbeitgeberkommunikation](#)
22. [Gericht: Rindfleisch süß-sauer – aber alles andere als chinesisches](#)

23. [Was Marketing und PR vom FC Bayern lernen können](#)
24. [Lesetipp: Kommuvision – die Zukunft der Kommunikation](#)
25. [Überstunden, Lügen, Arschlöcher: Die Berliner Medienbranche ist eine unterbezahlte Hölle](#)
26. [Richard Gaul im "pressesprecher": Anfänger müssen durch die Hölle](#)
27. [PR-Forscher der Uni Leipzig veröffentlichen Jahresbilanz](#)
28. [Bildung compact \(2\) \(02. KW-2014\)](#)
29. [DPRG Bayern beim Neujahrsempfang von PROL und PRVA Vorarlberg](#)
30. [Termine compact \(2\) \(02. KW-2014\)](#)
31. [Literatur compact \(2\) \(02. KW-2014\)](#)
32. [Jobbörse](#)
33. [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-Experten: Die Top-Themen in 2014

Wird 2014 das Jahr der „Zielgruppenperspektive“ in der PR? Es scheint so. Sieben Experten hatte das „PR-Journal“ nach den wichtigsten Themen in diesem Jahr befragt. „Stakeholder Experience Management“ und „Zielgruppen noch mehr an Markenwelten teilhaben lassen“, „Digitalisierung von Corporate Media“, „crossmediales Storytelling“ und „Content Governance“ sind nur einige der Stichworte, die genannt wurden. Sie alle vereint der Anspruch, die Zielgruppen besser zu verstehen, „neue Wege in der Kommunikation“ mit ihnen zu gehen und dabei alle verfügbaren Kanäle sinnvoll zu nutzen. Aber lesen Sie selbst, was Uta-Micaela Dürig, Bosch, Hans Ulrich Helzer, ergo, Stephan Hoursch, Klenk & Hoursch, Nina Krake, PR-Studenten Hannover, Susanne Marell, Edelman, Thomas Mickleit, Microsoft, und Elisabeth Schick, BASF, erwarten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Interview Nr. 109. Andreas Stiene: „Die Unbefangenheit ist weg“ (zum Outing von Thomas Hitzlsperger)

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



Interview mit Andreas Stiene (Foto), Köln über das Coming-Out des ehemaligen Fußball-Nationalspielers Thomas Hitzlsperger

PR-Journal: Wie schätzen Sie das Coming-Out von Thomas Hitzlsperger ein?

Andreas Stiene: Ich finde das sehr mutig von Thomas Hitzlsperger. Das hätte er nicht tun müssen und könnte stattdessen sein Karriereende genießen. So wie andere schwule Profis vor ihm. Aber Hitzlsperger scheint das alles sehr bewusst gemacht zu haben.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Timo Lommatzsch im „pressesprecher“: Die PR verschläft ihren Sieg!

Läuft das Marketing der PR-Abteilung den Rang ab? Ein Weckruf an die (PR-)Branche. Lassen Sie es mich einmal etwas überspitzt, aber durchaus realistisch formulieren: Mittelfristig werden Unternehmen, Marken und Organisationen den Großteil ihrer Kommunikation auf Public Relations fokussieren. Die schlechte Nachricht: Sie wird dann von den Marketingabteilungen beziehungsweise den Werbe- und Mediaagenturen betrieben werden – und nicht mehr PR heißen.

Verändertes Mediennutzungsverhalten

Aktuell erkennen die Werbetreibenden, bedingt durch die Digitalisierung, ein verändertes Mediennutzungsverhalten der Zielgruppen. Die klassische Werbung, die darin besteht, Aufmerksamkeit auf gekauften Werbeplätzen zu generieren, mit dem direkten Ziel zu aktivieren und zu verkaufen, verliert rasant an Wirkung. Gleichzeitig werden klassische PR-Ansätze immer wirksamer: Meinungsbildungsprozesse mitzugestalten, Stakeholder-Dialoge,



Themen- und Faktenhoheit, Service-Informationen sowie Bedürfnisse der eigenen Zielgruppen wahrzunehmen und zu befriedigen, beinhaltet enormes Potenzial. Was machen also die Werber? Sie machen zeitgemäße PR unter der Nutzung aller veränderten technischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen. Sie nennen es Content Marketing, Native Advertising und Brand Journalism.

Den interessanten Artikel von [Timo Lommatzsch](#), Geschäftsführender Partner der Agentur Orca van Loon, Hamburg am 7. Januar im Branchenmagazin "pressesprecher" [hier online weiterlesen](#).

Personalien

Coca-Cola Deutschland richtet Kommunikationsbereich neu aus



Mit Beginn des neuen Jahres stellt Kommunikationschef Patrick Kammerer sein Coca-Cola Deutschland-Team in Berlin neu auf. Mit diesem Schritt will er nach Social Media auch den Bereich Public Affairs sowie die Unternehmenskommunikation weiter stärken.

Uwe Kleinert hat zum 1. Januar 2014 die Leitung der Public Affairs für die Coca-Cola GmbH über-

nommen, zusätzlich zu seinen Aufgaben als Leiter Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung. Kleinert arbeitet seit 1990 für Coca-Cola Deutschland in verschiedenen Positionen in der Kommunikation sowie in operativen Managementfunktionen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Ansgar Zerfaß leitet europäische PR-Wissenschaftsorganisation



Ansgar Zerfaß (Foto), Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig, ist neuer Präsident der European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA). Die wissenschaftliche Gesellschaft mit Sitz in Brüssel vereint rund 500 Mitglieder aus mehr als 30 Ländern. Darunter sind die meisten Hochschulen und Forscher, die sich auf dem Kontinent mit Fragen der strategischen Kommunikation und Unternehmenskommunikation befassen, sowie einige renommierte Praktiker und Institutionen aus der Kommunikationsbranche.

Zerfaß (48) übernahm die Präsidentschaft Anfang Januar 2014 von Valerie Carayol, der Professor an der Universität Bordeaux III in Frankreich ist. Der Leipziger Professor wurde letztes Jahr einstimmig von der Generalversammlung gewählt, die damit unter anderem sein langjähriges Engagement für die internationale Forschung als Executive Director von EUPRERA und als Leiter mehrerer europaweiter Studien würdigte.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Sonstige (8) (02. KW-2014)

1. **Verena Blättermann** ist seit Anfang Januar für die Öffentlichkeitsarbeit und die politische Kommunikation beim Verband unabhängiger Musikunternehmen e.V. (VUT) in Berlin zuständig. Vor ihrem Masterstudium des Kultur- und Medienmanagements an der Freien Uni-

KOMM-PASSION

versität Berlin, das sie im November erfolgreich abschließen konnte, arbeitete sie bei der Bookingagentur Moutique und war dort für die Produktion von Europatourneen und die Pressearbeit zuständig.

2. **Michael Schroeren** (64), bislang Sprecher der Grünen-Fraktion im Bundestag, wurde von Umweltministerin **Barbara Hendricks** (Grüne) zum Pressesprecher des Bundesumweltministeriums (BMU) in Bonn berufen. Schroeren leitete die Pressestelle des Umweltministeriums bereits von 1998 bis 2009 unter den Ministern **Jürgen Trittin** (Grüne) und **Sigmar Gabriel** (SPD). Schroerens Nachfolger als Sprecher der Grünen-Fraktion im Deutschen Bundestag wurde **Andreas Kappler** (34). Zuvor war er stellvertretender Pressesprecher der Bundespartei der Grünen.
3. **Gerold Büchner** (52) ist neuer Pressesprecher der SPD-Landtagsfraktion in Brandenburg, Potsdam. Er folgt auf **Matthias Beigel**, der bis zur Landtagswahl im Herbst für den SPD-Landesverband Brandenburg tätig sein wird. Büchner berichtet an den Vorsitzenden der SPD-Landtagsfraktion, **Klaus Ness**. Zuletzt war Büchner seit dem Jahr 2000 als Korrespondent für die „Berliner Zeitung“ tätig.
4. **Markus Vogt** (39) arbeitet als neuer Pressesprecher der Landesmesse Stuttgart (LMS). Er übernimmt zugleich die Funktion des Bereichsleiters für Unternehmenskommunikation. Vogt berichtet an den Sprecher der Geschäftsführung **Ulrich Kromer von Baerle**, der bislang die Leitung dieses Bereichs innehatte. Vogt, der seine neue Aufgabe am 1. Januar begonnen hat, war erst im vergangenen Jahr von der Stadt Stuttgart zu den Stadtwerken der baden-württembergischen Landeshauptstadt gewechselt.

- selt. Dort war er ebenfalls Leiter der Unternehmenskommunikation und Marketing.
5. **Karsten Wiedemann** (36) ist seit dem 1. Januar neuer Pressesprecher beim Bundesverband Neuer Energieanbieter (bne) in Berlin. Er folgt auf Kerstin **Maria Rippel**, die zum Übertragungsnetzbetreiber 50 Hertz Transmission gewechselt ist. Wiedemann arbeitete zuletzt als leitender Redakteur für den Fachtitel „BIZZ energy today“.
 6. **Tim Santen** (26) ist seit dem 1. Januar Leiter Medien und Kommunikation beim Fußball-Zweitligisten DSC Arminia Bielefeld. Bisher verantwortete DSC-Geschäftsführer **Marcus Uhlig** die Kommunikation des Sportclubs. An ihn wird Santen, der im März 2013 von der Universität Bielefeld direkt zur Arminia wechselte, berichten.
 7. **Frederic Latz** (36) ist bereits seit dem 9. Oktober Pressesprecher vom 1. FC Köln. Er wurde Nachfolger von **Tobias Schmidt**, der als Leiter Club Media zu Schalke 04 wechselte. Beim Fußball-Zweitligisten berichtet er an den Leiter Medien und Kommunikation, **Tobias Kaufmann**. Zuvor war Latz bereits seit 2009 für den 1. FC Köln als Redaktionsleiter tätig
 8. **Michael Maillinger** (50) ist neuer Geschäftsführer der Kantar Media GmbH, Hamburg. Maillinger verantwortet alle Aktivitäten der Gruppe im Bereich Medienmonitoring und -analyse in Deutschland und berichtet direkt an **John Haworth**, Regional Managing Director Northern Europe, in London. Zuvor arbeitete Maillinger in gleicher Funktion beim Medienmonitoring-Dienstleister Meta Communication International GmbH. Kantar Media ist Teil des WPP Netzwerks und nach eigenen Angaben Weltmarktführer in Marktforschung, Medienmonitoring und Medienanalyse.

Personalien compact - Agenturen (7) (02. KW-2014)

1. **Matthias Naumann** (35) und **Lisa-Maria Vogl** (25) sind neue Mitarbeiter der Münchner PR-Agentur *consense communications*. Naumann ist ausgebildeter Journalist und unterstützt die Agentur als PR-Texter. Zuvor arbeitete er als Online- und Printredakteur für das Automobil-Portal „autonews.de“ sowie für die Printtitel „Auto News“ und „Top Gear Deutschland“. Vogl kommt für ein Traineeship zu *consense*.



- Die Kommunikationswirtin wird in festen Teams sowohl für B-to-B- als auch B-to-C Kunden tätig sein. Ähnlich wie Naumann im Jahr 2007 absolvierte Vogl im vergangenen Jahr ein sechsmonatiges Praktikum bei *consense*.
2. **Silvia Schneider-Klimesch** ist neue Geschäftsführerin der schweizerischen Kommunikationsagentur Karl F. Schneider AG (pr-kfs) in Zürich. Sie übernimmt die Leitung des operativen Geschäfts von ihrem Ehemann und Mehrheitseigner **Christian K. Schneider**. Schneider-Klimesch ist bereits seit über 25 Jahren als PR-Beraterin und Redakteurin in der Kommunikationsbranche tätig, zudem ist sie Teilhaberin der Agentur. Christian K. Schneider wird weiter in der Agentur arbeiten, die er 1988 übernommen und seither geführt hat.
 3. **Hans-Jörg Halbartschlager** (36) verstärkt *fischerAppelt, live marketing, Hamburg*, als Director. In der neu geschaffenen Stelle soll er das internationale Geschäft der Agentur vorantreiben. Halbartschlager war zuletzt als selbstständiger Berater tätig. Zuvor arbeitete er über fünf Jahre für die Agentur *munich one*, davon vier Jahre als Geschäftsführer des China-Standorts in Peking. Er gilt als Fachmann für integrierte und internationale Kommunikation.
 4. **Petra Schultze** (35) und **Carsten Nillies** (43) verstärken seit Jahresbeginn das Beratungsteam der Hamburger Agentur *Faktor 3*. Nillies ([wir berichteten bereits am 2. Januar](#)) soll künftig die Beratungsleistungen im Bereich Informations- und Telekommunikationstechnologie weiter ausbauen. Schultze kommt von *Sony Deutschland* zu *Faktor 3*. Sie verantwor-

tet zukünftig den Bereich Consumer Business im Microsoft-Team.

5. **Nina Hütter** (34) unterstützt seit dem 1. Januar 2014 die Stuttgarter die Convensis Group als Junior Manager Communications. Nach ihrem Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften in Berlin arbeitete sie seit 2006 als Fernsehredakteurin – darunter über fünf Jahre in der Redaktion von **Johannes B. Kerner** in Hamburg. Zuletzt war Nina Hütter für eine Produktion in Salzburg für "Servus TV" tätig. Bei Convensis verstärkt sie das Team Lifestyle.
6. **Nik Schwab** (31), Kommunikationsberater aus Bern, hat sich selbständig gemacht und eine eigene Kommunikationsagentur gegründet. Unter dem Namen Nik Schwab Communications will er Kunden in den Bereichen Public Relations und Content Marketing unterstützen. Schwab war zuletzt als Kommunikationsberater für Knobel Corporate Communications tätig. Davor arbeitete er als Projektmanager und stellvertretender Geschäftsführer bei der Righetti & Partner GmbH.
7. **Leo Busch**, früher TV-Moderatorin beim Nachrichtensender n-tv, übernimmt als neue Geschäftsführerin Verantwortung für die Redaktion der Berliner Agentur Aporto Plenum. Nach einer Familienpause kehrt sie zurück in die Kommunikations- und Medienbranche. Busch war eines der bekannteren Gesichter bei n-tv. Insbesondere in 1990-er Jahren drehte sie verschiedene Dokumentarfilme, war Auslandskorrespondentin und hatte zuletzt bis 2010 eine eigene Sendung mit dem Titel Busch@n-tv. Ihre neue Redaktion bei Aporto verfügt über 35 Mitarbeiter.

Personalien compact - Unternehmen (8) (02. KW-2014)

1. **Eva Genzmer** (34) ist seit Januar 2014 neue Leiterin der Unternehmenskommunikation bei friendsurance, einer Berliner Versicherungsplattform, die das Solidarprinzip von Versicherungen mit modernen sozialen Netzwerken kombiniert. Genzmer kam von der PR-Agentur public link. Zuvor arbeitete Genzmer für verschiedene Medien, Kommunikationsagenturen und Unternehmen. In ihrer neuen Rolle als Leiterin Unternehmenskommunikation



- tion wird Genzmer vor allem die Presse- und Medienarbeit von friendsurance aufbauen.
2. **Michael Baumann** (49) ist seit dem 2. Januar Executive Director Communications and Public Affairs bei Ford of Europe in Köln. Die Stelle war seit dem Wechsel von **Frank Klaas** 2012 zur Deutschen Börse unbesetzt. Baumann berichtet an Vice President Communications and Public Affairs, Ford of Europe **Mark Truby**. Vor seinem Wechsel zu Ford war Baumann seit 2012 in Diensten von Audi, von 2011 bis 2012 von Bentley Motors und zuvor von 2003 an von Porsche.
3. **Mona Burmester** (61), Pressesprecherin des Jahreszeiten Verlags in Hamburg, verlässt das Unternehmen zum 31. Januar. Die Nachfolge ist so geregelt, dass künftig Marketingleiter **Marc Buße** für Presseanfragen zuständig ist. Burmester war 42 Jahre lang für die Verlagsgruppe Ganske tätig, der der Jahreszeiten Verlag angehört.
4. **Insa Calsow**, seit 2010 Unternehmenssprecherin und Direktorin Unternehmenskommunikation, hat Kabel Deutschland, Unterföhring bei München, zum 31. Dezember verlassen. Kabel Deutschland organisiert die Kommunikation neu. **Marco Gassen** (40), seit 2008 Leiter externe Kommunikation berichtet nun direkt an Vorstandsvorsitzenden **Adrian von Hammerstein**. Calsow war seit 2004 in verschiedenen Kommunikationsfunktionen bei Kabel Deutschland.
5. **Philipp Teper** (34) ist seit dem 2. Januar Pressesprecher der Österreichischen Post in Wien. Er folgt auf **Stephan Fuchs**, der zu WKO Wien Kommunikation gewechselt ist. Teper berichtet an den Leiter Presse, **Michael Homola**. Zuvor war er Communications Mana-

ger und stellvertretender Pressesprecher bei der RHI AG (bis 1998 Radex-Heraklith Industriebeteiligungs AG) in Wien. Dort wird es keinen Nachfolger für Teper geben.

6. **Marc-Boris Rode** (43) ist seit Januar 2014 neuer Referent für externe Unternehmenskommunikation bei der Knorr-Bremse AG in München. Er folgt auf **Marion Brandlhuber**, die ab sofort den Online- und Social-Media-Bereich der Knorr-Bremse AG verantwortet. Rode war bislang als Referent für Unternehmenskommunikation der GDF SUEZ Energie Deutschland AG tätig.
7. **Serra Esatoglu** (29), zuletzt seit 2010 Presse-referentin bei der Metro-Tochter Real, soll für Aldi Nord in Essen eine Kommunikationsaufteilung aufbauen. Das berichten verschiedene PR-Branchendienste. Damit folgt Aldi Nord dem Beispiel von Aldi Süd, die bereits seit 2007 eine Kommunikationsabteilung haben. Geleitet wird sie von Kirsten Geß, die früher bei Hering Schuppener tätig war. Esatoglu kennt sich im Discount-Business aus. Sie war bei Real für die regionale Pressearbeit verantwortlich. Bei Aldi Nord sind ihre direkten Ansprechpartner die beiden Geschäftsführer **Rolf Buyle** und **Rainer Kämpgen**.
8. **Annette Engelke** hat mit Beginn des Jahres 2014 die Nachfolge von **Almut Kellermeyer** als Leiterin der Presse und Öffentlichkeitsarbeit bei Villeroy & Boch in Mettlach angetreten. Kellermeyer hatte sich entschieden, das Unternehmen zu verlassen. Seit 2008 führte sie den Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Engelke kommt vom Freiburger Stadtbau Verbund, wo sie die neu geschaffene Unternehmensabteilung Public Relations etablierte. Zuvor baute sie von 2008 bis 2011 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der TUI Cruises GmbH auf.



Etats

Weltbild: komm.passion übernimmt Kommunikation im Auftrag des Insolvenzverwalters

Im Falle der Insolvenz der in Augsburg ansässigen Verlagsgruppe Weltbild wird die Neu-Ulmer Kanzlei Schneider, Geiwitz & Partner die Verwaltung übernehmen, die Kommunikation fällt allem Anschein nach der Düsseldorfer Kommunikationsagentur komm.passion GmbH zu. In einer ersten Pressemitteilung der Insolventverwaltungs-Kanzlei zum aktuellen Stand wird komm.passion als Kontakt für die Presse angegeben. In der Pressemitteilung heißt es außerdem, dass die interne Kommunikation bei der Verlagsgruppe Weltbild gestärkt werden solle, um die Mitarbeiter schnell und aus erster Hand zu informieren. Das dürfte eine der wichtigsten Aufgaben von komm.passion sein. Bereits bei der Insolvenz von Schlecker / Ihr Platz hatte Schneider, Geiwitz & Partner eng mit der Düsseldorfer Agentur zusammengearbeitet.

Etats compact (15) (02. KW-2014)

1. Unternehmensgruppe Würth Elektronik, Niedernhall (Nähe Heilbronn)
was: Social Media per Twitter, Facebook und YouTube
an: **Lingner Consulting New Media**, Heilbronn
2. Hotel Chesa Monte, Fiss (Österreich)
was: Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH
an: **Neo-Comm GmbH**, Aschaffenburg
3. Tourismusverband Franken, Nürnberg
was: Öffentlichkeitsarbeit für Projekte „Die Fränkischen Städte“ und „Franken – Heimat der Biere“
an: **noble kommunikation GmbH**, Neu-Isenburg, und **B + B Medien**, Mannheim
4. Kälte- und Klimatechnik-Unternehmen Epta Deutschland GmbH, Mannheim
was: Presse- und PR-Arbeit, Messe-PR
an: **Callies & Schewe Kommunikation GmbH**, Mannheim
5. Nordsee GmbH, Bremerhaven
was: Externe und interne Kommunikation in Deutschland, Pressearbeit
an: **Jutta Rubach & Partner**, Berlin
6. Reederei P&O Cruises, Southampton (Großbritannien)
was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit den deutschsprachigen Märkten
an: **INEX Communications GmbH**, Nidderau
7. Shuttle-Flugunternehmen Swiss Space Systems (S3), Payerne (Schweiz)
was: Unternehmenskommunikation
an: **by the way communications**, Bern und Fribourg
8. Digitales Second-Hand-Geschäft für Kleidung cash4brands, Hamburg
was: Pressearbeit in Deutschland
an: **Convensis Group**, Stuttgart
9. Tourismus-Unternehmen Canvas Holidays, Dunfermline (Großbritannien)
was: Endverbraucher-Kommunikation in der Region DACH
an: **Uhlmann PR**, Augsburg
10. a) Exact Software GmbH, Frankfurt am Main
was: Pressearbeit
b) Messe Frankfurt am Main
was: PR- und Social Media für Fachmesse Light + Building 2014 (30.3. bis 4.4.)
an: **Schwartz Public Relations**, München
11. Unilever Deutschland GmbH, Hamburg
was: Kommunikations- und Aktivierungskam



- pagne für die Marke Lätta, Titel: „Schweden-Rallye“
an: **Edelman GmbH**, Hamburg (PR / Social Media / Bewegtbild)
12. Chemieunternehmen BK Giulini GmbH, Ludwigshafen
was: Change-Kommunikation und Kampagne zur Neuausrichtung unter dem Namen des Mutterkonzerns Israel Chemicals Ltd. (ICL)
an: **Publik. Agentur für Kommunikation GmbH**, Ludwigshafen
 13. Deutsche Energie-Agentur (dena), Berlin
was: Launch und Betreuung des Print- und Web-Magazins „Dena“
an: **KircherBurkhardt**, Berlin
 14. LEG Immobilien AG, Düsseldorf
was: Geschäftsberichts 2013 und Quartalsberichte 2014
an: **Kirchhoff Consult AG**, Hamburg
 15. Landesgartenschau Baden-Württemberg, Schwäbisch Gmünd
was: Ausstellungskonzept und Umsetzung für zwei Projekte im Rahmen der Jugendmeile
an: **Flad & Flad Communication GmbH**, Heroldsberg

Agenturen

Dederichs Reinecke & Partner übernimmt Vitamin B Public Relations

Die Hamburger PR-Agentur Dederichs Reinecke & Partner (DRP) baut die Fashion, Beauty und

Lifestyle Unit weiter aus und holt sich dafür Verstärkung:



Birgit Brycz (Foto, 37) startet im neuen Jahr als Senior Beraterin bei DRP und leitet den genannten Geschäftsbereich. Nach Stationen bei Network PR und Nicole Weber communications führte Brycz ihre eigene

Agentur, die nun Teil von DRP ist. „Wir freuen uns, mit Birgit Brycz eine sehr erfahrene Fashion & Lifestyle PR Frau im Team zu haben, die in der Vergangenheit schon für Gucci, Pura López und Hugo Boss gearbeitet hat. Wir bekommen kontinuierlich mehr New Business Anfragen aus den Bereichen Fashion, Beauty & Lifestyle. Die Integration von Vitamin B ist für uns eine tolle Möglichkeit, unter der Führung von Birgit Brycz dieses Feld stärker auszubauen“, erläutert DRP Geschäftsführer Oliver Dederichs.

Schweizerischer PR-Agenturverband mit neuem Vorstand

Der Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPRA) hat sich mit Beginn des Jahres 2014 neu aufgestellt. Andreas Hugi ist neuer Vorsitzender und löst Roman Geiser ab, der das Amt vier Jahre innehatte. Neu in den BPRA-Vorstand gewählt wurde auch Tanja Hollenstein. Die weiteren Vorstandsmitglieder Martin Zahner und Reto Wilhelm wurden in ihrem Vorstandsamt bestätigt. Das Votum kam bei der Mitgliederversammlung zustande. Der BPRA wurde 1976 gegründet und vertritt die Anliegen der führenden PR-Agenturen in der Schweiz. Der Verband setzt sich – ähnlich wie die Gesellschaft PR-Agenturen (GPRA) in Deutschland – für hohe Markttransparenz und international anerkannte Qualitätsstandards in der PR-Branche ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

A&B One

Branche

PR 2014: Wir brauchen einen radikalen Schnitt! Ein Weckruf für die Unternehmenskommunikation zum Jahresbeginn

Es hat sich etwas gedreht. Dass wir uns mitten in einem der größten medialen Paradigmenwechsel seit Erfindung des Buchdrucks befinden, ist eigentlich klar – nur ebenso offensichtlich wie erstaunlicherweise immer noch nicht allen. Jedenfalls höre ich in Vorträgen, die ich zu PR- und Social-Media-Themen halte, immer noch erstaunlich oft Einwände wie: „Dieses Facebook ist doch nur vorübergehend.“ – „Für Social Media haben wir in unserer Unternehmenskommunikation keinen Platz.“ „Das bringt nichts.“ „Ich würde mich ja einarbeiten, aber die Geschäftsleitung ...“

Noch vor einem halben oder dreiviertel Jahr habe ich auf solche Einwände mit Engelszungen geantwortet. Habe dargelegt, wieso soziale Netzwerke und die Interaktion im Web längst Bestandteile des klassischen Kommunikationskanons sind. Habe klargemacht, dass ohne soziale Signale oder doch zumindest eine gut gepflegte eigene redaktionelle Plattform mit hochwertigem Content kaum noch Suchmaschinenoptimierung denkbar sei. Und so weiter, und so fort. Man kennt das.

Den Artikel von [Kerstin Hoffmann](#) am 10. Januar

2014 in ihrem Blog "PR-Doktor" [hier online weiterlesen](#).

Branche compact (3) (02. KW-2014)

1. Der **Bundesverband der Medientrainer in Deutschland e.V. (BMTD)**, Bonn, hat **Kathrin Adamski** (42) zur **neuen Vorsitzenden** gewählt. Adamski ist freiberufliche Redakteurin, Moderatorin und Medientrainerin sowie nebenberufliche Dozentin an der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB). Sie wird künftig zusammen mit Katrin Prüfig als zweiter Vorsitzender und Schatzmeister Stefan Klager den BMTD führen. Der BMTD kommentiert regelmäßig Medienauftritte von Politikern, Wissenschaftlern und anderen Interviewpartnern – diese Beiträge werden als Blogs auf der [Verbandswebsite](#) veröffentlicht.
2. Es ist wieder soweit: Zum **50. Mal** sucht der **Art Directors Club für Deutschland (ADC) e.V. die besten Kreativarbeiten**, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz erschienen sind. Der Teilnahmeschluss für Arbeiten aus 2013 ist am 22. Januar, für die Arbeiten aus Januar 2014 gilt der 5. Februar als letztes Abgabedatum. Die 364 Juroren ermitteln dann, welche Arbeiten die besten in den Bereichen Werbung, Design, Editorial, Audiovisuelle und Digitale Medien sowie Räumliche Inszenierung sind. Weitere Informationen, auch zum ADC-Festival, direkt auf der [ADC-Website](#).
3. **Oliver Krieg** ist seit Jahresbeginn - als Nachfolger von **Klaus-Peter Schöppner** (64) - neuer Geschäftsführer der TNS Emnid Sozialforschung in Bielefeld. Schöppner ist mit dem Jahresende 2013 nach über 40-jähriger Firmenzugehörigkeit – davon 20 Jahre als Geschäftsführer der TNS Emnid – aus dem Unternehmen ausgeschieden. Als akkreditierter Berater bleibt er seinem langjährigen Arbeitgeber jedoch verbunden. Nachfolger Krieg fungiert bereits seit über zehn Jahren als Bereichsleiter Politik- und Sozialforschung bei Emnid.



Medien

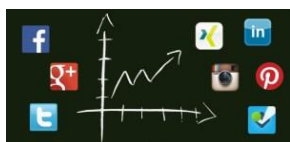
Gedankensplitter zum Tod deutscher Medien

Mike Schnoor, langjähriger Kommunikationschef beim Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., und aktuell seit dem 1. Juni neuer Head of Corporate Communication bei der Bremer Agentur HMMH Multimediahaus, hat sich auf seinem Blog Gedanken über das Mediensterben gemacht. Er stellt in Frage, dass die Schließung vieler Medien tatsächlich die breite Bevölkerung errege und glaubt vielmehr, dass es eher ein Thema der Betroffenen, eben der Medienmacher, sei. In seinem Beitrag listet er über 70 Medien auf, die 2013 vom Markt verschwunden sind. Schnoor glaubt nicht, dass das Zeitungs- und Sendersterben weitreichende Konsequenzen nach sich ziehe: „Abgesehen von den Einzelschicksalen der Betroffenen auf Seiten der Verlage und Medienanbieter, werden die Rezipienten sehr schnell alternative Informations- und Unterhaltungsmedien nutzen. Die breite

Masse folgt ihrem eigenen Herdentrieb – also ein rein intuitives und sehr normales Verhalten.“ Lesen Sie selbst seine [Gedankensplitter](#) auf seinem Blog.

Social Media

Social Media und soziale Netzwerke - Nutzerzahlen in Deutschland 2014



Traditionell wirft Christian Buggisch im Januar einen Blick auf die Entwicklung der wichtigsten sozialen Netzwerke in Deutschland. Hier für 2014 ein kleines Update mit aktuellen Zahlen und Statistiken zu den wichtigsten Social Media, vom Platzhirsch Facebook (27 Mio.) bis zu kleinen Netzwerken wie Pinterest (1,5 Mio.) und Foursquare (0,5 Mio.) ...
Die Einzelheiten und Informationen der verdienstvollen Statistikerarbeit von [Christian Buggisch vom 7. Januar 2014 in seinem Blog](#) hier online nachlesen.

Reputation Management

Hitzlsperger: Wer hat an Reputation gewonnen?

(cw) Bürgermeister bekennen sich, Politiker outen sich, Schauspieler oder Musiker tun es sowieso, Sportler trauen sich – zu ihrer Homosexualität zu stehen. Allerdings versetzte eine Zielgruppe die Republik in der vergangenen Woche in den medialen Ausnahmezustand. Denn es war nicht irgendein Sportler, sondern Thomas Hitzlsperger. Es ist auch nicht irgendein Sport, sondern Fußball. Die Sportart, die wie keine andere Sportart für Männlichkeit per se steht, Millionenmenschen rund um den Globus verbindet, Sportler jeder Hautfarbe und Her-



kunft integriert. Unsportlich fielen dagegen so manche Kommentare zu dem Outing von Thomas Hitzlsperger aus. Wer hat denn jetzt eventuell an Reputation verloren? Hitzlsperger oder die zahllosen Moralisten?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Trend 2014: Durchbruch strategisches Reputation Management

(cw) Die gute Nachricht zuerst: Reputation Management hat im Jahr 2013 weiter an Fahrt gewonnen. Die zweite gute Nachricht: Reputation Management verankert sich mehr und mehr als Arbeitsfeld in der Corporate Communications. Kaum ein Unternehmen kann es sich leisten, auf strategisches Reputation Management zu verzichten. Die Unternehmenskommunikation ist der Transmissionsriemen dazu. Der Begriff Image scheint immer mehr in die Begriffswelt des Marketings zu rücken.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben...Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (2)



ADAC-Motowelt: Autogeile Greise mit Rollator und Treppenlift

Besuch auf dem Olymp. Die beste Pressestelle Europas ist zu besichtigen. Michael Ramstetter, gelernter

Reisedirektor der Yellow Press, jetzt oberster

Sprecher der Gelben Engel, führt durch sein Reich, an dessen Exzellenz er keinen Zweifel aufkommen lässt. Er hat im eigenen Hochhaus, dem mächtigsten in München, alles: ein eigenes sendefähiges TV-Studio, Hörfunk sowieso, Redakteure im Dutzend und für den Chef von's Ganze ein eigenes Büro, von einem protzigen Gemälde aus der haus-eigenen Kunstsammlung verziert. Hier residiert der intern „Captain Ahap“ titulierte beste Pressesprecher Europas, während die Mitarbeiter mit Rollcontainern durch ein enervierendes Großraumbüro („Galeere“) vagabundieren dürfen. Willkommen beim ADAC. Die Präsenz des Clubs in den Medien ist in der Tat mächtig. Umgekehrt proportional verhält sich dazu die Stimmung unter den Mitarbeitern.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Auch daneben... Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (1)

Olaf Glaesecker: Das Ende einer Dienstfahrt.

Olaf Glaesecker, der legendäre Sprecher von Ex-Bundespräsident Christian Wulff, steht vor einer Richterin, die ihn hochnotpeinlich befragt. Und der Olaf sieht nicht gut aus. Er sah schon immer wie die Nachfolgebesetzung von Boris Karloff in der neuen Frankenstein-Verfilmung aus; aber dafür kann er ja nichts. Auch sein Pendant Manfred Schmidt, der Party-Veranstalter, ist kein Beau mehr. Gleichwohl hatten sich die großen hässlichen Männer von Herzen gern: „Schnulli“ und „Oberschnulli“, so herzten sie sich in Mails. Man kann wissen, dass auch hochwohlmögliche Pressechefs von Ruhrkonzernen im „Schnulli-Gate“ (so der „Stern“) von dem Party-Mogul so beschnullert wurden, warum dann nicht ein Staatssekretär in der niedersächsischen Staatskanzlei, womöglich sogar der Sprecher des Ersten Mannes im Staate in Schloss Bellevue? Warum endete eine so großartige Freundschaft so tragisch?

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Zehn Thesen zur Zukunft der Arbeitgeberkommunikation



Von Manfred Böcker und Sascha Theisen

Schon lange ist Employer Branding ein viel diskutierter Begriff. Für alle Arbeit-

geber gilt es heute, eine starke Arbeitgebermarke aufzubauen. Ein Schlüssel dafür liegt in der Glaubwürdigkeit der Kommunikation. „Werbung ist die Stimme des Verkäufers“ (Al und Laura Ries, The Fall of Advertising and the Rise of PR), es überrascht daher nicht, dass Kandidaten daher unabhängigen Stimmen am ehesten Vertrauen. Eine Employer Branding Studie der Generalisten-Job-börse StepStone fand heraus, dass 64 Prozent aller potentiellen Kandidaten, die dem Arbeitsmarkt aktiv oder passiv zur Verfügung stehen, vor allem Pres-seartikel für besonders glaubwürdige Quellen halten, wenn sie sich über einen neuen Arbeitgeber informieren – lediglich das persönliche, private Netzwerk hat einen noch größeren Vertrauensvorsprung (80 Prozent). Interessant ist allerdings, dass nur drei Prozent der Unternehmen ihre PR-Abteilung in ihre Employer Branding-Strategie einbeziehen – ein krasses Missverhältnis, das zeigt, dass die Arbeitgeberkommunikation in Zeiten des drängenden Fachkräftemangels immer noch am Anfang steht. Höchste Zeit für eine Provokation.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Rindfleisch süß-sauer – aber alles andere als chinesisches



(nsb) Wer einen Feinschmecker aus Frankreich oder Italien von den Reizen der deutschen Küche überzeugen will, hat die Wahl: Er kann den Gast in ein gutes Restaurant führen, wo die heimische Kost dominiert – das aber ist nicht leicht zu finden. Oder er kann eines der deutschen Traditionsgerichte selbst auftragen. Denn Rindsroulade, Braunkohl mit Pinkel oder Sauerbraten sind so beliebt, weil sie wirklich gut schmecken und problemlos mit den berühmteren Leistungen der Romanen Schritt halten können.

Zum Beispiel der Sauerbraten – eine im ganzen Land geschätzte Sache, die es nur in den deutschsprachigen Teilen Europas gibt. Die Varianten reichen vom schwäbischen, fränkischen und rheinischen Sauerbraten bis zum sächsischen und schlesischen Beispiel. In der deutschsprachigen Schweiz und im Elsass heißt er „Suure Mocke“. Dort wird Kartoffelpüree zum Braten gereicht, im Schwäbischen und Badischen natürlich Spätzle. Am Rhein, im Frankenland und in Thüringen werden Kartoffelklöße, in Sachsen und Schlesien Mehlknödel bevorzugt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Lesehinweise

Was Marketing und PR vom FC Bayern lernen können

Marcus Starke, Global Marketing Executive bei SAP, betreibt einen Blog, in dem er dem Marketing eine erfolgsentscheidende Rolle für die Zukunft von Unternehmen zuschreibt. In seinem neuesten Bei-

trag schlägt er versöhnliche Töne gegenüber der PR an. Nach seiner Vision müssten künftig alle relevanten Kommunikationskompetenzen in integrierten Teams gebündelt sein. Starke schreibt wörtlich: „Der Schlüssel zum Erfolg ist, dass beide Seiten (Marketing und PR, Anmerkung der Redaktion) ihre Vorbehalte und Eitelkeiten fallenlassen, sich als Mannschaft begreifen und die richtigen Taktiken zur richtigen Zeit am richtigen Ort anwenden.“ Lesen Sie selbst seinen Beitrag unter der Überschrift: [„Was Marketing und PR vom FC Bayern lernen können“](#). Starke überträgt darin aktuelle Entwicklungen aus dem Fußball auf die Kommunikationsarbeit.

Kommuvision – die Zukunft der Kommunikation



Zwischen der Decodierung von Gedanken und dem Luxus der Langsamkeit: Im „kommpendium“ skizzieren Kommunikationsexperten die Zukunft der Informationsvermittlung. Die Text + Konzept AG hat sich in ihrer aktuellen „kommpendium“-Ausgabe mit der Frage nach der Zukunft der Kommunikation befasst. Darin lässt die Essener Werkstatt für strategische Kommunikation Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Politik in die Glaskugel schauen. Entstanden sind zwölf spannende Kurzinterviews, in denen Kommunikationschefs, Unternehmer und Wissenschaftler ihre persönlichen Zukunftsbilder zeichnen. Erhellend und erschreckend, witzig und nachdenklich, eigenwillig und provokant. Und natürlich: höchst kommunikativ. „kommpendium“, das mehrfach im Jahr erscheint und kostenlos auf der [Agenturwebsite](#) bestellt werden kann, widmet sich in jeder Ausgabe einem Schwerpunktthema. Die dahinter stehende Agentur betreut seit 1999 große und mittelständische Unternehmen in Fragen der strategischen und redaktionellen Kommunikation.

Überstunden, Lügen, Arschlöcher: Die Berliner Medienbranche ist eine unterbezahlte Hölle

Vor einigen Wochen kündigte ich meinen Job als Redakteurin bei einer Berliner Produktionsfirma. Ein Jahr lang hatte ich mich motiviert in jedes Interview gestürzt, die halbe Riege der in Berlin gastierenden Musiker zu ihren musikalischen Ursprüngen, ihren bewegendsten Tourerlebnissen und ihren Freuden und Ängsten befragt. Ich hatte mich auf der Berliner Fashion Week der Tatsache ausgesetzt, dass eine derart oberflächliche Veranstaltung zwar einen betonierten Nährboden für redaktionelle Arbeit bietet, einen aber nicht davor schützt, sich aus schierer Verzweiflung nach Content Creation zum Deppen zu machen und vor laufender Kamera den heißesten Typen irgendeiner Streetwearmesse zu suchen. Nichtsdestotrotz: Es war an und für sich ein sehr unterhaltsames Jahr, bei dem ich Berlin schnell von den unterschiedlichsten Seiten kennenlernte und mit einem großartigen Team zusammenarbeitete. Auf das neidvolle „Wahnsinn, hast du einen tollen Job!“ aus dem Freundeskreis antwortete ich meist nur mit einem schiefen Lächeln...

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Richard Gaul im „pressesprecher“: Anfänger müssen durch die Hölle

Magazin für Kommunikation
pressesprecher „pressesprecher“ - Redakteurinnen Judith Schuldreich und Anne Hünninghaus sprachen mit PR-Profi Richard Gaul und angehenden Kommunikatoren über die Zukunft der Branche, die Wünsche des Nachwuchses und die (Ir)Relevanz von Twitter. Herr Gaul, GPRA-Präsident Uwe Kohrs bemängelte kürzlich, die Qualität der Bewerber in der PR lasse nach. Gibt es in der Branche tatsächlich ein Nachwuchsproblem?

Richard Gaul: Nein, das gibt es nicht, der Vorwurf ist lächerlich. Ich werde immer sauer, wenn über „die Jugend von heute“ geschimpft wird. Ich bin froh, dass ich mit Frau Nguyen und Herrn Springer nicht konkurrieren muss. Der Nachwuchs ist intellektuell, ausbildungsmäßig und kulturell wesentlich besser als wir damals. Allerdings – das Image der PR ist ganz unten. Sie hat die niedrigsten Imagewerte im Berufe-Ranking, zusammen mit Journalisten, Politikern und Managern.

Frau Nguyen, Herr Springer, Sie beide haben sich dazu entschieden, Kommunikationsstudiengänge zu studieren. Wie sind Sie darauf gekommen?

Lan Anh Nguyen: Ich hatte schon immer viel mit Sprache zu tun – allein schon wegen meines vietnamesischen Familienhintergrunds. Früher wollte ich aber eher in die Marketing-Richtung. Nach einem Highschool-Aufenthalt in den USA war ich mir sicher, dass ich auf jeden Fall kreativ und strategisch arbeiten möchte. Der PR-Studiengang in Hannover hat mich wegen der starken Praxisver-zahnung am meisten interessiert.

Christopher Springer: Ich war schon immer ganz gut darin, Referate zu halten. Es hat mir viel Spaß gemacht, an Texten zu tüfteln und für die Schülerzeitung zu schreiben. Für mich war klar, ich möchte irgendetwas mit Kommunikation machen. Nach dem Abi habe ich dann aber mit einem dualen Studium der Versicherungslehre einen anderen Weg eingeschlagen. Doch gerade im Vertrieb hat mich mehr die Kommunikation an sich interessiert. Daraufhin habe ich umgesattelt und den Studiengang Wirtschaftskommunikation an der HTW Berlin gewählt.

Das Interview im Branchenmagazin "pressesprecher" vom 10. Januar [hier online weiterlesen](#).

PR-Forscher der Uni Leipzig veröffentlichen Jahresbilanz

Was für die Wirtschaft der Geschäftsbericht ist, ist für die Forscher der Universität Leipzig ihr Jahresbericht. Günter Bentele und Ansgar Zerfaß, beide Professoren in Leipzig in der Abteilung für Kommu-



nikationsmanagement und Public Relations, geben mit ihrem Jahresbericht Einblick in das Tagesgeschäft der PR-Forschung und Ausbildung. Das Team bilanziert sechs abgeschlossene Promotionen, mehrere Bücher, zehn empirische Studien, 50 Aufsätze und peer-reviewed Paper bei Fachtagungen sowie über 37.000 Downloads der Ergebnisberichte von aktuellen Studien. Rund 50 Absolventinnen und Absolventen mit PR-Schwerpunkt graduierten in den Master- und Bachelorstudiengängen des Instituts. Der 54-seitige Bericht steht als [PDF unter dieser Adresse](#) oder direkt auf der [Abteilungswebsite](#) zum Download bereit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung compact (2) (02. KW-2014)

1. Die Grundlagen des journalistischen Schreibens für PR-Fachleute vermittelt das übung-intensive Seminar S1 - **Journalistisches Schreibtraining vom 17. bis 21. Februar in Oberursel bei Frankfurt am Main**. Das fünftägige „Text-Trainingslager“ der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** soll den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Sicherheit und Motivation beim Schreiben journalistischer Texte geben. Sie lernen journalistisches Know-how richtig anzuwenden. Weitere Informationen direkt auf der [AFK-Website](#).
2. Die **Rheinische Fachhochschule Köln (RFH)** stellt am **Freitag, 17. Januar, ab 18 Uhr** den multidisziplinären **Masterstudiengang International Marketing and Media Management** vor. Die Veranstaltung findet statt im RFH-Hauptgebäude, Raum 015, Schaevenstraße 1 a/b in Köln. Mit dem Abschluss des Master-Studienganges gewinnen die Absolventen breite Medien- und Führungskompetenz. Die Hochschule bietet den Master International Marketing and Media Management in Vollzeit (vier Semester) und in der berufsbegleitenden Variante (fünf Semester abends und samstags) an. Weitere Informationen finden sich auf der [Homepage der Fachhochschule](#) oder bei Studienberaterin Nicole Wickendick per Telefon unter 0221/20 302-625 oder per [E-Mail](#).

Termine

DPRG Bayern beim Neujahrsempfang von PROL und PRVA Vorarlberg

Direkt am Bodensee gab die Public Relations Gesellschaft Ostschweiz/Liechtenstein (PROL) am 9. Januar ihren Neujahrs-Auftakt: Im Würth-Haus in Rorschach erlebten die Gäste des PRVA Vorarlberg und der DPRG Bayern Kunst und Kulinarisches vom Feinsten. Als Gastgeber wartete Frank Marreau, Chef der Schweizer Niederlassung der Würth-eigenen Live-Kommunikationsagentur „marbet“, mit spannenden Informationen über das Würth-Haus Rorschach und die dort ansässigen Unternehmen der Würth Group auf. In direkter Seelage entstand hier ein Ort der Begegnung, an dem die Unternehmenskultur von Würth sichtbar wird.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine compact (2) (02. KW-2014)

1. **Neujahrsempfang 2014 der DPRG-Landesgruppe NRW**: Unter dem Motto „Vom ‚Dobermann‘ zu ‚Tim's Telekom‘ - Unternehmenskommunikation im Zeichen eines CEO-Wechsels“ ist die Landesgruppe am **6. Februar ab 19 Uhr zu Gast bei der Deutschen Telekom in Bonn** in der T-Gallery. Nach der Begrüßung durch den DPRG-Präsidenten Ulrich Nies und den DPRG-NRW-Vorsitzenden Udo Seidel wird Philipp Schindera, Leiter Unternehmenskommunikation der Deutsche Telekom AG, zum oben genannten Motto seinen Vortrag halten. Die DPRG bitte auf dieser [Website](#) um Anmeldung bis zum 31. Januar.
2. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (**BVDW**) e.V. setzt seine **Workshop-Reihe „Social Media Dialog“** mit drei neuen Terminen im Jahr 2014 fort. Social Media Experten und Unternehmensvertreter schildern den Teilnehmern ihre Erfahrungen anhand von Praxisbeispielen und zeigen neue Möglichkeiten und Anwendungsszenarien auf, wie Unternehmen das Kommunikations- und Marktpotenzial von Social Media effektiv nutzen können. Die Termine: **23. Januar in**

Hamburg, 10. April in Berlin und 5. Juni in Düsseldorf. Weitere Informationen zu Inhalten und Anmeldung auf der [BVDW-Website](#).

Literatur

Literatur compact (2) (02. KW-2014)

1. Der zweite Band des Fachbuchs „**Instrumente und Techniken der Internen Kommunikation**“ ist am 6. Januar 2014 bei der **School for communication and Management (scm)**, Berlin, erschienen. In diesem Sammelband stellen die Autoren aus Unternehmen und Agenturen in 23 Kapiteln neue und klassische Kommunikationsinstrumente vor, die sich in der täglichen Arbeit von internen Kommunikationsmanagern bewährt haben. Ergänzt werden diese Beiträge durch Einblicke in Methoden und Techniken der internen Kommunikation.
ISBN: 978-3-940543-34-9; Seitenzahl: 352; Preis: 29,90 Euro in der Paperback-Fassung 19,99 Euro als E-Book.
2. In zweiter und erweiterter Auflage ist jetzt das Lehrbuch „**Grundlagen der Internen Unternehmenskommunikation**“ in der PR-Bibliothek der **Deutschen Presseakademie** erschienen. Auf gut 200 Seiten bieten die Autorinnen Ulrike Buchholz und Susanne Knorre theoretisches Orientierungswissen und konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis. Das Buch richtet sich an Berufspraktiker sowie Studierende in der Aus- und Weiterbildung.
ISBN: 978-3-942263-26-3; Seitenzahl: 224; Preis: 29,90 Euro. Das Buch ist direkt im [depak-Online-Shop](#) erhältlich.

Jobangebote

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

GESUCHE

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

ANGEBOTE (35)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 4 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [PR-Berater \(m/w\) Consumer Communications \(Lifestyle\), Düsseldorf](#)
- [PR Berater \(m/w\), Köln](#)
- [Jeschenko MedienAgentur sucht PR-Trainee und Junior PR-Berater \(m/w\) in Köln und Berlin](#)
- [Praktikum Healthcare Communications \(m/w\), Frankfurt](#)
- [PR-Berater \(m/w\), Wiesbaden](#)
- [PR-Agentur sucht Junior-Berater/in und Berater/in, Köln](#)
- [Junior Berater Marken-PR \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Engagierte/r PR-Berater/in, Essen](#)
- [Junior PR-Consultant \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [Flutlicht sucht PR-Trainee \(m/w\) für den Standort Nürnberg](#)
- [Senior PR Berater, Berlin \(Ger./Engl.\)](#)
- [Engagierter PR-Berater \(m/w\) für Agentur in Berlin](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\) im Bereich Mode/Lifestyle, München](#)
- [PR Juniorberater/in für Agentur im schönen Duisburger Innenhafen](#)
- [PR-Berater/-innen für Publik. Agentur für Kommunikation, Ludwigshafen am Rhein](#)

- *Junior Berater Marken-PR (m/w), Düsseldorf*
- *Juniorberater/-in bei SEA PR in Frankfurt*
- *PR-Berater (m/w), Schwerpunkt Tourismus & Aviation, Berlin*
- *Markenzeichen sucht in Frankfurt Juniorberater (m/w) für Produkt-PR und Marketingkommunikation*

Unternehmen

- *Consumer PR-Manager (m/w), bei Berlin*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Verbände (Non-Profit)

- *SachbearbeiterIn für die Öffentlichkeitsarbeit, München*
- *Referenten (m/w) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

Montag, 13. Januar 2014 um 20:30 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.643 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, Stellvertre-

tender Chefredakteur (dillmann[at]pr-journal.de); Nadja Amireh (na), Düsseldorf (amireh[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, Rahel Camps und Gunter Ortlieb (info[at]pr-journal.de).

Rubrik "PR-Websitecheck": Nina Krake, Hannover, (krake[at]prsh.de) (Teamleiterin); Julia-Maria Blesin; Carina Bogus; Cirsten Ebeling; Frederike Kouker; Lan Anh Nguyen.

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); **Ham-burg/Norddeutschland:** Helge Weinberg, Hamburg, Helge Weinberg Strategie & Kommunikation (weinberg[at]pr-journal.de); **Frankfurt/M./Rhein-Main:** Thomas Beckmann, Frankfurt am Main, corporate text thomas beckmann (beckmann.thomas[at]pr-journal.de).

Rezensionen: Annett Helbig, Hamburg (helbig[at]mastermedia.de); 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: [pr-journal](#); pr-journal.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agentur-cafe.de; neues-prportal.de; 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 **2013** wurden von InfOnline, Bonn für die Internetseiten des PR-Journals ausgewiesen: **375.592 Visits und 979.978 PageImpressions**. Das ergibt einen **Tagesdurchschnitt von 1.089 Besuchern**. Jeder Besucher hat durchschnittlich 2,5 Seiten aufgerufen. Durch GoogleAnalytics wurde außerdem im Schnitt 08:54 Minuten Besuchszeit ermittelt.

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](#)