

PR-Journal Newsletter

Nr. 412 / 04. KW 2014

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 412. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 43 Einzelmeldungen):

1. [PR-Journal WebsiteCheck vergibt 30 Mal „sehr gut“ – Nachholbedarf bei Social Media](#)
2. [RTL-Sender kommunizieren vernetzt](#)
3. [Worldcom EMEA ernennt Patrik Schober zum neuen Chairman](#)
4. [Personalien compact - Agenturen \(2\) \(04. KW-2014\)](#)
5. [Personalien compact - Sonstige \(1\) \(04. KW-2014\)](#)
6. [Personalien compact - Unternehmen \(2\) \(04. KW-2014\)](#)
7. [Etats compact \(24\) \(04. KW-2014\)](#)
8. [H+K Strategies mit neuem Instrument für die interaktive Krisensimulation](#)
9. [Agenturen compact \(5\) \(04. KW-2014\)](#)
10. [Corporate Publishing-Branche zahlt besser als PR, Werbung und Verlage](#)
11. [Branche compact \(2\) \(04. KW-2014\)](#)
12. [PR-Branchenpresse: prmagazin konstant, PR Report mit Einbußen](#)
13. [Pressemarkt 2013 mit Verlusten: Gesamtverkäufe liegen unter Vorjahresniveau](#)
14. [Zeitschriftennutzung in Deutschland nimmt minimal zu – Auflagen sinken](#)
15. [Fußball genießt die größte Aufmerksamkeit im internationalen Sportjournalismus](#)
16. [Medien compact \(2\) \(04. KW-2014\)](#)
17. [Social Media compact \(1\) \(04. KW-2014\)](#)
18. [ADAC - gebrochene Flügel](#)
19. [Auch daneben...Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR \(3\)](#)
20. [Gericht: Das ganze Meer in einem Topf - La Bouillabaisse](#)
21. [DAPR-Grundausbildung ab April an vier Standorten](#)
22. [PRVA bündelt Aus- und Weiterbildungsangebote](#)
23. [Mit Studien in die Schlagzeilen](#)
24. [Studien compact \(1\) \(04. KW-2014\)](#)
25. [FAZ-Institut: Fachtag Kommunikations-Controlling](#)

26. [Save the date: 5. Deutscher Medienbeobachterkongress am 26. Mai in Düsseldorf](#)
27. [Termine compact \(1\) \(04. KW-2014\)](#)
28. [Tipps compact \(2\) \(04. KW-2014\)](#)
29. [Maruhn: Abenteuer Dienstreise – Reportagen und ihre Entstehung](#)
30. [Jobbörse](#)
31. [Impressum](#)

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

Ihr Gerhard A. Pfeffer und das Team vom PRJ

Seite 1

PR-Journal WebsiteCheck vergibt 30 Mal „sehr gut“ – Nachholbedarf bei Social Media

Und hier ist sie, die dritte Auflage des „PR-Journal“-Websitechecks. 267 Internetauftritte (Stand: 23. Januar 2014) deutscher und internationaler PR- und Kommunikationsagenturen wurden im vierten Quartal 2013 auf Herz und Nieren geprüft. Gut zehn Prozent, also 30 Agenturen, schnitten mit „sehr gut“ ab, sieben Agenturen erreichten nur ein „ausreichend“. Gemeinsame Gewinner mit jeweils 98 von 100 möglichen Punkten und der Gesamtnote 1,1 sind die Komm.Passion GmbH, Düsseldorf, und die Zuckerkommunikation GmbH, Berlin. Sie überzeugten die Testerinnen nahezu vollständig. Doch diesem positiven Ergebnis stehen auch kritische Anmerkungen der Prüferinnen gegenüber – insbesondere, wenn es um die Integration von Social Media geht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

RTL-Sender kommunizieren vernetzt

Die Mediengruppe RTL passt die Kommunikationsstrukturen den tatsächlichen Gegebenheiten an. Aufgrund der Tatsache, dass die einzelnen Sender der Mediengruppe immer enger zusammenarbeiten, sollen auch die Kommunikationsaktivitäten stärker miteinander vernetzt werden. Wie der Mediendienst „dwdl.de“ berichtet, soll daher Generalsekretär Thomas Kreyes künftig die Pressearbeit der einzelnen Sender koordinieren und den Kreis der Pressesprecher leiten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Worldcom EMEA ernannt

Patrik Schober zum neuen Chairman



Die Worldcom Public Relations Group (Worldcom), ein internationales Netzwerk unabhängiger PR-Beratungsfirmen mit 140 Partnerbüros und über 1.900 Mitarbeitern in 111 Städten auf sechs Kontinenten, hat mit Patrik Schober (Foto) einen neuen Chairman für EMEA. Schober ist Managing Director von PRAM Consulting, der Worldcom-Partneragentur aus Prag. Der unabhängige „Holmes Report“ führte PRAM Consulting 2013 als die am zweitschnellsten wachsende PR-Agentur in EMEA.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien compact - Agenturen (2) (04. KW-2014)

1. **Charlotte Holzum**, bei navos - Public Dialogue Consultants verantwortlich für den Bereich Politischer Dialog, wird als neue Partnerin in den Gesellschafterkreis der Agentur aufgenommen, die in Berlin und Düsseldorf sitzt. Gemeinsam mit **Anja Schlicht** und **Markus Hilse**, ebenfalls Gesellschafter, soll Hol-



zum die Weiterentwicklung der Agentur vorantreiben. Dem Gesellschafterkreis gehört außerdem die Jung von Matt AG an, mit der Navos einige Kunden gemeinsam betreut. Holzum ist ausgebildete Fernsehjournalistin und gehörte bereits vor zwei Jahren zum Gründungsteam von navos.

2. **Karin Campos** (36) wechselt von Bacardi Deutschland ins Düsseldorfer Büro von Hill+Knowlton Strategies, wo sie Account Director im Bereich Marketing Communications und Brand PR wird. Bei Bacardi war sie als Seniorberaterin seit über acht Jahren in der Marken- und Produkt-PR tätig, ihre Schwerpunkte waren Food&Beverage sowie Lifestyle und Design. Bei Hill+Knowlton wird sie an **Miriam Holbe** berichten, die den Bereich Marketing Communications und Brand PR für Deutschland von Frankfurt am Main aus leitet.

Personalien compact - Sonstige (1) (04. KW-2014)

1. **Mario Thurnes** (39) ist seit dem 1. Januar neuer Pressesprecher des Deutschen Gewerkschaftsbunds Rheinland-Pfalz in Mainz. Er berichtet an **Dietmar Muscheid**, den Vorsitzenden des DGB in Rheinland-Pfalz und dem Saarland. Zuvor war Thurnes seit 2011 als Pressesprecher der Landtagsfraktion von Bündnis 90 / Die Grünen tätig.

Personalien compact - Unternehmen (2) (04. KW-2014)

1. **Michael Röhl** (42) und **Kuzey Esener** wechseln von Vodafone zur TUI Deutschland GmbH, wo sie wieder für ihren früheren Chef **Thomas Ellerbeck** arbeiten. Röhl, zuletzt Chef der Führungskräfte- und internen Kommunikation bei Vodafone, hat seinen Dienst in Hannover bereits angetreten. Als Abteilungsleiter Kommunikation ist er für die Externe und Interne Kommunikation bei der TUI zuständig. Esener, aktuell noch bei Vodafone für die Wirtschafts- und Unternehmenspresse verantwortlich, wird ab März neuer Pressesprecher bei TUI. Röhl und Esener waren beide früher schon für die TUI tätig.
2. **Johannes Möri** (33) wird ab dem 3. Februar neuer Pressesprecher beim schweizerischen Finanzinstitut PostFinance AG in Bern. Er wird Nachfolger von **Alex Josty**, der zur Berner Kantonalbank wechselte. Möri kommt von der Regionalbank Valiant. Dort arbeitete er in den letzten fünf Jahren unter anderem als stellvertretender Mediensprecher und war zuletzt für die Investor Relations und den Geschäftsbericht verantwortlich. Davor war er bei der Credit Suisse in der Privatkundenberatung tätig.

Etats

Etats compact (24) (04. KW-2014)

1. Hersteller von Smartphone-Hüllen, Otter-Box®, Cork (Irland)
was: PR in Deutschland und elf weiteren Ländern Europas zur Steigerung der Bekanntheit
an: **GlobalCom PR Network (GCPR)**, München
2. Bad Aussee (Österreich)
was: Pressearbeit in Österreich und Deutschland für das Vitalzentrum
an: **w&p Wilde & Partner Public Relations GmbH**, München
3. Inhorgenta, Fachmesse für Schmuck und Uhren, München

KOMM-PASSION

- was: Social Media u. digitale Kommunikation
an: **Convensis Group**, Stuttgart
4. Ernährungskonzern Südzucker AG, Mannheim
was: Geschäftsbericht 2013/14
an: **mpm Corporate Communication Solutions**, Mainz
 5. Online-Marktplatz für Freizeitaktivitäten Regi-ondo, München
was: PR- und Kommunikation in Deutschland
an: **C.O.M.B.O. Communications**, München
 6. Schuhhersteller Roland SE, Essen
was: Marken- und Kommunikationsetat für MyShoes
an: **KW43 Branddesign**, Düsseldorf
 7. Hanseatische Wein- und Sekt-Kontor HA-WESKO GmbH, Hamburg
was: PR, Social Media und Consumer Marketing
an: **häberlein & mauerer**, München
 8. T-Systems, Bonn
was: Lead-Agentur für Marketingkommunikation, Dachkampagne „Zero Distance“
an: **fischerAppelt AG**, Hamburg
 9. Hotel Zumnorde, Erfurt
was: Beratung, Presse- und PR-Arbeit
an: **primo PR**, Frankfurt am Main
 10. Musikwettbewerb TONALi, Hamburg
was: Strategische Beratung, Öffentlichkeitsarbeit
an: **Kruger Media GmbH – Public Relations & Brand Communication**, Berlin
 11. Stadt Hamburg (Hamburg Marketing / Hamburg Tourismus)
was: Social Influencer Relations, Standortkommunikation
an: **UMPR GmbH**, Hamburg
 12. Boutique Hotel Mosaic Palais Aziza, Marrakesch (Marokko)

- was: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in der Region DACH
an: **Abate-Daga PR**, München
13. Fahrradmarke Skeppshult by radvertrieb, Aachen
was: Presse- und Medienarbeit, Social Media
an: **Timtomtext**, Aachen
14. Schmuckhersteller Pranda & Kroll GmbH, Pforzheim
was: Kommunikation der neuen Kollektion „Merii elements“ und Messe-PR in der Region DACH
an: **Convensis Group**, Stuttgart
15. Exact Software GmbH, München
was: Medienarbeit und Markteinführung der Software Exact Online
an: **Schwartz Public Relations**, München
16. Hersteller von Outdoor-Uhren und -Instrumenten Suunto, Vantaa (Finnland)
was: Marken- und Kommunikationsstrategie für „Outdoor“ und „Dive“
an: **Kommunikationsagentur zoom productions**, Fuschl am See (Österreich)
17. nanoFlowcell AG, Vaduz (Liechtenstein)
was: Internationaler Kommunikationsetat zur Weltpremiere der neuen Quant e-Sportlimousine auf dem Genfer Auto-Salon 2014
an: **kdgroup GmbH** (köckritzdörrich Brand & Corporate und waterworks Public Relations GmbH), Stuttgart
18. Koelnmesse GmbH
was: Kampagne zum 90-jährigen Jubiläum inkl. mobiler Ausstellung
an: **Agenturgruppe B+D**, Köln
19. Kristallglasfabrik Spiegelau GmbH, Spiegelau (Nähe Passau)
was: Pressearbeit, Dialogkommunikation, Bloggerrelations
an: **zweiblick // kommunikation**, München
20. Hilfsorganisation AMREF (African Medical and Research Foundation), Berlin
was: Medienarbeit zur Steigerung der Bekanntheit
an: **KPRN network**, Berlin
21. Malaysia Tourism Promotion Board, Frankfurt am Main
was: Marketing, PR und Sales Aktivitäten in Deutschland und Österreich
an: **Hasselkus PR – Social Media & PR**, Bad Soden a.T.
22. Einzelhandel- und Touristikunternehmen REWE Group, Köln
was: Public Affairs, politisches Issues Ma-



- agement und Reputation Management in Deutschland und EU
an: **Burson-Marsteller**, Berlin
23. Reiseveranstalter Island Pro Travel (IPT), Hamburg
was: Pressearbeit in deutschsprachigen Medien
an: **northern lights text & kommunikation GmbH**, Hamburg
24. Biopharma-Unternehmen PharmaMar GmbH, Berlin
was: Messeauftritt beim Deutschen Krebs Kongress
an: **s&k healthcare communication**, Freiburg

Agenturen

H+K Strategies mit neuem Instrument für die interaktive Krisensimulation

Die in Berlin, Düsseldorf und Frankfurt am Main ansässige Kommunikationsberatung Hill+Knowlton Strategies (H+K) bietet interessierten Kunden ein neues Instrument zur besseren Vorbereitung auf Krisensituationen. Die Fachleute von Hill+Knowlton, die traditionell einen ihrer Schwerpunkte im Bereich Krisen-PR sehen, haben ein Internet-basiertes Krisensimulationsprogramm entwickelt. Mit „Flight School“, so der Name, soll das Beratungs- und Trainingsangebot im Bereich der

Krisenkommunikation ergänzt werden. Als Trainings-Tool soll es vor allem für Verantwortliche der Krisenkommunikation, Social Media Community Manager oder für Organisationen, die sich auf einen akuten Anlass mit Krisenpotenzial vorbereiten wollen, geeignet sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (5) (04. KW-2014)

1. **Roth & Lorenz**, nach eigenen Angaben eine der führenden Agenturen für Erlebniskommunikation, **eröffnet am 1. März ein Büro in Berlin**. Der Berater und Konzeptioner Askan Brehm (38) sowie der Eventspezialist Alex Leuker (36) übernehmen die Leitung. Brehm kehrt nach mehr als zehn Jahren zu Roth & Lorenz zurück. Die Agentur will damit ihre dynamische Entwicklung fortsetzen. In Stuttgart am Hauptsitz ist sie in den vergangenen drei Jahren um nahezu 50 Prozent auf über 120 Mitarbeiter gewachsen. In Berlin soll das Wachstum beschleunigt werden. Ab März sind Brehm und Leuker in einer Loft-Etage in der Kreuzberger Oranienstraße 188 anzutreffen.
2. **Automotive PR (APR)**, eine internationale Kommunikationsagentur für den Automotive-Sektor, expandiert: Die Agentur baut ihr in 33 Ländern bestehendes Netzwerk um einen **neuen Standort in Moskau** aus. Damit ist APR nicht nur im strategisch wichtigen Automobilmarkt Russland vertreten, sondern deckt ab sofort auch alle BRIC-Staaten mit Agenturstandorten ab. Brasilien, Indien und China gehören bereits seit einigen Jahren zu APR. APR Russland wird vertreten durch die YA Corporation Communication Group in Moskau. In Deutschland ist Automotive PR in Köln ansässig.
3. Die **Stuttgarter Convensis Group** diversifiziert weiter. Mit der **Convensis Engineering GmbH hat die Kommunikations- und Beratungsgruppe zum 1. Januar 2014 eine Firma gegründet**, deren Kerngeschäft Consulting und die Evaluierung von Geschäftsfeldern umfassen soll. Darüber hinaus hat Convensis den Ozean überquert. Mit dem Büro in Manhattan, New York City, hat die Agentur zum 1. Januar ihren ersten Standort außerhalb von Deutschland eröffnet. Damit



können Kunden auf dem amerikanischen Markt zukünftig direkt vor Ort betreut werden.

4. Die **Weischer.Mediengruppe, Hamburg, firmiert künftig unter dem Namen Weischer.Media**. Damit trägt die Unternehmensgruppe der zunehmend internationalen Geschäftsausrichtung und der wachsenden Vernetzung von Kommunikationsstrategien Rechnung. Gleichzeitig wurden die Logos der Weischer.Media-Tochterunternehmen einem Re-Design unterzogen.
5. Die Hamburger **PR-Agentur Industrie-Contact (IC) AG** hat zum fünften Mal in Folge das **VdWa-Qualitätssiegel** erhalten. Das unabhängige „**Verzeichnis deutscher Werbeagenturen**“ (VdWa), Elmshorn, verleiht dieses Prüfsiegel Agenturen, die sich in allen kritischen Bereichen wie zum Beispiel Management, Finanzen, Qualifikation, Leistungsumfang und Referenzen erfolgreich untersuchen lassen. Das Prüfverfahren basiert auf insgesamt 14 Frageblöcken.

Branche

Corporate Publishing-Branche zahlt besser als PR, Werbung und Verlage



Profitiert die Corporate Publishing (CP)-Branche von der Krise auf Seiten der Zei-

tungs-, Zeitschriften- und Verlagshäuser? Die Vermutung liegt nahe, insbesondere wann man die jüngste Gehaltsentwicklung betrachtet. Nach einem Vergleich der Gehaltsstudie des Forums Corporate Publishing e.V. (FCP), mit dem Gehaltsreport 2013 des Onlineportals Stepstone sowie den Tarifverträgen des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger, BDZV, verdienen CP-Redakteure mehr. Mit mehr als vier Berufsjahren liegt ihr Jahresverdienst mit 51.000 Euro deutlich höher als der von festangestellten Zeitungsjournalisten mit durchschnittlich 42.000 Euro und Werbetextern mit 39.000 Euro. Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Posten des Chefredakteurs: 84.000 Euro zahlen CP-Agenturen, Presseverlage hingegen nur 68.000 Euro, und das erst ab dem vollendeten 15. Berufsjahr.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Branche compact (2) (04. KW-2014)

1. **Aviareps**, nach eigenen Angaben mit 48 Niederlassungen in 39 Ländern weltweit Marktführer im **Airline- und Tourismus-Management**, hat eine **globale PR-Plattform** für die Tourismus-Branche ins Leben gerufen. Die Plattform unterstützt die Akteure der Branche, sich effektiv über Marken-, Produkt- und Service-Aktivitäten auszutauschen. Michael Gaebler, Chairman & CEO von Aviareps, dazu: „Unsere PR-Plattform ermöglicht Tourismus- oder Hotellerieunternehmen ihre internationale Pressearbeit zu professionalisieren und wirtschaftlich nachhaltig zu gestalten.“ Aviareps ist in Deutschland mit einem Büro in München vertreten.
2. Die **school for communication and management (scm)**, Berlin, führt gemeinsam mit der Kölner Agentur **Kuhn, Kammann & Kuhn** eine **Online-Umfrage** zum Thema „**Die Mitarbeiterzeitschrift der Zukunft**“ durch. Es geht um Themen und Technik, um Foren und Formate, um Daten und Dialog. Was sind die wichtigsten Entwicklungen, und wie ist der aktuelle Status? Die Umfrage ist unter diesem [Link](#) bis zum 13. Februar geschaltet. Eine Beteiligung steht allen Interessierten der Kommunikationsbranche offen. Die Ergebnis-



se werden im April in einer kostenlosen Online-Broschüre veröffentlicht.

Medien

PR-Branchenpresse: prmagazin konstant, PR Report mit Einbußen

Bei den Verkaufs- und Abonnentenzahlen der gedruckten PR-Fachmedien haben sich im IV. Quartal 2013 zumindest für den in Hamburg erscheinenden „PR Report“ teils erhebliche Veränderungen ergeben zum Vergleichsquartal III / 2013. So hat der Verlag Haymarket Deutschland offensichtlich die Druckauflage von 4.000 auf 1.550 Exemplare reduziert. Die Verbreitung des Fachmagazins, das zehnmal jährlich erscheint, sank in Folge dessen um zwei Drittel von 3.795 auf 1.258 Stück. Auch die verkaufte Auflage und die Abonnentenzahl sanken um mehr als vier Prozent. Weitgehend konstant blieben hingegen die IVW-Zahlen für das in Remagen-Rolandseck im Verlag Rommerskirchen erscheinende „prmagazin“. Die Druckauflage wurde um 3,5 Prozent auf 4.884

Exemplare gesenkt, Verkaufs- und Abonnentenzahlen stiegen um je ein Prozent. So beläuft sich die verkaufte Auflage aktuell auf 1.875 und die Zahl der Abonnenten auf 1.270 Stück.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Pressemarkt 2013 mit Verlusten: Gesamtverkäufe liegen unter Vorjahresniveau



Jetzt liegt sie vor, die Jahresanalyse der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., IVW: Danach müssen die Zeitungen und Zeitschriften am deutschen Medienmarkt auch zum Ende des vergangenen Jahres einen Rückgang ihrer Gesamtverkäufe hinnehmen. Dabei haben sich allerdings die Auflagenverluste für die Tageszeitungen im zurückliegenden Quartal gegenüber dem Vorjahr weiter abgeschwächt. Zudem verzeichnen die Abo-Verkäufe der Tages- und Wochenzeitungen im Vergleich mit dem Vorquartal leichte Zuwächse. Die Auflagenverluste der Publikumspresse sind dagegen stärker als im Vorquartal. Weiter positiv entwickeln sich die aktuell verkauften Gesamtauflagen digitaler Ausgaben (ePaper) von Zeitungen, Publikums- und Fachzeitschriften. Nachfolgend haben wir die Eckdaten für die einzelnen Mediengattungen aufgeführt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Zeitschriftennutzung in Deutschland nimmt minimal zu – Auflagen sinken



Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma) veröffentlichte am 22. Januar die Reichweiten der ma 2014 Pressemedien I. Das wichtigste Ergebnis: 91,5 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland lesen Magazine, das sind mehr als 60 Millionen Leser (genau: 64,35 Millionen). Im Vorjahr verzeichneten die Publikumszeitschriften eine



Gesamtreichweite bei 91,4 Prozent (ma 2013 Pressemedien II). Auch bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen (14 bis 19 Jahre) ist die Nutzung seit der letzten ma (2013 Pressemedien II) stabil geblieben (geringfügige Steigerung von 89,8 auf 90,1 Prozent).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fußball genießt die größte Aufmerksamkeit im internationalen Sportjournalismus

Fußball regiert nicht nur die Welt – auch die Medien. Das bestätigen jetzt die Ergebnisse des International Sports Press Survey 2011 von Journalistikprofessor Thomas Horky von der MHMK, Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation, Hamburg, und Jörg-Uwe Nieland von der Deutschen Sporthochschule Köln, die jetzt in der Internationalen Zeitschrift für Journalismus „message“ veröffentlicht wurden. Mit 41 Prozent der analysierten Beiträgen ist es der Fußball, der von allen Sportarten die größte Aufmerksamkeit der internationalen Sportjournalisten erfährt – in einigen Ländern liegt der Anteil an der Sportberichterstattung sogar bei 85 Prozent (Rumänien), 81 Prozent (Portugal) oder 75 Prozent (Brasilien). In Deutschland beschäftigen sich immer noch 58 Prozent der ausgewerteten Beiträge mit Fußball. Ein weiteres – wenig überraschendes – Ergebnis:

Weltweit werden neun von zehn Artikeln über Sport von Männern verfasst, 88 Prozent der Beiträge handeln von männlichen Athleten. Weitere Einzelheiten über die Studie finden sich auf der [MHMK-Website](#).

Medien compact (2) (04. KW-2014)

1. **Online sind die deutschen Zeitungen gefragt:** Auf diesem Weg erreichen sie **30,2 Millionen Leser pro Monat**. Das ergab eine **Sonderauswertung** der internet facts 2013-11 der **Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V., (AGOF) durch die Zeitungsmarketing-Gesellschaft mbH & Co. KG (ZMG)**, Frankfurt am Main. Insbesondere junge Leser setzen auf die Online-Zeitung. 9,6 Millionen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren besuchen jeden Monat die Internetseiten der Zeitungen. Das sind zwei Drittel dieser Altersklasse. Auch bei den gut Verdienenden mit einem Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro liest jeder Zweite (49,9 Prozent bzw. 14,4 Millionen) online Zeitung.
2. Die **Medienholding Süd (MHS)**, zu der die „Stuttgarter Zeitung“ (StZ) und die „Stuttgarter Nachrichten“ (StN) gehören, **baut weiter Personal ab**. Nachdem Ende Januar 2013 bereits **zehn redaktionelle Arbeitsplätze** betroffen waren, folgen **jetzt sechs weitere**, die in den Redaktionen von „StZ“ und „StN“ dem Rotstift zum Opfer fallen. Begründet werden die Entlassungen mit einer noch engeren Zusammenarbeit der beiden Blätter bei der Regional- und Fotoberichterstattung in Stuttgart und Umgebung. Die lapidare Begründung: „Dabei sind Anpassungen im Personalbereich leider nicht zu vermeiden.“

Social Media

Social Media compact (1) (04. KW-2014)

1. Gib's mir nochmal! Der **HealthShare Award der Kölner Corporate Communications-Agentur, DocCheck AG**, geht 2014 in die zweite Runde. Unter dem Motto „Alles, was

A&B One

teilbar ist“ prämiert der Award die kreativste und innovativste Social Web-Kommunikation im Gesundheitswesen. Eingereicht werden können alle Social Media-Kampagnen und -Strategien aus dem Healthcare-Umfeld. Der HealthShare Award wird als klassischer Jurypreis und als Publikumspreis vergeben. Die Einreichung ist kostenfrei. **Einsendeschluss ist der 21. Februar.**

Reputation Management

ADAC - gebrochene Flügel

(cw) Manipulationen, Intransparenz, Dienstreisen der Vorstände mit dem ADAC-Hubschrauber, ein Gericht prüft den Vereinsstatus - die Liste der Verfehlungen wird immer länger. Und Geschäftsführer Karl Obermair immer reumütiger. Damit ist er gut beraten, nach den harschen und teils höhnischen Zurückweisungen kommt der ADAC nicht mehr aus den Schlagzeilen. Das Vertrauen der Mitglieder wird bins ins Mark erschüttert. Es gibt keine offiziellen Zahlen, derzeit ist die Rede von über 40.000 Kündigungen. Das dürfte erst der Anfang sein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

K:KK = Kocks: Kein Kommentar

Auch daneben...Klaus Kocks zu den Betriebsunfällen der PR (3)

Krisen-PR: ein unschlagbarer Brandbeschleuniger



Niemand ist schlauer als ein Laie. Diese goldene Regel des Klugschwätzens gilt für einige jener Geister, die als Titular-Professoren gegen saftige Studiengebühren an unseren Micky-Maus-Hochschulen unseren PR-Nachwuchs zum Bätscheler oder Maaster führen. Das Allerweltswissen der guten Kommunikation („Dialog“, „Transparenz“, „CSR“...) wird an sogenannten Fallbeispielen erläutert. Die Fallbeispiele beweisen dann, dass das Allerweltswissen stimmt und der Professor schlau ist. Wenn dem so wäre, wäre es ja gut. Es wird aber nur umgekehrt ein Schuh draus. In diesen Fallbeispielen wird die Wirklichkeit so umgelogen, dass sie auf die Lernsprüche passt. Nehmen wir „Brent Spar“.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Das ganze Meer in einem Topf - La Bouillabaisse



(nsb) In den Monaten mit „R“ sind Meeresfische deutlich besser frisch zu bekommen. Also ist jetzt die richtige Zeit für eine Bouillabaisse. Diesen Fischeintopf von der französischen Mittelmeerküste kann man nicht für einen Zweipersonenhaushalt kochen; was aber gibt es schöneres im Leben, als mit netten Leuten gemeinsam zu genießen – also laden Sie Freunde oder Familie ein,



heute wird ein großer Topf gebraucht.

Dem Genuss geht ein wenig Mühe voran, aber die Arbeit lohnt sich. Der Legende nach haben die Fischer in Marseille es sich leicht gemacht, indem sie alle zu kleinen, unverkäuflichen Fische in einen Kessel mit kochendem Meerwasser warfen. Der Wahrheitsgehalt dieser Erzählung leidet schon an der Tatsache, dass die Bouillabaisse mit reichlich Safran zubereitet wird; das teure Gewürz konnte sich kein Fischer leisten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

DAPR-Grundausbildung ab April an vier Standorten



Die Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) geht im April in die 48. Runde. Aufgrund starker Nachfrage bietet die DAPR die Seminarreihe diesmal in Frankfurt am Main, Düsseldorf, Hamburg und München an. Die Kurse beginnen frühestens am 4. April und enden spätestens am 29. Juni. Die DAPR-Grundausbildung besteht aus vier jeweils dreitägigen Modulen, die von Freitag bis Sonntag dauern. Jedes Modul kann auch einzeln belegt werden. Nähere Informationen zu den Terminen in den genannten Städten und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es direkt auf der [DAPR-Website](#).

PRVA bündelt Aus- und Weiterbildungsangebote



Ab März 2014 bündelt der PRVA (Public Relations Verband Austria) seine kostenpflichtigen Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen unter dem neu geschaffenen Dach KOMMAK-PRVA, Kommunikationsakademie des Public Relations Verbandes Austria. Die KOMMAK-PRVA teilt sich in die zwei Bereiche „PRVA-Seminare und –Workshops“ und die neu geschaffene „PR-Akademie des Wissenschaftlichen Senats des PRVA“, in der in Kooperation mit anerkannten Bildungseinrichtungen berufsbegleitende akademische PR-Lehrgänge angeboten werden. Der erste Lehrgang dieser Art startet im Herbst 2014 in Zusammenarbeit mit der DUK (Donau Universität Krems). KOMMAK-PRVA-Veranstaltungen sind generell für Kommunikationsleute offen, PRVA-Mitglieder erhalten Sonderkonditionen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien

Mit Studien in die Schlagzeilen

Eine Mehrheit großer und mittlerer Unternehmen gibt Studien heraus, um sich als Experten und Meinungsführer im jeweiligen Produkt- und Themenbereich zu positionieren. So auch das F.A.Z.-Institut aus Frankfurt am Main, das die vorliegende Studie erstellt hat und publizieren möchte. Es handelt sich um eine Studie über Studien, also darüber, warum und mit welcher anstrebten Wirkung Unternehmen und andere Institutionen Themen untersuchen lassen. 165 Kommunikationsentscheider deutscher Unternehmen wurden für die Publikation „Studien in der Unternehmenskommunikation“ befragt. Hauptzielgruppe dieser Untersuchung wie auch der Studien der befragten

Unternehmen sind Medien und Fachöffentlichkeit sowie potentielle Kunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studien compact (1) (04. KW-2014)

1. Die **Kölner PR-Agentur Krampitz Communications** hat am 27. Januar eine **Studie zur Kommunikation von Biomasse-, Solar- und Windfirmen** herausgegeben. Der Ergebnisbericht enthält auf knapp 100 Seiten Analysen über die Kommunikationsarbeit von 32 Unternehmen der Erneuerbare-Energien-Branche in der Region DACH. Neben Untersuchungen zur Professionalität und zum Erfolg der PR-Arbeit hat die Agentur Verbesserungsmöglichkeiten bei der Medienarbeit aufgezeigt und mit eigenen Recherchen und Tipps ergänzt. Die Langfassung des Ergebnisreports bietet die [Agentur auf ihrer Website](#) für **1.250 Euro plus Mehrwertsteuer** an.

Termine

FAZ-Institut: Fachtag Kommunikations-Controlling

Das F.A.Z.-Institut und die Fachzeitschrift "Kommunikationsmanager" richten am 26. März in Kooperation mit der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) den 9. Fachtag Kommunikations-Controlling aus. Die Veranstaltung findet statt im Casinogebäude auf dem Campus Westend der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Im Mittelpunkt stehen Fachdiskussionen, neuste Studienergebnisse und Vorträge, die aktuelle Erkenntnisse und Entwicklungen im Kommunikations-Controlling aufzeigen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Save the date:

5. Deutscher Medienbeobachterkongress am 26. Mai in Düsseldorf



Ein wichtiges Branchenevent wirft seinen Schatten voraus: Am 26. Mai findet in Düsseldorf der 5. Deutsche Medienbeobachterkongress statt. Als Veranstaltungsort haben die Organisatoren in diesem Jahr das Maxhaus ausgesucht, ein ehemaliges Franziskanerkloster in der Düsseldorfer Karlstadt, das zu einem Begegnungs- und Veranstaltungszentrum umgebaut wurde. Dort soll es gelingen, Anbieter und Nachfrager zusammenzubringen und für Transparenz im Markt der Medienbeobachtung zu sorgen. Im Mittelpunkt steht 2014 wieder die Vermittlung von fachlichem Know How mit Hilfe von Best Practices und Case Studies. Keynotesprecher wird Jürgen Brautmeier (Foto) sein, Direktor der Landesanstalt für Medien NRW. Er beleuchtet die Perspektiven der elektronischen Medien in Deutschland. Sein Thema: „Elektronische Medien und Qualitäts-Journalismus: Passt das noch zusammen?“ Weitere Schwerpunktthemen im Verlauf des Kongresstages sind dann „Kommunikationscontrolling und Reputation Management“, „Online Markt- und Meinungsforschung“, „Social Media und Online-Monitoring“ sowie „Suchmaschinenoptimierung für PR Professionals“. Weitere Informationen und Einzelheiten zur Anmeldung finden sich direkt auf der [Website zum Medienbeobachterkongress](#).

eine Fülle an Ideen für Direktmarketing anhand anschaulicher B-to-B und B-to-C Cases. Zur [Anmeldung geht's über diesen Link](#).

Tipps

Tipps compact (2) (04. KW-2014)

1. LinkedIn unterstützt Marketing-Experten jetzt mit einem neuen **Leitfaden, dem „Sophisticated Marketer’s Guide“**. Das 50 Seiten umfassende eBook beschreibt, wie LinkedIn im Rahmen von Social-Media-Marketing-Aktivitäten eingesetzt werden kann. Aufmerksamkeitssteigerung für Unternehmen, Lead-Generierung und erfolgreiches Marketing über zielgruppengerechte, digitale Inhalte sind dabei die wesentlichen Themen. Das eBook in englischer Sprache steht auf [LinkedIn](#) ab sofort zum kostenfreien Download zur Verfügung.
2. Die **numeo GmbH**, Stuttgart, war erneut offizieller Medienpartner des Trend Talks „Meet the beef“, der während der am 22. Januar beginnenden „Best of Events International“ durchgeführt wurde. Diesen Auftrag dürfte das Unternehmen seinen **innovativen Ideen im Bereich Veranstaltungs-Software** zu verdanken haben. numeo entwickelt und vertreibt Software-Applikationen (Apps), die Teilnehmer von Versammlungen, Kongressen, Schulungen oder auch Messen interaktiv in deren Ablauf einbindet. Weitere Informationen auf der [Unternehmenswebsite](#).

Termine compact (1) (04. KW-2014)

1. Am **11. und 12. März** findet im Dorint Pallas Hotel in **Wiesbaden** der **6. Deutsche Direktmarketing-Kongress** statt. Frühbücher erhalten noch bis zum 31. Januar einen Rabatt von 200 Euro auf den Teilnehmerpreis von 1.290 Euro. Unter dem Motto „Auf allen Kanälen zuhause – innovative Crossmedia-Konzepte für den erfolgreichen Kundendialog“ berichten Experten, welche crossmedialen Kampagnen bereits heute Erfolg haben. Zudem liefern sie

Literatur

Maruhn: Abenteuer Dienstreise – Reportagen und ihre Entstehung

Matthias Maruhn: Abenteuer Dienstreise – Reportagen und ihre Entstehung; Verlag: Klartext 2013; 156 Seiten; 14,95 Euro; ISBN-10: 3837509389

Lass die Menschen ausreden. Lass sie erzählen, korrigiere sie nicht und vor allem: Quatsch nicht dazwischen. Dann braucht es nur noch ein bisschen Reporterglück, Zettel und Stift zum Mitschreiben und Fairness, um die Geschichte so zu erzählen, dass sie authentisch bleibt und die Chance hat, den Leser mitzunehmen. That's it. Matthias Maruhn gibt in seinem Buch „Abenteuer Dienstreise“ einen sehr persönlichen Einblick hinter die Kulissen seiner Reportagen. Ob allein unterwegs, im Gespräch, inmitten einer Selbsterfahrung oder Katastrophe: Eine außergewöhnliche Reportage braucht nur wenig Zutaten. Basis sind persönliche Recherchen, die sich nicht nur auf ein Medium konzentrieren. Dazu eine Brise Gelaber – aber davon nicht zu viel. Dann einen Esslöffel Menschlichkeit, gern auch zwei. Abschmecken mit eigenen Erfahrungen. Und guten Appetit.

[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 (42)

Volontariat/Trainee

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

Praktikum

Die 6 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [Engagierter PR-Berater \(m/w\) für Agentur in Berlin](#)
- [Junior Consultant / Consultant / Senior Consultant, Frankfurt](#)
- [PR-Berater \(m/w\), München](#)
- [Bachinger Öffentlichkeitsarbeit in Frankfurt sucht PR Junior Berater/in](#)
- [PR-Volontariat in Hamburg](#)
- [PR-Kundenberater Lifestyle \(m/w\), Berlin](#)
- [Junior PR-Berater \(m/w\), Hamburg](#)
- [PR-Berater und PR Junior-Berater \(m/w\) Mode/Luxus/Lifestyle, Bremen](#)
- [\(Senior\) PR Berater \(m/w\) für Wirtschaft / Finanzen, Hamburg](#)
- [\(Senior\) Account Manager \(m/w\) Schwerpunkt PR & Social Media, Köln](#)
- [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](#)

Unternehmen

- [PR-Manager \(m/w\), Berlin](#)
- [Online Redakteur/in im Bereich E-Commerce, Neuburg/Donau](#)
- [PR-Referent\(in\), Leipzig](#)
- [Consumer PR-Manager \(m/w\), bei Berlin](#)
- [Redakteur/Texter \(w/m\), Freiburg](#)

Verbände (Non-Profit)

- [Leiter/Leiterin der Pressestelle und Pressesprecher/Pressesprecherin, Hannover](#)
- [PR-Redakteur/in Text, bei Stuttgart](#)
- [Referenten \(m/w\) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit/Stiftungskommunikation, Bonn](#)

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:
27. Januar 2014 um 20:00 Uhr
Dieser Newsletter wurde an **10.624 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"; Marcus Eichhorn, Köln (eichhorn[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Dr. Horst Kerlikowsky, Berlin (kerlikowsky[at]pr-journal.de) - "Kerlikowskys Kommentar"; Mathias Scheben, Andernach (scheben[at]pr-journal.de); Norbert Schulz-Bruhdoel (nsb), Remagen (schulz-bruhdoel[at]pr-journal.de) - Rubrik: "Norbert: Gerüchte+Gerichte"; Riccardo Wagner, Köln (wagner[at]pr-journal.de) - Ressort: "CSR Unternehmensverantwortung"; Cornelia Wüst (cw), Salzburg (wuest[at]pr-journal.de) - Ressort: "Reputation Management".

Redaktionsrubrik "Das PR-Interview": Team von k1 gesellschaft für kommunikation, Köln: Ulf 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); **Hamburg/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.at; pr-journal.ch; pr-journal.com; pr-journal.info; pr-journal.net; agenturcafe.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: **357.592 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](https://twitter.com/prjournal) und [@prjobboerse](https://twitter.com/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](#)