

PR-Journal Newsletter

Nr. 418 / 10. KW 2014

Der Einsendeschluss für das **18. PR-Agentur-Umsatzranking 2013** rückt näher. Am Mittwoch, 12. März, sollten die Meldungen vorliegen. Für alle, die es nicht schaffen, **verlängert sich die Abgabefrist bis Dienstag, 25. März**. Sollten Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte per E-Mail direkt [Gerhard A. Pfeffer](#). Die Daten des Vorjahresrankings finden Sie auf unserer [Website](#).

Und hier das **Inhaltsverzeichnis** des 418. Newsletters des PR-Journals (die gewohnten Kompaktmeldungen finden Sie jeweils am Ende der einzelnen Rubriken - mit zusammen weiteren 52 Einzelmeldungen):

1. [Stockheim Media kauft Brand Associates](#)
2. [Studie: Journalisten müssen schleppen, 93 Prozent der Pressemappen aus Papier](#)
3. [Personalien compact - Unternehmen \(10\) \(10. KW-2014\)](#)
4. [Personalien compact - Sonstige \(11\) \(10. KW-2014\)](#)
5. [Personalien compact - Agenturen \(2\) \(10. KW-2014\)](#)
6. [Etats compact \(20\) \(10. KW-2014\)](#)
7. [Neue Kommunikationsberatung für unternehmenskritische Situationen](#)
8. [PR-Agentur des Jahres: Vier Namen auf der PRR-Shortlist](#)
9. [AIKA-Agenturen erwarten Wachstum für 2014](#)
10. [Agenturen compact \(3\) \(10. KW-2014\)](#)
11. [Vizepräsident des russischen PR-Verbandes spricht bei der ECC](#)
12. [Fachjournalisten wählen Touristik-PR-Agenturen und Verkehrsbüros des Jahres](#)
13. [Content-Marketing - alter Wein in neuen Schläuchen?](#)
14. [PR Report-Award 2014: Shortlist steht](#)
15. [Branche compact \(1\) \(10. KW-2014\)](#)
16. [Mediaanalyse Radio 2014: WDR mit zwei Sendern unter den Top 5](#)
17. [ZDF und ARD profitieren von Olympia](#)
18. [Medien compact \(1\) \(10. KW 2014\)](#)
19. [Ernährungsindustrie kommuniziert auf allen Kanälen](#)
20. [Social Media compact \(1\) \(10. KW-2014\)](#)

21. [CSR-Workshop: Nachhaltigkeit klug kommunizieren](#)
22. [EU: CSR-Berichtspflicht rückt näher](#)
23. [CSR-Preis 2014: Finalisten stehen fest](#)
24. [Schebens PRJ-Kolumne "Salz": Die Vision vom kommunikationsgesteuerten Unternehmen](#)
25. [Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe](#)
26. [In der Schule und vor Gericht](#)
27. [Das Business-Selfie ist der neue CEO-Blog!](#)
28. [Gericht: Noch mal Avocado \(mit Spaghetti, Flusskrebse und Grapefruit\)](#)
29. [Bildung compact \(3\) \(10. KW-2014\)](#)
30. [Studie: Was gute Biografien in Wikipedia ausmacht – und was nicht](#)
31. [Europaweite Umfrage über strategische Kommunikation gestartet - Teilnahme erwünscht](#)
32. [Wettbewerb um die Econ Awards 2014 startet am 10. März](#)
33. [Informationen aus einer Hand: myconvento kooperiert mit Kürschner](#)
34. [Getty Images gestattet kostenlose Einbettung von Bildern](#)
35. [Was Storytelling für die PR bedeutet](#)
36. [Gaedt: Mythos Fachkräftemangel](#)
37. [Onlinejournalismus für Digital Immigrants](#)
38. [Stamm Medien-Newsletter März 2014](#)
39. [Jobbörse](#)
40. [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

Stockheim Media kauft Brand Associates



Stockheim Media erwirbt die Brand Associates GmbH in Berlin und baut sein Beratungsangebot im Bereich politische Kommunikation aus. Brand Associates berät seit 2008 Unternehmen und Organisationen in der gesellschaftspolitischen Kommunikation. Der Honorarumsatz von

Brand betrug im vergangenen Jahr knapp eine Million Euro, erwirtschaftet wurde er von aktuell zehn Mitarbeitern. Mit dem Erwerb verfügt die Kommunikationsberatung Stockheim Media jetzt über fünf Standorte in Köln, Frankfurt, München, Berlin und New York mit nun insgesamt rund 60 Mitarbeitern. Zu den Kosten für den Brand-Deal machte die Agentur keine Angaben. Stockheim Media ist Teil der international tätigen Instinctif Partners Gruppe (vormals College Group) und hatte 2013 einen Honorarumsatz von fünf Millionen Euro.

„Mit dem Erwerb von Brand Associates und der Präsenz in Berlin setzen wir unseren Wachstumskurs fort. Zusammen bieten wir unseren Kunden höchste Beratungskompetenz in den Bereichen Unternehmens- und Kapitalmarktkommunikation sowie politischer Kommunikation“, sagt Ulrich Stockheim (Foto), Gründer von Stockheim Media und als Managing Partner verantwortlich für das Europa-Geschäft der Instinctif Partners Gruppe.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Studie: Journalisten müssen schleppen, 93 Prozent der Pressemappen aus Papier



Der digitale Wandel ist noch lange nicht bei Unternehmen und ihren Pressematerialien angekommen: 65 Prozent der Pressemappen liegen ausschließlich als Print-Mappe vor – bis zu 137 Seiten stark. Etwa ein Viertel der Unternehmen (28

Prozent) legt der Print-Pressemappe immerhin eine digitale Version bei. Und: Qualitativ ist viel Luft nach oben. Das sind die Ergebnisse einer Studie der Aufgesang Public Relations GmbH aus Hannover.

Analysiert wurden Hunderte Pressemappen aus den gesamten Pressefächern der Messen CeBIT, Hannover Messe und dmexco. Der Großteil der rein digitalen Pressemappen lässt sich auf der CeBIT finden. Die meisten Print-Pressemappen



kombiniert mit einer digitalen Version gibt es auf der Hannover Messe. Erstaunlich: Die digitale Fachmesse dmexco liegt weit hinten – mit einem Anteil von insgesamt nur drei Prozent an den digitalen Ausführungen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Personalien

Personalien compact - Unternehmen (10) (10. KW-2014)

1. **Michael Mitter** (42) leitet seit dem 1. März das neu geschaffene Team Group Brand & Communication Germany bei BNP Paribas in Frankfurt am Main. Die Bank bündelt damit alle Kommunikationsthemen unter dem Dach der „Group Brand & Communication Germany“. Mitter berichtet an **Camille Fohl**, Chairman des Management Boards in Deutschland. Mitter hat seit 2007 bereits verschiedene Kommunikationsfunktionen bei BNP Paribas inne gehabt. Vorher war er seit 2001 als Pressereferent für Zurich Gruppe Deutschland tätig.
2. **Eike Alexander Kraft** (33) ist seit dem 1. Februar Vice President Corporate Communications, Public Relations & Corporate Social Responsibility bei der französischen Hotelgruppe Accor, Paris. Kraft verantwortet die Kommunikation in Skandinavien, Osteuropa, Deutschland und Österreich und berichtet an

Michael Mücke, Chief Operating Officer Hotel Services Central Europe. Kraft, der seit 2012 bei Accor tätig ist, bleibt in dieser Funktion in Frankfurt am Main Sprecher für Deutschland. Bevor er 2012 zu Accor wechselte, war er seit 2007 stellvertretender Pressesprecher und Presseoffizier bei der Luftwaffe der Deutschen Bundeswehr.

3. **Anna Ehrensperger** (29) ist seit dem 1. Februar Pressesprecherin beim Versicherungsunternehmen Axa Winterthur im schweizerischen Winterthur. Sie folgt auf **Karin Gnehm**, die in Mutterschaftsurlaub geht. Ehrensperger, die bereits seit 2009 als Managerin für Interne Kommunikation bei dem Versicherungsunternehmen ist, berichtet an **Nicole Horbelt**, Head of Media Relations bei der Axa Winterthur.
4. **Vanessa Rahrbach** (27) arbeitet seit dem 1. Februar als Referentin für Unternehmenskommunikation beim internationalen Saat- und Zuchtunternehmen Strube in Söllingen. Die Stelle wurde neu geschaffen. Rahrbach berichtet an den Leiter der Unternehmenskommunikation, **Marcus Geppert**. Zuvor war sie seit 2012 als Volontärin im Wissenmedia Verlag beschäftigt, der zu Bertelsmann gehört.
5. **Anna Klaus** (25) ist seit dem 1. März als Nachfolgerin von **Sandra Steindl** neue Pressesprecherin beim Picus Verlag in Wien. Vorgängerin Steindl hat den Verlag verlassen. Steindl ist für den gesamten Bereich der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig. Zuvor studierte Klaus Komparatistik und Germanistik an der Universität Wien.
6. **Friederike Nielsen** (34) ist seit 1. März neue Leiterin Marketing und PR beim Multikopter-Hersteller Aibotix GmbH in Kassel. Sie kommt vom Print-on-Demand- und Self-Publishing-Anbieter BoD™ – Books on Demand GmbH, wo sie seit 2006 als Pressesprecherin tätig war. Nielsen verfügt über langjährige Erfahrung im PR-Bereich und arbeitete zuvor unter anderem bei der Hamburger Agentur Havas PR. Bei Aibotix berichtet sie an Geschäftsführer **Jörg Lamprecht**.
7. **Sabine Reinert** ist die neue Marketing-Chefin von RaboDirect Deutschland. Ab sofort verantwortet sie alle kommunikativen Aktivitäten der holländischen Rabobank-Tochter in Frankfurt am Main. Reinert verfügt über jahrelange Erfahrung im Bereich der Finanzkommunikation. Als Head of Marketing Commu-

KOMM-PASSION

nications war sie unter anderem für Fortis Consumer Finance Deutschland und easy-Credit tätig. Zuletzt leitete sie das Kampagnenmanagement der Bausparkasse Schwäbisch Hall.

8. **Stephanie Hagelüken** (45) ist seit Anfang März neue Leiterin der internen Kommunikation des M-Dax-Immobilienkonzerns Gagfah Group. Ihre Stelle im Essener Konzern wurde neu geschaffen. Vor ihrem Wechsel arbeitete sie für die Kommunikationsagentur Deekeling Arndt Advisors. Davor leitete Hagelüken von 2005 bis 2011 die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Finanzministeriums in Nordrhein-Westfalen. Sie sprach für die CDU Landtagsfraktion in NRW, die CDU Deutschland und deren damaligen Generalsekretär **Laurenz Meyer**.
9. **Antje Stephan** ist seit dem 1. März neue Pressesprecherin der Euler Hermes Deutschland AG in Hamburg und somit verantwortlich für die gesamte externe Kommunikation in der Region Deutschland, Österreich und Schweiz. Zuvor leitete sie als Director Corporate Communications seit 2010 die Konzernkommunikation bei der Conergy AG, ebenfalls in Hamburg.
10. **Carsten Otte** ist neuer Senior Communications Manager beim Berliner Spielevermarkter GameGenetics. Otte kommt von den Goodgame Studios, wo er zuletzt als Head of PR tätig war. Vor seiner Tätigkeit bei Goodgame arbeitete Otte unter anderem als PR-Seniorberater bei der Krefelder Agentur wild-card communications. Zu den Aufgaben Ottes gehört es, die Öffentlichkeitsarbeit im nationalen und internationalen Umfeld voranzutreiben.

Personalien compact - Sonstige (11)
(10. KW-2014)

1. **Max Micus**, zuletzt seit zweieinhalb Jahren Manager Public Relations bei der Popakademie Baden-Württemberg in Mannheim, ist seit dem 3. März neuer Kommunikationsmanager bei der Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte, GEMA, in München. Damit tritt er die Nachfolge von **Desirée Handke** an, die die Verwertungsgesellschaft auf eigenen Wunsch verlässt. Bei der GEMA wird Micus künftig den Event-Bereich verantworten und zudem in der Kommunikation mitarbeiten.
2. **Lukas Meermann** (38) und **Michael Wiget** (39) sind neue Mitarbeiter der Abteilung für Unternehmenskommunikation bei der global tätigen Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft EY (ehemals Ernst & Young) in Zürich. Meermann arbeitete bereits früher in der Marketing- und Kommunikationsabteilung von EY. Zuvor war er bei Siemens und von 2011 bis 2013 als Pressesprecher im Versicherungssektor tätig. Wiget bringt seine langjährige Erfahrung als Agenturjournalist und aus der Konzernkommunikation der Schweizerischen Post in das PR- und Medien-Team von EY ein.
3. **Volker Röpke** (33) wird zum 10. Juni als Nachfolger von **Petra Meschede** neuer Pressesprecher beim Bistum Hildesheim. Vorgängerin Meschede, die die Funktion des Pressesprechers nur kommissarisch übernommen hatte, konzentriert sich dann wieder voll auf ihre Aufgabe als Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit des Bistums. Röpke, der seit 2011 als Redakteur für das Bistum tätig ist, berichtet in seiner neuen Funktion an **Thomas Hagenhoff**, den Leiter der Hauptabteilung Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Vor seinem Wechsel ins Bistum war Röpke als Online-Redakteur bei der „Braunschweiger Zeitung“ Online-Redakteur.
4. **Jan Gömer** (50) arbeitet seit dem 3. Februar als Pressesprecher für den Medizinischen Dienst der Krankenversicherung MDK Nord in Hamburg. Die Position wurde neu geschaffen. Er berichtet an den Geschäftsführer **Peter Zimmermann** und den leitenden Arzt **Bernhard van Treeck**. Zuletzt war seit 2012 Gömer als Sprecher des Kieler Landtags tätig.



- Zuvor war er zwölf Jahren Redakteur beim NDR-Fernsehen.
5. **Nassim Malekzadeh** (31) ist seit dem 3. Februar PR- und Marketingleiterin bei PHH Rechtsanwälte in Wien. Sie wurde Nachfolgerin von **Julia Windner**. Malekzadeh berichtet an den Partner **Rainer Kaspar**. Zuvor war sie Senior Account Managerin bei der Werbeagentur Fessler Schmidbauer.
 6. **Harald Schultz** (55) ist neuer Pressesprecher des Ifo Institutes für Wirtschaftsforschung in München. Er wurde Nachfolger von **Aleksander Szumilas**, der das Ifo Institut vergangenes Jahr verlassen hatte. Schultz berichtet an den Präsidenten des Institutes, **Hans-Werner Sinn**, und an ifo-Vorstand **Meinhard Knoche**. Vor seinem Wechsel arbeitete Schultz in den vergangenen beiden Jahren als freier Journalist für verschiedene Medientitel, darunter „Zeit online“ und „Manager Magazin online“. Davor war er Ressortleiter Wirtschaft bei der dapd Nachrichtenagentur.
 7. **Michelle Schwefel** (49) hat den neugeschaffenen Posten der Referentin für Tourismuspolitik beim Deutschen Tourismusverband (DTV) in Berlin übernommen. In dieser Funktion ist Schwefel seit Januar für die politische Kommunikation und die politischen Positionen des Verbandes zuständig. Intern berichtet sie an die Hauptgeschäftsführerin des DTV, **Claudia Gilles**. Vor ihrem Wechsel zum DTV war sie in den vergangenen zehn Jahren Büroleiterin und Persönliche Referentin des ehemaligen Bundestagsabgeordneten **Michael Kauch** (FDP).
 8. **Jochen Blind** (33) und **Beate Preuschoff** sind seit Ende Februar neue „stellvertretende“

Pressesprecher der CDU Deutschland in Berlin. Wen sie „vertreten“ ist allerdings derzeit noch offen, da die Stelle des ersten Pressesprechers noch vakant ist. Blind war bereits in den vergangenen vier Jahren als Pressereferent im Konrad-Adenauer-Haus angestellt. Preuschoff arbeitete zuletzt seit dem Jahr 2004 als Hauptstadtkorrespondentin für Wirtschafts-, Finanz- und Energiepolitik für die „Dow Jones News“.

9. **Philip Gursch** (31) und **Kathrin Cornick** (31) haben in der Pressestelle der CDU-Fraktion im Brandenburgischen Landtag in Potsdam neue Aufgaben übernommen. Gursch ist seit dem 24. Februar neuer Pressesprecher der Fraktion. Zuletzt war er stellvertretender Pressesprecher. Er folgt auf Cornick, die die Leitung der Öffentlichkeitsarbeit übernommen hat und zusätzlich stellvertretende Pressesprecherin der Fraktion ist. Beide berichten an den Fraktionsvorstand.
10. **Julian Lange** (26) ist seit Mitte Februar neuer stellvertretender Pressesprecher des SPD-Parteivorstands in Berlin. Er berichtet an **Anja Strieder**, die die Pressestelle leitet. Zuvor war Lange seit 2011 Chef vom Dienst in der Pressestelle des SPD-Parteivorstandes. Zuvor war er Wahlkampfmitarbeiter in der Pressestelle der Berliner SPD.
11. **Alexandra Zotter** (43) ist neue Pressesprecherin und Leiterin der Öffentlichkeitsarbeit bei der Hilfsorganisation „Licht für die Welt“ in Wien. Sie leitet ein vierköpfiges und verantwortet damit außer der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch die Bereiche Events, Gratiswerbung und digitale Kommunikation. Zotter ist seit mehr als zehn Jahren in den Bereichen Marketing und Kommunikation tätig. Sie sammelte Erfahrungen in der Telekommunikationsbranche, als PR-Leiterin in einem internationalen Verlag und als Beraterin in einer Kommunikationsagentur.

Personalien compact - Agenturen (2) (10. KW-2014)

1. **Joachim Fuchs** ist seit dem 1. März neuer Geschäftsführer bei der Agenturgruppe Serviceplan. In der Münchner Niederlassung leitet er den Bereich Beratung. Gemeinsam mit Kreativgeschäftsführer **Matthias Harbeck** und dem zweiten Beratungsgeschäftsführer



Stefan Schütte übernimmt Fuchs die Führung der Agentureinheit der Gruppe. Zuletzt war Fuchs zwei Jahre als Geschäftsführer bei der Agentur Heye und zuvor drei Jahre Leiter der Kundenberatung der Agentur Kolle Rebbe.

2. **Rolf Helfenstein** und **Daniel Serrano** haben in Zürich gemeinsam die Kommunikationsagentur Karling gegründet. Helfenstein und Serrano standen bis zuletzt beide in Diensten von Jung von Matt/Limmat. Helfenstein war als Teilhaber Managing Director und Leiter der Beratung bei Jung von Matt. Serrano war dort Art Director. Mit ihrer neuen Full-Service-Agentur wollen die beiden Gründer Marken formen. Der Name Karling soll dabei Programm sein, denn ein Karling bezeichnet einen markanten, frei stehenden Berg, der seine Form durch den Schliff von Gletschern erhalten hat.

Etats

Etats compact (20) (10. KW-2014)

1. Garmin Deutschland GmbH, Garching (Nähe München)
was: Titelsponsoring-Onlinekampagne für das Radrennen Velothon Berlin
an: **B+D Agenturgruppe**, Köln
2. Austromed Branchengruppe Verbandstoffe, Wien
was: Presse- und Medienarbeit, Events,

- Onlinekommunikation für die Initiative Wund?Gesund!
an: **Kobza Integra PR**, Wien
3. a) Online-Spieleanbieter AlternativaPlatform, Perm (Russland);
Community-Management mit Sitz in Duisburg
was: PR und Social Media für das Browsergame „Tanki Online“
b) Software-as-a-Service-Anbieter Brand a Trend GmbH, Heidelberg
was: Corporate PR und Social Media für das Community-Management-Tool Summics
c) Caesar & Loretz GmbH, Hilden
was: Filmproduktion für die Marke Caelo
an: **wildcard communications GmbH**, Krefeld
 4. Bürgerschaft der Freien und Hansestadt Hamburg
was: Motivationskampagne zur Bürgerschaftswahl am 24. Mai 2014
an: **AM Communications - AM Agentur für Kommunikation GmbH**, Stuttgart und Berlin
 5. Direktmarketing-Agentur CouponPlus AG, Luzern
was: PR- und Kommunikationsarbeit
an: **pr-kfs, Karl F. Schneider AG, Kommunikationsagentur**, Schlieren (Nähe Zürich)
 6. Handelskammer Hamburg (HK)
was: Erstellung der Jahrespublikation "Bericht" für die Jahre 2014/15, 2015/16 und 2016/17
an: **das AMT: Gesellschaft für individuelle Kommunikation mbH & Co. KG**, Kiel
 7. a) GesundLand Vulkaneifel, Daun
was: Überregionale Basis-PR, Tourismus-PR, Pressearbeit
b) Tourismusverband der Provinz Lüttich
was: Verbraucher-PR und Fachpressearbeit
an: **Straub & Linardatos GmbH**, Hamburg
 8. Freie und Hansestadt Hamburg
was: Medien- und Online-Kampagne „Tschüss, Wartezeit!“ zur Bekanntmachung des Online-Terminmanagements
an: **public:news Agentur für Kommunikationsberatung GmbH**, Hamburg
 9. Almondy Vertriebsgesellschaft mbH, Hamburg
was: Social Media und PR zur Unterstützung der Kampagne "Tau mal auf!" des schwedischen Mandeltorten-Herstellers
an: **AntTrail GmbH**, Hamburg
 10. Verzeichnis- und Serviceportal search.ch AG, Zürich
was: PR- und Medienarbeit, strategische Kommunikationsberatung



- an: **PR- und Kommunikationsagentur open up**, Zürich
11. Anbieter von Waagen, Schneidemaschinen und Kennzeichnungssystemen Bizerba GmbH & Co. KG, Balingen
was: Produkt- und Marken-PR
an: **LEWIS PR**, München
 12. Deutsche Welthungerhilfe, Bonn
was: Jahresbericht 2013 d
an: **muelhausmoers corporate communications**, Köln
 13. Tochterunternehmen des Landes Hessen: Umwelthaus GmbH, Kelsterbach
was: Kommunikation der Lärmwirkungsstudie NORAH
an: **Mann beißt Hund – Agentur für Kommunikation GmbH**, Hamburg
 14. Rawlemon Solar Architecture, Barcelona
was: Presse- und PR-Arbeit zur Markteinführung im Herbst 2014
an: **Impressions Gesellschaft für Kommunikation mbH**, Düsseldorf
 15. Ägyptische Fremdenverkehrsamt, Frankfurt am Main
was: PR-Kampagne zur Sicherung der Tourismusbranche
an: **media consulta International Holding AG**, Berlin
 16. Messeveranstalter UBM Canon, London
a) was: Pressearbeit für Medizintechnikmesse MEDTEC Europe
b) was: Pressearbeit für SÜDTEC, Messe für Fertigungsindustrie in Süddeutschland
an: **consense communications gmbh**, München

Agenturen

Neue Kommunikationsberatung für unternehmenskritische Situationen



Sabine Kahrweg (Foto links) und Sabine Schindler Strecker (Foto rechts) haben in Herrsching bei München die Kommunikationsberatung Kahrweg & Strecker gegründet.

Der Fokus liegt auf der Beratung von Unternehmen vor, während und nach kritischen Situationen. Dazu zählt Kahrweg & Strecker strategische Neuorientierung, notwendige Restrukturierung, Veränderungen im Rahmen von Merger- und Akquisitions-Transaktionen, Insolvenzverfahren sowie akute Krisenfälle. „In Krisensituationen sind Schnelligkeit, Erfahrung und Konsistenz verbunden mit dem entsprechenden Einfühlungsvermögen für die Situation der Betroffenen gefragt“, so Gründerin Kahrweg. „Es gilt die Reputation eines Unternehmens oder einer Organisation zu schützen.“ Schindler Strecker unterstreicht: „Eine starke Reputation verschafft einem Unternehmen Handlungsfreiheit und fungiert in Krisensituationen wie ein Schutzschild, der Erschütterungen abfedern kann.“

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR-Agentur des Jahres: Vier Namen auf der PRR-Shortlist

Wer wird die PR-Agentur des Jahres 2014? Die Beantwortung der Frage ist ein Stück näher gerückt. Die Jury für den „PR Report“-Award hat jetzt die Shortlist veröffentlicht: In der engeren Wahl sind in alphabetischer Reihenfolge achtung! GmbH, Hamburg, Blumerry GmbH, Berlin, Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation GmbH, Düsseldorf, und Fink & Fuchs Public Relations AG, Wiesbaden. Welche Agentur die Nase vorn hat, wird erst bei der Preisverleihung am 10.



April in Berlin bekannt gegeben. Erst dann wird auch bekannt gegeben, welche Kommunikationsabteilung das PR-Team des Jahres und welcher Kommunikationsexperte der PR-Professional des Jahres wird. In diesen beiden Kategorien gibt es keine Shortlist. Hier haben ausschließlich die Juroren nominiert und in geheimer Wahl entschieden.

AIKA-Agenturen erwarten Wachstum für 2014



Inhabergeführte Kommunikationsagenturen blicken zuversichtlich in das Jahr 2014, so das Ergebnis einer von der Allianz inhabergeführter Kommunikationsagenturen (AIKA), Bochum, initiierten Online-Trendumfrage unter 75 Agenturen. War für ein Drittel der befragten Agenturen 2013 ein wirtschaftlich schwieriges Jahr, so wird für 2014 eine Verbesserung der wirtschaftlichen Situation erwartet. Die Befragung wird in Zusammenarbeit mit Elisabeth Kerkhoff, Sozialforschung und Beratung, durchgeführt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Agenturen compact (3) (10. KW-2014)

1. Die Kölner **Agentur Stammplatz Kommunikation**, spezialisiert auf Public Relations, Employer Branding und E-Mail Marketing, **zieht um und erweitert damit zugleich ihr Portfolio** um Online-Kommunikation. Denn mit dem Umzug geht Stammplatz eine Kooperation mit der Netzlabor Gesellschaft für interaktive Medien mbH ein, um künftig auch umfassende Internetdienstleistungen anbieten zu können. Die neue Adresse lautet Lichtstraße 45 in Köln.
2. Die Website als digitales Abbild des Unternehmens – unter diesem Motto hat die **Krefelder Lieblingsagentur GmbH ihren Webauftritt neu gestaltet**. Seit Anfang März präsentiert sich die Agentur, die sich auf Marken-Inszenierung und Live-Kommunikation spezialisiert hat, mit einem **neuen Internetauftritt**. „Wir sind nicht mehr die Agentur von vor fünf Jahren“, begründet Geschäftsführer Andreas die neue Web-Präsenz.
3. Die Berner **Agentur Furrer Hugi & Partner** verstärkt ihr Engagement in der Unternehmens- und Marketingkommunikation und **gründet dazu die die Agentur Furrerhugi Corporate**. Das berichtet der schweizerische „Klein Report“. Aufgebaut wird Furrerhugi Corporate von **Alexander Fleischer**, der als Managing Partner agieren wird, und **Urs Freudiger**, der als Partner und Senior Consultant für die Agentur tätig ist.



ausgezeichnet wurde. Barannikov, der auch Vizepräsident des russischen PR-Verbandes RASO ist, wird in einem Key-Note-Referat anlässlich der European Communications Convention, die vom 19. bis 21. Juni 2014 in München, Garmisch-Partenkirchen und im Kloster Ettal stattfindet, über die kommunikativen Erfahrungen mit Olympia 2014 berichten.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Fachjournalisten wählen Touristik-PR-Agenturen und Verkehrsbüros des Jahres

Zum fünften Mal in Folge wird Noble Kommunikation, Neu-Isenburg, zur Nummer eins der touristischen PR-Agenturen gewählt. Silber geht an die Aufsteiger-Agentur des Jahres, die Global Communication Experts um Dorothea Hohn, Frankfurt am Main, die von Rang acht im Vorjahr auf Platz zwei aufgestiegen ist. Nina Genböck mit Genböck PR + Consult, Berlin, hat ihren dritten Platz vom Vorjahr erfolgreich verteidigt. Gewählt wurden die Agenturen des Jahres von den Reisedeakteuren deutscher Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Reisezeitschriften, Illustrierten, Nachrichtenagenturen und Online-Medien sowie freien Reisejournalisten. Eingeladen zur Wahl waren alle Redakteure und die etwa 270 freien Reisejournalisten, die im Buch

Branche

Vizepräsident des russischen PR-Verbandes spricht bei der ECC



Hohe Auszeichnung für SPN Communications und ihren Chef Andrey Barannikov (Foto): Bei den Olympischen Winterspielen in Sotschi hatte die Agentur aus St. Petersburg und Moskau das „Russian Olympic Team Fans House“ entwickelt und realisiert, das als beste PR Aktion der Spiele (best showcase of the Olympic Park)

Touristik Medien geführt sind. Insgesamt 126 Kollegen gaben ihre Stimme ab.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Content-Marketing - alter Wein in neuen Schläuchen?

Interview mit Anna Bause vom Deutschen Schauspielhaus zur Verzahnung von Marketing und PR



Natürlich hat Content Marketing große Chancen, ein Unternehmen wieder ins Bewusstsein der Kunden zu bringen. Aber diese Chancen sind nicht neu, sagt Anna Bause (Foto), verantwortlich für Marketing und Kommunikation am Deutschen Schauspielhaus in Hamburg. Unsere Redakteurin Annett Helbig fragt nach.

PR-Journal: *Wie beurteilen Sie die Relevanz von Content Marketing im Kulturbereich?*

Anna Bause: Offen gestanden verstehe den derzeitigen Hype um das Thema nicht. Aber ich beurteile Content Marketing nicht als unwichtig. Im Gegenteil: Ein Unternehmen muss sich, wenn es auf dem Markt Bestand haben will, schon immer auf eine Themenebene mit dem Kunden begeben, und das nicht nur im Kulturbereich. Ich kenne dieses Vorgehen unter dem Namen PR.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

PR Report-Award 2014: Shortlist steht



Der "PR Report"-Award 2014 ist auf der Zielgeraden angekommen. Die 30-köpfige Jury hat am 28. Februar ihre Shortlist der Gewinner zusammengestellt. Knapp 100 Finalisten haben es in diesem in den Kreis der Nominierten geschafft. Der Chefredakteur des „PR Reports“ und Jury-Vorsitzende Nico Kunkel kommentiert das Ergebnis: „Es geht uns darum, über die Shortlist die vorbildliche Arbeit der Branche in ihrer ganzen Bandbreite sichtbar zu machen. Und exzellente Beiträge auch auszuzeichnen.“ Welche



eingereichten Projekte oder Kampagnen das sein werden, welcher Dienstleister zur Agentur des Jahres gekrönt wird und wer der Gewinner bei der Nachwuchsinitiative #30u30 sein wird, das stellt sich bei der „Winners' Night“ der „PR Report“-Awards am 10. April in Berlin heraus.

Branche compact (1) (10. KW-2014)

1. Die **Shortlist des sechsten GWA-Wettbewerbs Profi** steht fest: **27 Kampagnen haben sich für die Finalrunde des Preises des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen e.V. qualifiziert.** Die Shortlist findet sich unter [diesem Link](#). Der B-to-B-Preis für Markenkommunikation verzeichnet einen Rekord, was die Einreichungen betrifft. Die Jury musste in der ersten Jurierungsstufe über 52 Cases befinden. Die Verleihung des GWA Profis findet am 9. April im Rahmen der Hannover Messe Industrie in Hannover statt.

Medien

Mediaanalyse Radio 2014: WDR mit zwei Sendern unter den Top 5

Der Westdeutsche Rundfunk ist der Gewinner, "Bayern 3" der Verlierer der ersten Mediaanalyse Radio in diesem Jahr. Die Ergebnisse weisen aus,

dass "WDR 2" mit einem Plus von 51.000 Hörern pro durchschnittlicher Stunde wieder die Millionengrenze überschritten hat. Damit reiht "WDR 2" sich auf Platz 5 ein, hinter dem weiteren WDR-Sender "1 Live", der über 1,12 Millionen Hörer erreicht. Platz 1 belegen die Lokalsender von "radio NRW" mit über 1,6 Millionen Hörern vor dem Zweitplatzierten Sender "Antenne Bayern" mit mehr 1,3 Millionen Hörern. Knapp vor "1 Live" behauptete "SWR3" den dritten Platz in der Hörergunst mit 1,15 Millionen treuen Hörern.

Eine ausführliche Bewertung der Entwicklung nimmt der Mediendienst „meedia.de“ vor. Ausführlich beschreibt Autor **Jens Schröder** die Trends in der deutschen Radiolandschaft. [Lesen Sie dort weiter.](#)

ZDF und ARD profitieren von Olympia

Das "ZDF" baut seine Führung beim Gesamt-TV-Publikum weiter aus, "Das Erste" erobert den zweiten Platz in der Rangliste von "RTL" wieder zurück. Die Ergebnisse für den Monat Februar wurden bestimmt von der Berichterstattung über die Olympischen Spiele in Sotschi. Wieder erweist sich der große Sport als Quotenrenner für die öffentlich-rechtlichen Sender. So verbesserten sich beide jeweils um 1,7 Prozent im Vergleich zum Januar 2014 auf 15,1 Prozent Marktanteil für den Mainzer Sender und 13,4 Prozent für "Das Erste". Das sind die besten Werte seit 2012. Damals erreichte das "ZDF" einen solch hohen Zuschauerzuspruch während der Fußball-Europameisterschaft in der Ukraine und "Das Erste" während der Olympischen Spiele in London.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Medien compact (1) (10. KW 2014)

1. **Michael Heun** ist als Nachfolger von **Harmut Reichardt** seit dem 1. März neuer Chefredakteur der „Hildesheimer Allgemeinen Zeitung“ (HAZ). Vorgänger Reichardt geht nach 18 Jahren bei Deutschlands ältester Tageszei-



ung in den Ruhestand. Der neue Chefredakteur Heun hatte bereits verschiedene Chefredakteursposten inne. So leitete er die Redaktionen der Programmzeitschriften „Auf einen Blick“ und „TV klar“. Im September 2012 gründete Heun die Medienagentur Bengreta Media und unterstützte damit Verlage und Redaktionen bei der Positionierung.

Social Media

Ernährungsindustrie kommuniziert auf allen Kanälen

Interview mit BVE-Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff zu Social Media



Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der deutschen Ernährungsindustrie. Seit 2013 ist der Verband in verschiedenen sozialen Netzwerken aktiv und betreibt seit kurzem das Blog „Filetspitzen“. Christoph Minhoff (*Foto*; © *BLL/Matthias Martin*), Hauptgeschäftsführer der BVE, spricht mit dem „PR-Journal“ darüber welche Chancen er in der Nutzung von Social Media sieht, ob der Verband eine Vorbildfunktion gegenüber seinen Mitgliedern hat und warum „ducken“ der falsche Weg ist. Das Interview führte Nadja Amireh, Geschäftsführerin der [Agentur Wake up Communications](#) und „PR-Journal“-Redaktionsmitglied. [Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Social Media compact (1) (10. KW-2014)

1. **Dana Oancea**, freie Mitarbeiterin des „PR Journals“ und Chefredakteurin von „RP Romania“, erhielt für ihr Portal die **Auszeichnung „Europe’s Best Blogs“**. Die Redaktion der Zeitschrift „Communication Director“ präsentierte ihre Favoriten aus der Vielfalt der europäischen Public-Relations- und Kommunikations-Blogs.

CSR Unternehmensverantwortung

CSR-Workshop: Nachhaltigkeit klug kommunizieren

Wie kommuniziert man als mittelständisches Unternehmen das Thema „Corporate Social Responsibility“ (CSR) klug und nachhaltig? Das können interessierte Kommunikationsverantwortliche im Rahmen eines Workshops am 27. März ab 17 Uhr in Neuss, Friedrichstr. 8, erfahren. Veranstalter ist die Neusser Werbeagentur Blue Moon in Kooperation mit dem Rhein-Kreis Neuss.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

EU: CSR-Berichtspflicht rückt näher

Was lange diskutiert und heftig, vor allem in Deutschland debattiert wurde gewinnt nun langsam konkreter Form, dank eines Kompromisses. Die EU-Ratspräsidentschaft und die Vertreter des Europäischen Parlaments konkretisierten in der vergangenen Wochen die Vereinbarung zur verpflichtenden Berichterstattung in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte. Der ausgehandelte Vorschlag, dem der Ausschuss der Ständigen Vertreter der Mitgliedstaaten (COREPER) bereits am 26. Februar zustimmte, sieht vor, dass künftig EU-weit jene Unternehmen über Nachhaltigkeitsaspekte berichten müssen, die mehr als 500 MitarbeiterInnen haben sowie im öffentlichen Interesse stehen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Jetzt anmelden!

Der internationale
Kommunikationskongress 2014!

19. - 21. Juni in München,
Garmisch-Partenkirchen und Kloster Ettal

Sport-PR, CSR, internationale PR, Ethik
und Kommunikationsmanagement

www.communications-convention.eu

European
Communications
Convention '14

CSR-Preis 2014: Finalisten stehen fest



Die Finalisten des Deutschen Corporate Social Responsibility-Preises 14 stehen fest. Die Preisverleihung findet am 7. Mai in Ludwigsburg bei Stuttgart statt. Mit der Verleihung des Preises würdigen Veranstalter, Mitveranstalter und Beirat des Deutschen CSR-Forums herausragende Leistungen auf verschiedenen Feldern der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Die Preiskategorien reichen vom Biodiversitätsmanagement zum Erhalt der weltweiten biologischen Vielfalt über CO2-Vermeidung als Beitrag zum Klimaschutz hin zum kulturellen Engagement von

Unternehmen. Die öffentlichkeitswirksame Auszeichnung soll andere Firmen und Menschen in verantwortlichen Positionen ermutigen, dem guten Beispiel zu folgen und sich ebenfalls für nachhaltiges Wirtschaften einzusetzen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)



Kommentare

Schebens PRJ-Kolumne "Salz": Die Vision vom kommunikationsgesteuerten Unternehmen

Die Postbank führt eine Überweisung nicht aus. Auch am Tage der persönlich vorgetragenen Reklamation nicht. Das kann sie nicht. Es heißt, am sechsten Tage nach Termin könne man sich den nicht geringen Betrag als Bargeld abholen. Mal sehen, ob's gut geht. Die Bahn lässt einen IC nach Köln ausfallen (am Morgen des Rosenmontags!), der 30 Minuten spätere Ersatzzug hält 20 Minuten in Brühl und gibt dann mit der Durchsage auf, wer nach Köln wolle, solle doch die Straßenbahnlinie 18 nehmen. 15 Minuten Fußmarsch Hunderter Jekken durch Brühls Innenstadt. Die Ureinwohner fragen sich: Is dat dä Zoch? Aus 45 Minuten werden 2,5 Stunden.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Autoren-Beiträge

Zielgruppe, Zielgruppe, Zielgruppe



Teil 1 von 3: Was können die eigentlich?

Am Anfang jeder Kampagne steht die Frage nach dem Adressaten. Und diese Frage wird zu oft zu ungenügend

beantwortet. In einer dreiteiligen Serie berichtet Annett Helbig (Foto), wie eine detaillierte Analyse der Zielgruppe als Dreiklang von Können, Wollen und Dürfen aussehen und maßgeblich zum Erfolg der Kampagne und des ganzen Unternehmens beitragen kann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

In der Schule und vor Gericht

Eine Replik auf Klaus Kocks



Die Szene ist beinahe so wie damals in der Schule. Aber nicht der Lehrer tritt vor die Klasse, die in Erwartungshaltung vor ihm steht. Stattdessen betritt eine Richterin den Gerichtssaal, in dem der Prozess zweier Banken verhandelt wird. Anwälte, Zuschauer und Journalisten haben sich erhoben. Stehend liest die Richterin den Beschluss des Gerichts vor. Sie tut dies ohne vom Blatt aufzuschauen, beachtet weder Punkt noch Komma. Nach zehn Minuten Lesung voller Aktenzeichen und Präzedenzfälle scheint die Richterin ohne einen Atemzug ausgekommen zu sein. Sie hebt ihre Augen auf und blickt in die verdutzten Augenpaare von zwei Dutzend Pressevertretern im Saal. Für die anwesenden Journalisten lagen weder eine Presseerklärung noch andere offizielle Dokumente aus, die den Sachverhalt näher erklären würden. Auch Staatsanwaltschaft und Verteidigung hatten keine aufbereiteten Unterlagen für die Journalisten im Gepäck. Am nächsten Tag zeigte sich in den Medien, wie „gut“ die Ausführungen der Richterin waren und welcher Pressevertreter wie viele Infos von dem komplexen Banken-Thema verstanden hatte. Diese real erleb-

te Geschichte zeigt, wie nötig heute Litigation-PR, also prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit, ist.
[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Das Business-Selfie ist der neue CEO-Blog!



Ende des vergangenen Jahres erreichte das "Selfie" breitere Massen. Als englischsprachiges Wort des Jahres 2013 erreichte der Begriff auch Öffentlichkeiten abseits der Social-Media-Bubble. Die Fotogattung, die eigentlich erst durch die Frontkameras an Smartphones erschaffen wurde, hatte es innerhalb kürzester Zeit zu Welt-ruhm gebracht. Vor allem US-Promis setzten auf Instagram auf die neue Form der Selbstdarstellung – und schon nach kurzer Zeit gab es Hitparaden der besten Selfies aller Zeiten, des Jahres, des Monats.... you get it.

Der Augenblick, der das Selfie allerdings in den Hyper-Mainstream spülte war Sonntagnacht deutscher Zeit, als US-Talkerin Elen DeGeneres im Rahmen der Oscar-Verleihung ihr Über-Selfie fotografierte. Eine handvoll Hollywood-Stars und die Live-Situation sorgten innerhalb kürzester Zeit dafür, dass das Bild über den Second Screen seine Reise um den Erdball begann.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Norbert: Gerüchte+Gerichte

Gericht: Noch mal Avocado (mit Spaghetti, Flusskrebse und Grapefruit)

Wie schon mit dem letzten Rezept beschrieben, ist die Avocado nicht zum Garen gedacht. Aber ihre angenehme Konsistenz und ihr Wohlgeschmack machen sie zu einem Versuchsobjekt auch für

warme Gerichte. Wenn sie ein warmes Gericht ergänzt und erst ganz zum Schluss zugegeben wird, verändert sich der Geschmack nicht.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Bildung

Bildung compact (3) (10. KW-2014)

1. Das eigene **Image** bewusst machen, planen und gestalten – darum geht es im Seminar P1 Personal Identity: **Auftritt, Ausstrahlung und Wirkung – das eigene Image gestalten**. Das Training der **AFK Akademie Führung und Kommunikation** findet vom **28. bis 30. April** im Raum Rhein/Main statt. Es geht um die Faktoren, die den Erfolg der eigenen Person bestimmen: Rhetorik, Gesprächs- und Kommunikationsverhalten, Individualität, Stil. Zum Teilnehmerkreis gehören Führungskräfte und Persönlichkeiten, die sich auf eine Führungsaufgabe vorbereiten. Informationen gibt es auf der [AFK-Website](#).
2. Die **Friedrich-Ebert-Stiftung** bietet ein Spezialseminar für Journalisten. Am **3. und 4. April** geht es in Berlin um Rhetorik für Journalisten. Unter der Überschrift „**Der gelungene Auftritt: Rhetorik für Journalisten**“ trainieren die Teilnehmer elementare Fähigkeiten, um die angestrebte optimale Wirkung eines professionellen Auftritts zu erlernen. Nähere Informationen und die Möglichkeit sich anzumelden, finden sich auf der [Website der Journalistenakademie](#).
3. Am **20. März** veranstaltet der Weblog "Medienrot" im Auftrag der Landau Media AG das **Seminar „Storytelling“** in Berlin. Ziel ist es, die Teilnehmer für die kleinen und großen Geschichten im eigenen Umfeld zu sensibilisieren. Die Medienprofis Nicole Storch (Magazin-Redakteurin Print & Digital) und Michael Falk (TV-Producer) werden als Referenten verraten, wie Geschichten gekonnt und ohne große Budgets digital erzählt werden können. Interessenten können sich per [E-Mail an Jens Stoewhase](#) anmelden. Die Teilnahme kostet 449 Euro plus Mehrwertsteuer.

Studien

Studie: Was gute Biografien in Wikipedia ausmacht – und was nicht

Eine Studie des Deutschen Instituts für internationale Pädagogische Forschung (DIPF) zeigt: Automatische Textanalysen können dabei helfen, die Qualität von Artikeln in Wikipedia zu verbessern. Es ist nahezu unmöglich, die Qualität der über 30 Millionen Artikel in Wikipedia manuell zu kontrollieren und zu verbessern. Eine Studie des Deutschen Instituts für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF) zeigt jetzt, wie automatische Textanalysen diesen Prozess unterstützen können. Basis der Studie waren Nutzerbewertungen von Biografien in Wikipedia – unterteilt nach den Kategorien „gut geschrieben“, „glaubhaft“, „objektiv“ und „vollständig“. Die Bewertungen waren ein Jahr lang im englischsprachigen Wikipedia erfolgt.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Europaweite Umfrage über strategische Kommunikation gestartet - Teilnahme erwünscht

Am 1. März 2014 fiel der Startschuss für die weltweit größte Umfrage über strategische Kommunikation. Experten aus ganz Europa können sich jetzt wieder am European Communication Monitor (ECM) zu beteiligen. Die Teilnahme an der Online-Befragung ist auf [Umfrage-Website](#) noch bis Ende März möglich. An der Erhebung im Vorjahr hatten mehr als 2.700 Kommunikationsfachleute aus 43 Ländern teilgenommen. Elf renommierte europäische Universitäten führen die repräsentative Umfrage in Zusammenarbeit mit der European Association of Communication Directors (EACD) und der European Public Relations Education and Research Association (EUPRERA) durch. Mit an Bord ist auch Ketchum, eine der führenden Kommunika-

tionsagenturen in Europa und weltweit.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Termine

Wettbewerb um die Econ Awards 2014 startet am 10. März

Am 10. März startet der Wettbewerb um die Econ Awards 2014. Unternehmen, Organisationen, Stiftungen und öffentliche Institutionen aus dem deutschsprachigen Raum können sich mit ihren Maßnahmen und Arbeiten um die begehrten Auszeichnungen, ausgeschrieben vom Econ Verlag, Berlin, und dem „Handelsblatt“ in Düsseldorf, bewerben. Die Anmeldung erfolgt auf der [Econ-Award-Website](#).

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Tipps

Informationen aus einer Hand: myconvento kooperiert mit Kürschner

Ein zielgerichtetes Einladungs- und Eventmanagement und die Pflege der individuellen Beziehungen zu den wichtigen Ansprechpartnern gehört zu den wichtigsten Aufgaben in der Politik-Kommunikation. Nicht selten fehlt es an aktuellen Daten, so dass der technische und organisatorische Aufwand oft groß ist. myconvento bietet für dieses Problem eine Weblösung, mit der sich Daten und Arbeitsabläufe auf einer einheitlichen Oberfläche sinnvoll kombinieren lassen. myconvento hat sein Angebot jetzt erstmalig mit der renommierten Kürschner Datenbank kombiniert: Mit dem ersten Paket „myconvento KürschnerLegislative“ - 2.600 Parlamentarier aus Bund, Land

und Europa - sollen Nutzer von der Kombination der aktuellsten deutschen Politiker-Datenbank mit dem PR Management-System profitieren.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Getty Images gestattet kostenlose Einbettung von Bildern

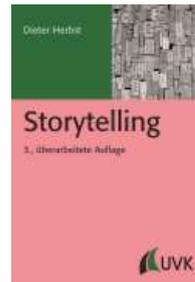
Welch ein Service für Blogger und Website-Betreiber: Getty Images öffnet sein Bild-Archiv für die kostenlose Nutzung ausgewählter Fotos. Künftig ist es möglich, Abbildungen aus dem umfangreichen Archiv kostenlos in das eigene Internetangebot einzubetten. Unter der Überschrift „Bilder in Blogs und sozialen Netzwerken teilen“ heißt es dazu auf der [Website von Getty Images](#): „In einer zunehmend visuell geprägten Welt beschreitet Getty Images neue Wege. Mit unserer neuen Einbettungsfunktion ist es ganz einfach, unsere Bilder legal und kostenlos auf anderen Websites, Blogs und sozialen Netzwerken zu teilen.“ Aber Achtung: Die Fotos dürfen nicht für gewerbliche Zwecke genutzt werden. Bei Getty selbst heißt es dazu: „Sie dürfen eingebettete Getty Images-Inhalte nur zu redaktionellen Zwecken (also im Zusammenhang mit Ereignissen, die berichtenswert und von öffentlichem Interesse sind) verwenden.“ Für Website-Betreiber ohne Foto-Budget ergeben sich durch die Öffnung neue Möglichkeiten eigene Artikel mit Bildmaterial zu versehen. Bitte beachten Sie dazu die konkreten [Nutzungsbedingungen von Getty Images](#).

Literatur

Was Storytelling für die PR bedeutet

Titel: Storytelling; Autor: Dieter Herbst; Verlag: UVK 2014; 216 Seiten; 24,99 Euro; ISBN-10: 386764439X

„Wenn man sein Leben nicht in eine Geschichte



ist das Stichwort.

Dieter Georg Herbst, dessen Name so ziemlich jedem Studenten der Kommunikationswissenschaften schon einmal untergekommen sein dürfte, beschäftigt sich in seinem aktuellen Buch „Storytelling“ mit dessen Wirkmechanismen, seiner Bedeutung für die PR und der strategischen Konzeption. Dabei bekommt der Leser viele Leitfäden in die Hand, die bei der Ableitung von Geschichten aus Unternehmens- oder Projektdaten, der Definition relevanter Kernelemente und der letztendlichen Umsetzung unterstützen.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Gaedt: Mythos Fachkräftemangel

Martin Gaedt: „Mythos Fachkräftemangel. Was auf Deutschlands Arbeitsmarkt gewaltig schief läuft“, Verlag: Wiley-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA, Weinheim 2014, 240 Seiten, Preis: 19,99 Euro, ISBN: 978-3-527-50769-6



Wir alle kennen die vielen Informationsbits, die uns täglich zum Arbeitsmarkt erreichen: Prognosen zur Bevölkerungsentwicklung, Zahlen über fehlende Ingenieure, Klagen über fehlende Kompetenzen bei Azubis, über fehlende Bewerber allerorten.

Martin Gaedt, Gründer und Geschäftsführer der Younect GmbH in Berlin, hat sich für sein Buch „Mythos Fachkräftemangel“ die Mühe gemacht, diese Info-Bits in einen aussagekräftigen Zusammenhang zu bringen. Und dies alles versehen mit einer fundierten Meinung, resultierend aus reichlich Berufserfahrung als Unternehmer und HR-Experte.

Diese lautet: Der Fachkräftemangel ist hausgemacht und somit vermeidbar. Sicher gibt es ihn in einzelnen Berufen und Regionen, nicht aber flächendeckend.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Onlinejournalismus für Digital Immigrants

Titel: Onlinejournalismus; Autor: Nea Matzen; Verlag: UVK 2014; 156 Seiten; 14,99 Euro; ISBN-10: 3867644381



Ein bisschen nervig ist sie ja schon, diese Daueranwesenheit der Digital Natives. Aber was soll man machen. Sie wachsen eben an den Bäumen. Mittlerweile bezeichnen sie sich aufgrund ihrer Online-Aktivitäten schon selbst als Journalisten. Aber was braucht

man eigentlich so als Online-Journalist?

Nea Matzen klärt auf. „Onlinejournalismus“ ist Band 8 in der Reihe Wegweiser Journalismus, die von Christoph Fasel herausgegeben wird. Gegliedert in fünf Themenbereiche zeigt das Fachbuch unter anderem, was das Besondere am Onlinejournalismus ist, wie eine Onlineredaktion arbeitet und welche Darstellungsformen es im Netz gibt. Dabei geht Matzen in einem großen Kapitel auf Textaufbau, Verlinkungen, Bildunterschriften, kurz alles rund um das Texten fürs Netz ein.

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

STAMM Medien-News

Stamm Medien-Newsletter März 2014

Der Stamm-Verlag in Essen dokumentiert seit 1947 als einziger deutscher Verlag komplett alle Medien (ca. 24.000) in Deutschland (Print / Zeitungen + Zeitschriften, Rundfunk / Radio+Fernsehen,

Online (seit 2003)). Im Februar 2014 wurden 5.173 Medien aktualisiert, im letzten Quartal waren es insgesamt 17.700 Medien. Der monatliche "Stamm Medien-Newsletter" informiert über aktuelle Änderungen in der deutschsprachigen Medienlandschaft (Deutschland, Österreich, Schweiz). Mit freundlicher Genehmigung folgen hier einige Änderungen / Meldungen:

[Zum vollständigen Artikel auf der Homepage](#)

Jobangebote

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

GESUCHE

Die 10 aktuellen Gesuche finden Sie [hier](#)

ANGEBOTE (52)

Volontariat/Trainee

Die 11 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Praktikum

Die 2 aktuellen Angebote für diesen Bereich finden Sie [hier](#)

Agenturen

- [PR-Volontär/in, Berlin](#)
- [\(Junior\) PR-Berater/in, Berlin](#)
- [Social Media Mitarbeiter \(m/w\) in Vollzeit, Mülheim a.d.R.](#)
- [Platz frei auf dem Roten Sofa: Berater / Seniorberater \(m/w\), Düsseldorf](#)
- [presigno aus Dortmund sucht PR-Redakteur/in mit Berufserfahrung](#)
- [Junior-Berater \(m/w\) in Hamburger PR-Agentur](#)
- [Berater \(m/w\) Schwerpunkt Marke, Berlin und Hamburg](#)

- *PR Junior-BeraterIn und VolontärIn Mode/Luxus/Lifestyle in München*
- *Berater für Marken-PR bei Publik, Ludwigshafen*
- *Junior Berater/innen und Grafiker/innen, Frankfurt*
- *PR-Junior-Berater/-in, Bad Homburg*
- *PR-Volontär/-in und PR-Assistent/-in mit Ambition und Tatendrang, Hamburg*
- *Senior PR-Berater (m/w) mit Führungsanspruch und Gestaltungswillen, Hamburg*
- *Juniorberater/in, München*
- *(Senior-) PR-Berater(in), Düsseldorf*
- *Assistentin für die Geschäftsleitung, Düsseldorf*
- *PR-Volontariat bei KOOB, Mülheim a.d.R.*
- *Kommunikationsberater Healthcare (m/w) bei circlecomm, Darmstadt*
- *PR-Berater (m/w) für Design und Architektur, München/Berlin*
- *Berater/in, Hamburg*
- *Platz frei auf dem Roten Sofa: Seniorberater Healthcare (m/w), Berlin*
- *Account Manager E-Commerce/Advertising (m/w), Berlin*
- *WEFRA PR bietet erfahrenem PR-Berater (m/w) Perspektive*
- *Junior Consultant oder Consultant Sustainability/CSR (w/m), Düsseldorf*
- *PR-Berater/-in Healthcare, Langenfeld/Rheinland (Köln/Düsseldorf)*
- *(Junior) Berater/-in für Social Media und PR, Hamburg*
- *(Junior) PR-Berater/-in, Hamburg*
- *Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*
- *Berater Public Relations (m/w) ab sofort in Berlin*
- *Senior-Berater Consumer-PR (m/w) ab sofort in München*
- *HOPF STRATEGIE sucht PR-Berater (w/m) in Berlin*
- *VolontärIn Fashion-PR in Düsseldorf*
- *Junior-PR-Berater (m/w), München*
- *PR-Volontär (m/w) in international tätiger Agentur, Berlin*
- *PR-Berater (m/w) Lifestyle und Kosmetik in Hamburger PR-Agentur in Voll- oder Teilzeit*

Behörden (Öffentl.Dienst)

- *Mitarbeiterin/Mitarbeiter der Stabstelle Hochschulkommunikation, Baden-Württemberg*

Unternehmen

- *Manager External Relations/Sales Communication (m/w), Düsseldorf*
- *MitarbeiterIn Öffentlichkeitsarbeit/Marketing in Berlin - ab sofort*
- *Redakteur/Texter (w/m), Freiburg*

Redaktionsschluss dieser Ausgabe:

10. März 2014 um 20:00 Uhr

Dieser Newsletter wurde an **10.560 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 [Servicesseite](#) dokumentiert.

Marketing - MediaService -Anzeigen-/Banner-Verkauf: Gerhard A. Pfeffer, Siegburg (s.u.), E-Mail: anzei[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; 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](#) 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](#)